

Los estudios de Comunicación en el Reino Unido: el caso de la London School of Economics and Political Science (LSE)

 institucional.us.es/ambitos/

18/1/2013

Núria Almiron

Universitat Pompeu Fabra

nuria.almiron@upf.edu

Resumen

El presente trabajo describe la historia, evolución y aportación académica así como los principales rasgos distintivos del Departamento de medios y comunicación de la London School of Economics and Political Science (LSE). La LSE es una institución de reconocido prestigio internacional como universidad pionera en el campo de las ciencias sociales situada entre las primeras a nivel mundial y dentro del Reino Unido tanto en docencia como en investigación. El trabajo que se presenta aporta una visión multidisciplinar que bebe de la historia, la etnografía, la economía política y los estudios culturales.



Palabras clave

London School of Economics and Political Science, Reino Unido, estudios de comunicación, enfoque liberal, economía política, estudios culturales.

Abstract

This paper describes the history, evolution and academic input as well as major hallmarks of the Department of Media and Communications at the London School of Economics and Political Science (LSE). The LSE is a renowned pioneer in the field of social sciences ranked amongst the top institutions both in the world and in the United Kingdom as far as teaching and research is concerned. This study uses a multidisciplinary approach that draws on history, ethnography, political economics and cultural studies.

Keywords

London School of Economics and Political Science, United Kingdom, media and communication studies, liberal approach, political economy, cultural studies

1. INTRODUCCIÓN (1)

La London School of Economics and Political Science (LSE) es conocida en el mundo entero por su reputación en el ámbito de las ciencias sociales no sólo por ser pionera en el establecimiento de estos estudios sino también por hacerlo con un carácter marcadamente liberal, en el sentido más anglosajón del término (2). Frente al enraizado tradicionalismo británico que exhiben y explotan las grandes universidades como Oxford o Cambridge, con campus centenarios alejados del bullicio de Londres, la LSE se promociona a sí misma como ejemplo de modernidad, bastión del cosmopolitismo y apertura de miras, emplazada en el corazón mismo de la capital británica. Este perfil buscadamente en contraste con las universidades decanas en el Reino Unido fue el motor de su nacimiento a las puertas del siglo XX, si bien con el énfasis puesto en el positivismo del XIX, pues partía de la férrea convicción que la técnica y la ciencia son las mejores garantías de neutralidad. Ello con el añadido, nada menor, que la LSE aplicaba ese énfasis a un ámbito inédito para las universidades de la época, el del estudio de la sociedad. La LSE no inventaría las ciencias sociales –de eso se encargarían Comte, Saint-Simon, Spencer, Weber...– pero sin duda alguna se convertiría en uno de sus más veteranos y acreditados impulsores (Cayne, 1963).

El perfil de la LSE, sin embargo, no siempre es fácil de aprehender, especialmente para ciudadanos del sur de

ÁMBITOS

2013

nº 22

Europa, habituados a posiciones ideológicas polarizadas (izquierda-derecha) y homogéneamente definidas. Por el contrario, el liberalismo de la LSE incluye posiciones tan heterogéneas, cuando no antagónicas, que a veces son difíciles de conjugar entre sí. Por ejemplo, es conocido el enfrentamiento entre la LSE y Cambridge en la década de 1930 en el ámbito económico: con Friedrich Hayek, eminente miembro de la escuela austriaca (y referente del neoliberalismo desde la década de 1980), como principal oponente desde la LSE a las tesis socialdemócratas del keynesianismo de Cambridge.

La LSE ha sido en realidad refugio de muchos economistas de corte dudosamente o claramente nada liberal, en cualquiera de los sentidos del término, como fueron buena parte de los asesores de Margaret Thatcher durante la década de 1980, en su mayoría procedentes de esta escuela (Moss, 1982). Sin embargo, la LSE también ha dado y da cobijo a economistas keynesianos como Paul Kruger o Joseph Stiglitz y ha asesorado a gobiernos laboristas en muy distintos momentos. Ha tenido incluso proponentes socialistas de corte marxista, como el profesor de ciencias políticas y político Harold Laski, cuyos cursos en la LSE formaron a toda una generación de políticos indios después de la independencia de su país, de la que Laski fue gran valedor –y fuente de inspiración política para el presidente Nehru–. Por este motivo todavía hoy los estudiantes indios sienten gran preferencia por esta institución (Lessinger, 1993).

Por otro lado, si bien son los estudios de política y economía los que más fama le han otorgado, es en el ámbito de la sociología, la filosofía o la historia donde aparecen los perfiles más emblemáticos de este centro, como el del historiador Ralf Dahrendorf o el del sociólogo Anthony Giddens –ambos ex directores de la LSE y este último uno de los creadores de la Tercera Vía que inspirara al laborismo de Tony Blair–. También, entre sus donantes económicos originales se cuenta, por ejemplo, al filósofo Bertrand Russell, uno de los primeros profesores de la LSE y epítome del liberalismo británico entendido como esa, para muchos inviable, compatibilización entre una libertad individual considerada sacrosanta y una preocupación sincera por la justicia y la igualdad sociales (3). Temáticas, estas últimas, que constituyen preocupaciones comunes de la agenda de la LSE hoy, como es fácil corroborar a través de su oferta docente, unidades de investigación o programas de conferencias (4). Y abordadas siempre, no obstante, con una perspectiva crítica entendida como un estar abiertos a todos los puntos de vista sin partidismos para, siguiendo el slogan defendido por la escuela desde 1922, *rerum cognoscere causas* (conocer las causas de las cosas) (5).

A esta idiosincrasia la LSE añade, además, el haber sido el primer centro universitario británico de reputación investigadora internacional en crear un departamento de comunicación de primer nivel –los demás departamentos de comunicación destacados, según el ranking de investigación del gobierno británico, han estado hasta hoy en universidades que no figuran en los primeros puestos de las listas de mejores universidades del mundo (por ejemplo Westminster o East Anglia en 2008) (6), lo cual no significa que no sean instituciones de calidad sino que no se trata de instituciones elitistas (esto es, elegidas por las élites políticas y económicas para enviar a sus herederos)–. Se trata de un departamento, además, que desde sus inicios bebió de fuentes intelectuales comprometidas con la perspectiva social en los estudios de comunicación y que ha contado y cuenta con académicos de reconocido prestigio y compromiso social. Es significativo que, a pesar de haber nacido para estudiar el papel de los medios de comunicación y la comunicación en general en el nuevo escenario digital, el departamento se marcó el objetivo de no dejarse atrapar por lo que los anglosajones denominan el *hype* o gran seducción determinista en torno a la tecnología e Internet. Algo sin duda singular a principios de la década de los 2000, justo cuando la burbuja de Internet estaba en sus máximos (a través del alza de los valores del NASDAQ o bolsa tecnológica).

2. OBJETO DE ESTUDIO, OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA

La investigación que aquí se presenta tiene por objeto el análisis del Departamento de Medios y Comunicación de la LSE en el contexto de esta última y del Reino Unido desde un punto de vista académico e ideológico. En concreto, la investigación pretende responder esencialmente a las siguientes tres cuestiones:

- 1) ¿Cómo encajan los estudios de comunicación en el contexto de la LSE?
- 2) ¿Cuál es la aportación del Departamento de Medios y Comunicación a los *media and communication studies* en el Reino Unido?

3) ¿De dónde procede el prestigio del Departamento de Medios y Comunicación y cuáles son las bases de su reconocimiento?

En última instancia, como no escapará al lector, la cuestión de fondo que se persigue con esta aproximación es llegar a aprehender en qué consiste exactamente ese carácter liberal con que a menudo se califica siempre en sentido positivo a todo lo relacionado con la LSE, y el grado en que esto es aplicable, ampliable o matizable para el Departamento de Medios y Comunicación. Todo ello con un interés no sólo intelectual sino también pedagógico, como fuente de aprendizaje docente y personal.

Para llevar a cabo la investigación se realizaron dos estancias durante un total de tres meses y medio en el Departamento de medios y comunicación de la LSE durante los trimestres de invierno de los cursos 2009-2010 y 2011-2012. Durante estas estancias la autora efectuó entrevistas en profundidad semiestructuradas a los miembros del cuerpo académico más veteranos (entre ellos todas las fundadoras del departamento que todavía seguían en él durante la primera estancia) y a algunos miembros del personal académico en proceso de consolidación (profesores titulares, *lecturers*, y asociados) (7). Las entrevistas planteaban las tres cuestiones anteriores, más la cuestión ideológica (¿qué significa tener un perfil liberal?) y sirvieron también para obtener datos históricos que permitieran reconstruir la biografía del centro.

Las entrevistas fueron completadas con el análisis documental de tres tipos de fuentes:

- 1) Materiales académicos (libros, artículos, ponencias) recomendados o suministrados por los entrevistados o localizados en la biblioteca.
- 2) Documentación interna de gestión (memorias, informes, planes) suministrados por el equipo administrativo o la dirección del departamento.
- 3) Documentación pública informativa (artículos, presentaciones, folletos, etc.) difundida por el Departamento de medios y comunicación o por la LSE a través de su página web.

La autora del artículo también participó en diversas actividades académicas (seminarios, talleres, conferencias) organizadas por el departamento como parte de la observación de campo.

No se ha localizado ningún trabajo que aborde lo que aquí se presenta, el estudio del Departamento de Medios y Comunicación y su engarce en la LSE, si bien se han publicado diversas historias sobre esta escuela universitaria escritas por distintos autores, entre ellos algunos de sus directores (Beveridge, 1960; Cayne, 1963; Dahrendorf, 2007). Existe, no obstante, una referencia imprescindible para este trabajo: el texto de presentación que redactaron los fundadores del Departamento de Medios y Comunicación de la LSE cuando este estaba en gestación, como ejemplo de nueva iniciativa universitaria enfocada al escenario de la sociedad de la información (Jankowski et al, 2001), que se presentó junto a otros casos de estudio en un volumen compartido.

3. LA LSE: HISTORIA Y PERFIL

Para ubicar al Departamento de Medios y Comunicación en la LSE debemos empezar por presentar a esta centenaria y particular institución.

La LSE es una escuela universitaria que se encuentra adscrita, desde 1900, a la University of London: una federación voluntaria de 19 universidades, (8) facultades o institutos universitarios totalmente independientes desde el punto de vista académico y administrativo, pero que colaboran de manera proporcional en un presupuesto global que sirve para financiar una serie de centros de investigación. Poco conocida como estructura pese a aglutinar 185.000 estudiantes en 2011, la University of London es como tal la mayor universidad británica y la tercera más antigua de Inglaterra. Nacida en 1836, destacó inicialmente por ofrecer educación a los ingleses de religión no anglicana, que por este motivo no eran admitidos en Oxford y Cambridge (Thompson, 1990). Los centros adscritos a ella gozan de total autonomía siendo la LSE uno de sus miembros más prominentes en el Reino Unido y sin duda el más conocido a nivel internacional.

La LSE, a su vez, agrupaba en 2011 hasta a 23 departamentos e institutos y 9.500 alumnos pero sus inicios fueron mucho más modestos. Su primer curso, el de 1895-1896, contaba sólo con seis disciplinas (economía,

estadística, comercio, finanzas, derecho mercantil y ciencias políticas) y estaba diseñado como una escuela nocturna de conferencias abiertas a todos los públicos. La modestia inicial sólo lo es, no obstante, en envergadura, pues desde su planteamiento de arranque la escuela es un proyecto ambicioso y precursor. Los 300 alumnos que se inscribieron en el primer curso académico dan fe de lo atrayente del proyecto. Al respecto de esta pasión inicial que desató la escuela y que proseguiría en los años siguientes, Ralph Dahrendorf la justificaba afirmando que la historia de la LSE es al mismo tiempo un reflejo de la historia del siglo XX, si bien desde el prisma de las ciencias sociales (Dahrendorf, 2007: VII).

La concepción de esta escuela londinense empieza con una herencia modesta pero suficiente para entusiasmar a cuatro comprometidos activistas políticos. En 1894, un socio de la Fabian Society se suicidó y legó a otro fabiano una suma de dinero con un propósito específico: que con ella se promovieran los ideales del socialismo fabiano. La Fabian Society había sido fundada unos pocos años antes en el Reino Unido por simpatizantes socialistas y sería la organización que contribuiría a la creación del partido laborista y estaría en el núcleo de las posteriores políticas de descolonización del imperio británico, muy especialmente las relacionadas con la India. En contraposición al marxismo, esta visión del socialismo preconizaba una vía no radical, sino progresiva, para la consecución de los grandes cambios que deberían acabar con la injusticia social provocada por el capitalismo. En lugar de revolución, se hablaba de reforma; en lugar de cambio drástico, se perseguía una evolución gradual (9) –postulados que todavía hoy comparten buena parte de los partidos socialistas contemporáneos–. El receptor de la herencia, el activista Sidney Webb, tuvo claro desde el primer momento que el dinero debía emplearse en crear una institución permanente que defendiera desde el conocimiento la causa que les unía. La reformista social Beatrice Webb, esposa de Sidney Webb, el profesor universitario Graham Wallas y el escritor y periodista George Bernard Shaw, todos miembros de la Sociedad Fabiana, le secundaron. Si bien este último abandonaría el proyecto en seguida por considerarlo vendido al “enemigo” (Dahrendorf, 2007: 17).

Efectivamente, ya desde sus mismos inicios la LSE se nos escabulle ideológicamente. Shaw estaba en lo cierto, la nueva escuela no se convertiría en una abanderada del socialismo británico, pero tampoco en lo contrario. En realidad, ya desde sus inicios se erigiría, en palabras de Dahrendorf, en testimonio vital de la permanente tensión existente entre conocimiento y compromiso (Dahrendorf, 2007: VII).

Para empezar, los tres fabianos que impulsaron el nacimiento de la LSE, especialmente Sidney Webb, sintonizaban mucho más con las ideas de Comte y Saint-Simon, o con el positivismo de Herbert Spencer, que con el liberalismo de John Stuart Mill. Para ellos, el primer paso para la reforma debía proceder no de las teorías sino de los hechos. La reforma debía ser llevada a cabo, en consecuencia, por expertos y el conocimiento, y no el color político, debía primar en la elección de estos. En segundo lugar, la herencia no alcanzaba para un proyecto de tal envergadura así que la captación de más fondos se hacía imprescindible. Obtener financiación no les fue difícil pero el apoyo económico recibido de instituciones como la Cámara de Comercio de Londres –el “enemigo” al que se refería Shaw, entre otros organismos– no estuvo exento de ciertas condiciones, que pasaban siempre por evitar todo partidismo. Finalmente, tras el rechazo de Graham Wallas a dirigir la escuela y la imposibilidad de Sidney Webb de llevarla solo a la práctica, el primer director de la escuela fue elegido exclusivamente por su competencia administrativa: no era ni fabiano ni mucho menos socialista (en realidad acabaría siendo miembro del partido conservador en el Parlamento años después) y aceptaría el puesto bajo la condición de tener libertad para elegir a los ponentes en función de su dominio de la materia, y no de su adscripción política. Así lo confirmaría ante la Cámara de Comercio de Londres en 1895 de forma explícita: “The School would not deal with political matters and nothing of a socialistic tendency would be introduced” (Dahrendorf, 2007: 16) (10). Esta declaración provocaría que George Bernard Shaw escribiera a Sidney Webb exigiéndole que le recordara al nuevo director cuál era el espíritu inicial del proyecto, con unas palabras que ponen de manifiesto el enfrentamiento permanente en el seno de las ciencias sociales, y en el seno de la LSE, desde su nacimiento. Escribe Shaw: “[Debe dejársele claro al director que] the School of Economics will have a Collectivist bias. Any pretence about having no bias at all, about ‘pure’ or ‘abstract research’, or the like evasions and unrealities must be kept for the enemy. [...]. Third, the Collectivist flag must be waved and the Marseillaise played if necessary in order to attract fresh bequests” (Dahrendorf, 2007: 17) (11).

Shaw perdería la batalla. La LSE nacería con un sesgo sí, pero no el que Shaw reclamaba. La escuela partiría del positivismo como razón de ser. Aunque a esta razón de ser se le unía también, como motor, el compromiso por influir. El énfasis en la teoría política y económica de su oferta académica no perseguiría fines meramente pedagógicos, sino claramente políticos a través de aglutinar a las mejores cabezas pensantes como docentes y de constituirse en laboratorio de ideas o *think tank* con el fin de influir en la toma de decisión social. La propia ubicación en Londres de la escuela expresa esta voluntad: radicada en el corazón del triángulo judicial, político y cultural que forman la City (en donde se encuentra el palacio de Justicia), Westminster (sede del Parlamento británico) y Bloomsbury (donde está el Museo británico, hasta 1997 sede de la Biblioteca Británica). El hecho de que actualmente los medios de comunicación británicos tengan a la LSE como una de las principales referencias para obtener declaraciones de expertos que representen voces de autoridad refleja una de las formas en cómo ha logrado ejercerse esta influencia (12).

A la tensión entre compromiso y conocimiento se le sumaría el tercer componente propio de la idiosincrasia de la LSE hasta hoy: su apertura al mundo. El folleto inicial del primer curso aseguraba que la escuela no se limitaría a estudiar la sociedad del Reino Unido, sino también observaría el mundo. Y prueba de que ello se ha cumplido sea probablemente cómo el mundo ha acudido masivamente a la LSE. En el curso 2008-2009, el 45% de los profesores y personal del LSE procedía de fuera del Reino Unido y eran extranjeros el 70% de los estudiantes (13). El campus de la LSE es desde hace ya tiempo el más cosmopolita de todos los campus universitarios británicos y probablemente uno de los más cosmopolitas del mundo –según datos de la universidad, entre sus calles y edificios podían escucharse en 2011 más de 100 lenguas distintas– y una de las instituciones académicas más dinámicas intelectualmente, probablemente por el hecho de que la mitad de sus alumnos son estudiantes de postgrado, pero también por el estímulo intelectual que un foro tan multicultural obligatoriamente genera entre sus miembros (14) (LSE, 2009).

En suma, la LSE se ha conformado a lo largo de su historia combinando tradición académica británica, compromiso por influir en la realidad social y apertura cosmopolita. Pero todo ello, como hemos visto, entendido en su propio contexto. Lo primero significa un espíritu positivista en constante choque y contradicción con la vocación de compromiso social y político. La apertura de miras, por su parte, responde a una particular definición de la visión crítica (o “radical approach”). Según esta visión, ser crítico en el contexto liberal tiene más que ver con no aceptar posturas ideológicas inamovibles, que con defender ideas concretas. Esto lleva en ocasiones a posturas que, para los críticos, son en exceso tibias o pragmáticas, cuando no hipócritas o radicalmente equivocadas, si lo que se pretende es perseguir la reforma social justa (Dahrendorf, 2007).

Por todo lo anterior, la LSE no encaja en ninguno de los modelos de la época en los que algunos han afirmado se inspiró (École Libre des Sciences Politiques de Paris, Columbia College de Nueva York o el Massachusetts Institute of Technology, de Boston), aunque con todas ellas comparte una idiosincrasia única en el país de origen en el momento de nacer. La escuela ha estado siempre situada en las primeras posiciones de los rankings internacionales de mejores facultades del mundo en el ámbito de las ciencias sociales –codo con codo con Harvard, UC Berkeley o Standford (15)–, y en 2009 era la tercera universidad británica en los rankings generales, tras Cambridge y Oxford, y la primera en ciencias sociales (RAE, 2008). Por sus aulas han pasado hasta 15 premios nobel (11 de ellos en economía) e innumerables líderes sociales y políticos (LSE, 2006).

En el curso 2008-2009, la LSE ofreció 36 programas de grado y 134 programas de postgrado (másters y doctorados) a través de 18 departamentos que funcionan como facultades o escuelas con centros de investigación asociados, y obtuvo unos ingresos de 203 millones de libras (unos 226 millones de euros) de los cuales casi el 50% procedían de la matrícula de los alumnos. Para valorar estas cifras podemos tomar, a título comparativo, las de la Universidad Pompeu Fabra, de similar envergadura académica en España (15 facultades o escuelas) y enfoque (centrado también en las ciencias sociales (16)).

Tabla 1. LSE vs UPF: comunidad académica e ingresos

2008-2009	Número de alumnos	Ingresos (millones €)	Ingresos por estudiantes	Personal total

LSE	8.700	203	50%	2.900
UPF	11.769	126	14%	1.888
Fuente: Memorias anuales				

A pesar de la elevada proporción de ingresos procedentes de las matrículas de los estudiantes, la LSE es una institución de carácter público. El hecho de financiar parte de su presupuesto con fondos procedentes del erario público le otorga este estatus en el Reino Unido (17).

4. EL NACIMIENTO DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA LSE: LA VISIÓN DE ROGER SILVERSTONE Y EL ENFOQUE REALISTA DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) (17)

Los estudios sobre comunicación (Communication, Culture and Media Studies) en el Reino Unido son en este país, como en el resto del mundo, un ámbito académico relativamente joven, desarrollado en las últimas cuatro décadas. Los estudios en el Reino Unido son anteriores, no obstante, a, por ejemplo, el caso español, donde hasta la década de los setenta sólo existen las escuelas profesionales. En el Reino Unido, la primera cátedra universitaria de investigación en comunicación social se crea en 1959 en la Universidad de Leeds (Granada Research Fellowship in Television) (International Communication Gazette, 1959) y el primer centro de investigación nace en 1966, en la Universidad de Leicester (Centre for Mass Communication Research (19). Pero es durante la década de los 70 y los 80 cuando la formación universitaria en comunicación empieza a proliferar con una característica común a estos estudios en toda Europa: la multidisciplinariedad. La sociología, la psicología y la ciencia política son las áreas de mayor impulso para estos estudios en sus inicios en el Reino Unido, a las que se sumarán posteriormente otras, como la economía, el derecho, los negocios, la tecnología o las humanidades.

La LSE, a pesar de su especialidad en las ciencias sociales incorporará tarde los estudios de comunicación a su oferta académica. Según las entrevistas realizadas, la razón de ello se encuentra en la fuerte resistencia que una parte de la comunidad académica de las grandes y viejas universidades del Reino Unido ofrecía, y sigue ofreciendo, ante la idea de considerar los estudios sobre comunicación un ámbito autónomo de estudio, equiparable a los ámbitos tradicionales en las ciencias sociales, y al mismo tiempo multidisciplinar y ecléctico, sin unas fronteras delimitadas. A ello había que sumar además las reticencias de los departamentos de ciencias sociales que ofrecían los primeros programas de comunicación ante la posibilidad de perder este ámbito de docencia.

En la LSE, el primer programa en Media Studies nace en 1993. Se trata de un máster en comunicación social (Media and Communications), dirigido por Sonia Livingstone desde el departamento de psicología social. El proceso de expansión de estos estudios vivirá al cabo de poco una aceleración en la escuela gracias a la llegada en 1996 del sociólogo Anthony Giddens a su dirección. Apenas iniciada su andadura como director, Giddens, convencido del rol central de los sistemas de medios en la sociedad, decidió impulsar la expansión de los estudios de comunicación creando la Cátedra de Medios y Comunicación (Chair in Media and Communications), que fue concedida en 1998 a Roger Silverstone. Poco después, en 2001, los estudios se convirtieron en un programa interdepartamental (sociología/psicología social) y en 2003 Roger Silverstone, apoyado por Giddens, consiguió crear un departamento autónomo donde agrupar a la mayoría de los estudios de comunicación en la LSE. El primer departamento nuevo en la escuela en veinte años.

Roger Silverstone merece poca presentación a los conocedores de este campo de estudio en el Reino Unido, siendo como fue uno de los pilares de su desarrollo y consolidación, hasta su muerte en 2006. Nick Couldry afirmó en el obituario que le dedicó en *The Independent*: “The academic field of media and Communications research has grown to maturity over the past three decades, and Roger Silverstone was a giant within it” (Couldry, 2006) (20). Licenciado en geografía por la Universidad de Oxford, exproductor y editor televisivo de la BBC y doctor por la misma LSE, este sociólogo se convirtió con 53 años en el primer catedrático de comunicación social de la LSE. Antes, ya había sido el primer catedrático en comunicación social (Professor of Media Studies y Chair of The Media Studies Subject Group) en la Universidad de Sussex, y había dejado

también en la Universidad de Brunel un importante legado académico en el campo de los Media and Communication Studies (Couldry, 2007). Como respuesta a la invitación de Giddens, Silverstone se dedicó a impulsar este campo convirtiéndose en un infatigable defensor del mismo frente a los escépticos. En 2002, los estudios de medios en la LSE (agrupados bajo el título de Media@LSE) atrajeron a 120 alumnos de postgrado en cuatro másters y un programa de doctorado en los que estaban involucrados hasta 11 facultades distintas. En 2003, la tenacidad y personalidad de Silverstone –arropado por otros docentes de Media@LSE, como Sonia Livingstone, Robin Mansell, Margaret Scammell o Terhi Rantanen– condujo a la creación del Departamento de Medios y Comunicación (a partir de ahora DMC).

Este contexto de nacimiento marcó alguna de las particularidades del nuevo departamento. Para empezar, la LSE no aceptó que se creara un programa de grado y el departamento nació sólo con oferta de postgrado. La estrategia de especializar en comunicación a estudiantes formados en otras disciplinas constituye uno de los rasgos distintivos del departamento, además de su acentuado internacionalismo y su carácter multidisciplinar, superiores ambos a la media de la LSE.

Pero para definir este contexto de partida nada mejor que acudir a los principales textos de Silverstone. En ellos destacan cuatro conceptos que han influido en la evolución del DMC de forma importante directa o indirectamente (como legado académico, perspectiva de investigación compartida por quienes fueran sus colegas o discípulos/as o por la forma de operar y organizar el departamento). Estos cuatro conceptos son la mediatización, el necesario distanciamiento (*proper distance*), la crítica al tecnodeterminismo redentor como primer paso hacia una teoría ética de los medios de comunicación, y la necesidad de hacer del estudio de los medios una empresa tan humanística como humana. Dos de los textos donde mejor plasma Silverstone esta visión son *Why Study the Media?*, publicado en 1999 en inglés (Silverstone, 1999; en castellano: Silverstone, 2004a) y “Proper distance: Towards and ethics for cyberspace” (Silverstone, 2004b).

Silverstone propone en estos textos repensar el estudio de los medios de comunicación como un proceso de mediatización (“de transformación constante de significados”) (Silverstone, 2004a: 32) que es central en nuestra vida cotidiana por sus dimensiones sociales, culturales, políticas y económicas pero siempre reconociendo que se trata de un proceso fundamentalmente político, o, mejor dicho, “políticamente económico”, es decir, en el que la dimensión económica es muy importante pero en última instancia implica decisiones políticas (Silverstone, 2004a: 15 y 18). Plantea además que este estudio se aborde con el distanciamiento adecuado, que para Silverstone radica en la capacidad para ampliar la perspectiva propia atendiendo y reconociendo al *otro* en su diferencia y en su semblanza con uno mismo. Es decir, estudiar al objeto manteniendo cierta distancia con respecto al mismo y, simultáneamente, desplazándonos a nosotros fuera del centro (Silverstone, 2004b). Y todo ello con el objetivo en mente no de crear una teoría única de los medios, que a Silverstone se le antoja imposible, sino para poder construir un entramado teórico ético (Silverstone, 2004b: 19). Y para ello añade: “El estudio de los medios debe ser crítico. Debe ser relevante. (...). Debe ser un pensamiento en acción.” (Silverstone, 2004a: 12). Por tanto, el estudio de los medios debe ser una empresa con una lógica “enemiga de las tiranías del determinismo tecnológico y social”, que debe intentar navegar “en el límite entre las ciencias sociales y las humanidades” (Silverstone, 2004a: 11). Con inusitada lucidez para un texto escrito en 1999 Silverstone afirma: “Gran parte del debate contemporáneo se alimenta de la percepción de la velocidad de [los] distintos cambios y transformaciones, pero confunde la velocidad del cambio tecnológico, e incluso del cambio en las mercancías, con la del cambio social y cultural” (Silverstone, 2004a: 19). Y añade: “El estudio de los medios debe ser una ciencia tan relevante como humanística”, pues al fin y al cabo de lo que estamos hablando es de una “cuestión de poder” (Silverstone, 2004a: 20 y 227).

Años después, en 2007, cuando se publicara su libro *Media and Morality* al año siguiente de su fallecimiento, Ulrich Beck afirmarí sin ocultar su entusiasmo que estábamos ante un nuevo Habermas, ante una “nueva teoría crítica sobre la sociedad civil global emergente y sus contradicciones”, como podía leerse en la promoción del libro. La profesora Rantanen resumiría el pensamiento de Silverstone de forma muy clarificadora afirmando que lo que había hecho era colocar a los medios de comunicación “en el corazón del futuro moral de la civilización” (Rantanen, 2006). Esta visión del estudio de los medios de comunicación, humanista y social a la vez, unida a la variable económico-política (“una cuestión de poder”) y su agudo y realista diagnóstico de la tecnología, constituye el ideario que Silverstone aportaría al nuevo departamento y que el resto de miembros fundadores harían suyo o compartirían ya previamente.

Este enfoque realista de las TIC, junto al compromiso humanista y social, queda plasmado en un epígrafe del texto que define el objetivo del programa de medios en el LSE, justo antes del nacimiento del departamento:

“[The Interdepartmental Program in Media and Communications, called Media@LSE and located at the LSE] is an example of a program explicitly designed to encourage critical reflection on the many issues emerging in a world where digital technologies are becoming intensely intertwined with our everyday lives. However, those contributing to the program have a strong commitment to ensuring that the new technologies of the Internet Age are not privileged over other media or over developments in the social work” (Jankowski et al, 2001: 171) (21).

Así, el DMC de la LSE nació, según sus propios fundadores, para abordar la confluencia entre cambio social y cambio tecnológico marcándose muy claramente la misión de no dejarse absorber sólo por lo tecnológico: “[Internet] should neither be reified nor fetishised. (...). There would be a need to work on content and context, and to resist the demands of students to focus only on the immediate or on the future rather than the past, the digital rather than the analogue; on the Internet and not on radio or television” (Jankowski et al, 2001: 173-174) (22). Afirmaban los promotores del departamento que el objetivo era ir “beyond connection” (23), para aportar nuevas interpretaciones de los medios de comunicación que no estuvieran dirigidas ni por el determinismo tecnológico ni por el determinismo social. Este espíritu es el que nos lleva a afirmar aquí que el departamento pretendía alentar la reunión de las perspectivas, hoy a menudo distantes, de la economía política y los estudios culturales.

Las primeras líneas de investigación creadas en el DMC fueron cinco: Democracia; Economía Digital; Alfabetización (*Literacies*); Cultura y Comunidad; y Ética. La descripción de ellas, hecha por sus promotores, indica un enfoque crítico (con el énfasis puesto en las relaciones de poder, la exclusión/inclusión, la desigualdad, el enfoque moral y cuestiones relativas a la emancipación cultural y personal) (Jankowski et al, 2001: 174-177).

Finalmente, el DMC también bebió en sus inicios de la tradición universitaria de la propia LSE y de las propias disciplinas de las que procedían sus fundadores. Lo que significa que su objetivo pedagógico estaba y está más centrado en la investigación que en la formación profesional práctica –siguiendo la tradición británica, que da prioridad a la investigación empírica.

5. EL DEPARTAMENTO DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN DE LA LSE: DATOS CLAVE (24)

El Departamento de Medios y Comunicación de la LSE nació con seis miembros a tiempo completo en 2003, que se habían convertido en 15 en 2011, más los profesores a tiempo parcial. Si en 2003 era el departamento más reducido de la LSE, en 2011 tras su relativo crecimiento seguía siendo el tercer departamento de menor tamaño (25). En 2010 el departamento declaraba en su página web y en sus folletos promocionales los siguientes objetivos generales:

- 1) Convertirse en el departamento líder en investigación en medios y comunicación en el Reino Unido y en uno de los cinco principales del mundo.
- 2) Proporcionar una educación de postgrado de alto nivel en los principales ámbitos relacionados con la comunicación social.
- 3) Formar estudiantes para la investigación doctoral o profesional en comunicación para incorporarse a una gama amplia de profesiones relacionadas con los medios de comunicación y la comunicación.
- 4) Realizar investigaciones relevantes para las agendas públicas, políticas, de los medios y académicas con el fin de influir en ellas.

5. 1. Oferta docente y estudiantes

El DMC ofrecía en 2011 cuatro programas de postgrado de un año de duración, además del programa de doctorado y un máster realizado conjuntamente con una universidad de fuera del Reino Unido. Los ámbitos cubiertos por los programas de máster eran investigación en comunicación e investigación especializada en

políticas de comunicación (Communications Governance); comunicación y desarrollo; medios globales y comunicación; política y comunicación; medios de comunicación y género. El programa de doctorado ofrecía dos líneas principales: medios y comunicación; y nuevos medios, innovación y alfabetización. En el caso del master en medios globales y comunicación (Global Media and Communication), después de cursar el primer año en Londres en la LSE los estudiantes podían elegir cursar el segundo año bien en la Annenberg School of Communication, de la University of Southern California (USC), una de las facultades de comunicación líderes en los Estados Unidos y con importantes vínculos con la industria en Los Ángeles, o bien cursarlo en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Fudan, con vínculos en este caso con los medios de comunicación de Shanghai, la ciudad más poblada de China y donde se emplaza esta universidad.

En el curso 2009-2010 el departamento contaba con 236 estudiantes (38 de doctorado) de los cuales el 20% procedían del Reino Unido o la Unión Europea y el 80% de fuera de Europa. Hasta 2010 al menos, la demanda de los programas de máster del departamento había aumentado año tras año a una ratio superior al aumento medio de la demanda de plazas experimentado por la LSE en su conjunto y todos los programas eran rentables. El programa de doctorado había estado recibiendo hasta entonces unas 50 solicitudes al año y se aceptaban seis estudiantes nuevos al año.

Según datos de la LSE de su página web, el 93% de los estudiantes que terminaron en el curso 2009-2010 alguno de los programas del departamento de medios encontró trabajo en los siguientes seis meses. Las principales áreas en las que los ex estudiantes del departamento fueron contratados se encuentran en el sector de los medios de comunicación, el sector editorial, la industria publicitaria, la empresa pública, el comercio, la banca, las fundaciones y el sector educativo. Según la LSE el salario medio inicial de los recién graduados en el departamento de comunicación era en 2009-2010 de casi 30.000 libras al año (unos 36.000 euros).

Finalmente, es preciso tener en cuenta que los costes de matrícula del DMC son superiores a los costes de programas similares en otras universidades del Reino Unido y los más elevados de todas las universidades de Londres con programas de postgrado en comunicación social (e incluso superiores a los programas de ciencias sociales de las universidades de Oxford y Cambridge). En el curso 2011-2012 un máster de comunicación en la LSE tenía una matrícula anual de 10.272 libras esterlinas (13.000 euros) para los residentes británicos o miembros de la Unión Europea y de 15.888 libras esterlinas (19.000 euros) para los estudiantes no europeos. Es importante señalar, no obstante, que estas tarifas son tarifas medias en la LSE, donde los programas de master de economía o finanzas pueden superar en mucho, incluso doblar, tales cifras. Este dato, combinado con el elevado porcentaje de estudiantes no europeos y el reducido número de becas disponibles, permite imaginar el predominio de estudiantes procedentes de familias adineradas de países emergentes que recibe la LSE, y también el departamento de medios y comunicación. En la tabla 2 pueden verse las tarifas previstas para el curso 2012-2013 de las universidades de Londres con programas de comunicación social.

Tabla 2. Universidades en Londres. Comparativa de matrícula anual (a tiempo completo) de los masters de comunicación (*Media y Journalism*)

Universidad <i>Curso 2012-2013</i>	Nacionales y UE <i>En libras esterlinas</i>	Otros <i>En libras esterlinas</i>
LSE	10.680	16.512
Kings College (*)	8.200	15.140
Westminster	De 5.500 a 7.500	De 11.000 a 12.000
East London (*)	5.490	9.990
Goldsmith	De 4.290 a 9.400	De 11.100 a 14.900
Birkbeck	De 3.700 a 6.200	De 10.900 a 13.092

Fuente: Páginas web de los centros

(*) Curso 2011-2012

Estas elevadas tarifas no son una cuestión accidental, sino que forman parte de la estrategia de la LSE en su conjunto, de obligado cumplimiento para todos los departamentos. Durante las entrevistas se percibió que la atracción de estudiantes capaces de pagar tarifas elevadas y de investigadores capaces de atraer fondos nacionales e internacionales es vista por los investigadores del departamento como un medio para continuar con la expansión del mismo, tal como nos reconocieron algunos de sus miembros. De hecho, una de las investigadoras entrevistadas en el DMC definió la LSE como la universidad más elitista del Reino Unido. Esto permite comprender porqué la LSE considera como principal competencia a las dos universidades decanas del Reino Unido, Oxford y Cambridge, y a las grandes universidades norteamericanas.

5.2. Investigación

El Departamento de Medios y Comunicación de la LSE ha sido siempre un centro de tamaño pequeño pero con una notable capacidad para atraer financiación y producir literatura de referencia. Sólo durante sus primeros cinco años de vida logró captar 350.000 libras (422.000 euros), adicionales a su presupuesto regular, para proyectos como la creación de una Silverstone Fellowship in Global Journalism (beca de investigación de 120.000 euros para un profesional del periodismo) o el lanzamiento del instituto Polis, para el análisis del impacto del periodismo en la sociedad. Este dinamismo y su nivel de publicaciones le llevó a situarse en 2008 en la tercera posición del Research Assessment Exercise (RAE 2008) en la categoría de comunicación, cultura y medios. Este ranking, elaborado por las autoridades británicas, también calificó entonces al 75% de los profesores del DMC como líderes mundiales en su campo o con excelencia internacional. En el momento de esta valoración el departamento tenía sólo 10 miembros y cinco años de existencia.

En la actualidad cuatro son las áreas temáticas en las que se concentra la investigación principal del centro, si bien todas ellas incorporan a su vez visiones tan inter- y multidisciplinares que sus fronteras divisorias no siempre están claras. Estas áreas son: innovación (cambio tecnológico) y políticas (Governance), la esfera pública mediatizada (comunicación política, participación social, ética periodística), culturas mediáticas transnacionales (industrias mediáticas globales, tendencias globales, representaciones mediáticas, etnicidad, género y derechos humanos) y alfabetización digital y mediación (audiencias, identidades, nuevas competencias y nuevas habilidades, etc.). Dentro de estas áreas se enmarca la línea de investigación sobre ética y moralidad iniciada por Roger Silverstone y continuada principalmente por Lilie Chouliaraki.

Las profesoras del DMC que ocupan cátedras destacan por participar o haber participado en organismos o consejos de relevancia a nivel nacional e internacional tanto en el ámbito académico como político y por haber impulsado la creación de publicaciones científicas reconocidas en esta disciplina. El fallecido Roger Silverstone fue uno de los fundadores de *New Media & Society* (Sage). Robin Mansell fue presidenta de la IAMCR (International Association for Media and Communication Research, 2004-2008) y ha sido o es miembro de diversos comités académicos internacionales (Universidad de Salzburg, Universitat Oberta de Catalunya, Asia Media Information and Communication Centre-Singapore, Instituto del Tercer Mundo-Uruguay, LIRNEAsia-net-Sri Lanka) y de la Comisión Europea (European Research Council). Sonia Livingstone fue presidenta de la ICA (International Communication Association, 2007-2008) y ha asesorado y asesora a numerosos organismos públicos británicos (UK Council of Child Internet Safety, Departamento de Educación, Ofcom, Internet Watch Foundation, Higher Education Funding Council for England y otros), especialmente en temas relacionados con el acceso a Internet de los menores. Terhi Rantanen es cofundadora del *Journal of Global Media and Communication* (Sage). Estos profesores han sido y son también editores de volúmenes compilatorios para editoriales académicas de prestigio como Sage, Routledge o Blackwell-Wiley. Asimismo la lista de participaciones completas, tareas de asesoramiento, publicaciones internacionales, ponencias invitadas y otras actividades del departamento se completa por supuesto con el trabajo del resto de investigadores más jóvenes del departamento, algunos de ellos con una actividad muy destacada y relevante (como es el caso, por ejemplo, de Bart Cammaerts o Damian Tambini, entre otros). El resultado es una producción y nivel de intervención asombrosa en cuanto a volumen y relevancia pública (número de citaciones en revistas científicas, apariciones

en los medios de comunicación, etc.) atendiendo al tamaño del departamento.

Según datos del propio departamento, entre 2001 y 2008 los miembros del departamento recibieron hasta 22 reconocimientos en forma de premios, honores o fondos de investigación; realizaron 198 conferencias en 17 países distintos, de las cuales 47 fueron ponencias por invitación; fueron moderadores en hasta 22 congresos; y realizaron 22 asesorías expertas. En este mismo periodo estuvieron presentes en hasta 64 puestos no ejecutivos y de asesoramiento (35 de ellos en organismos gubernamentales), formaron parte de hasta 47 consejos editoriales, participaron en 15 informes nacionales y en 17 redes de investigación y obtuvieron financiación externa para 10 proyectos de envergadura y para 25 proyectos medianos o pequeños.

En 2011, los investigadores del departamento lideraban o participaban en al menos 7 proyectos de investigación financiados internacionalmente, cuatro de ellos financiados por la Unión Europea a través de programas muy competitivos.

Tabla 3. Principales proyectos del Departamento de Medios y Comunicación del LSE con financiación internacional en 2011		
Proyecto	Tipo de participación	Financiación
<i>EU Kids Online</i> (desde 2006)	Lideran (Sonia Livingstone)	EC Safer Internet Programme
<i>Family Platform</i>	Lideran (Sonia Livingstone)	Séptimo Programa marco de la Comisión Europea
<i>Media And Democracy</i>	Colideran (Terhi Rantanen)	European Research Council
<i>Media Citinzenship</i>	Participan	Séptimo Programa marco de la Comisión Europea
<i>Mediated Humanitarian Knowledge</i>	Colideran (Shani Orgad)	Leverhulme Trust (Unilever)
<i>Media Policy Project</i>	Lideran (Damian Tambini)	Open Society Foundation (George Soros)
<i>Opaals</i> (hasta 2010, sigue como red europea)	Lideran (Paolo Dini)	Sexto Programa marco de la Comisión Europea
Fuente: Página Web de la LSE.		

6. DISCUSIÓN

A continuación se discuten algunos de los principales rasgos que caracterizan al DMC de la LSE para la autora de este artículo:

En primer lugar el DMC nace y se mantiene con el objetivo de afrontar la investigación del ámbito de la comunicación social desde la teoría social, en lo que algunas entrevistadas denominan como el “research ethos” del centro. Más en concreto lo que se pretende no es tanto estudiar a los medios de comunicación como la mediación, es decir, todos los elementos multidisciplinares que provocan que los medios de comunicación tengan las implicaciones que tienen en el contexto de la sociedad de la información pero evitando en todo momento el determinismo tecnológico. Este *ethos* sigue, como ya señalamos, la tradición británica que prioriza la investigación empírica.

Lo anterior obliga a la multidisciplinariedad y la investigación realizada en el DMC sin duda lo es abarcando temas que van desde la psicología social a la sociología, la política, la economía y la tecnología. La multidisciplinariedad no lo es sólo en los ámbitos de estudio sino también en las perspectivas adoptadas. Ahora bien, a pesar del perfil crítico y el reconocimiento de la dimensión económica promocionada en el DMC desde

Roger Silverstone, la investigación predominante se realiza desde la perspectiva de los estudios culturales –la economía política coexiste con ellos a través de las aportaciones de algunos investigadores, pero solo de forma minoritaria.

Por otro lado, el enfoque crítico del DMC engarza con la tradición liberal anglosajona y sitúa al centro entre los departamentos más progresistas de la LSE –si bien se trata de un departamento “crítico pero no revolucionario”, como afirmó una de las investigadoras entrevistadas–. La preocupación por temas relacionados con la desigualdad, el sufrimiento o las relaciones de poder así lo atestiguan y la directora entonces del centro lo corroboró explícitamente al afirmar que el departamento está para aportar un valor social (“public value”), “no para hacer ganar dinero a las empresas”.

A su vez, lo anterior incorpora la necesidad de influir, y de influir principalmente en el sector público, que es el que puede determinar los cambios sociales según esta visión, algo que el departamento ha conseguido desde su nacimiento a tenor de los datos: todas las profesoras que ocupan una cátedra en el departamento han sido en algún momento asesoras de organismos gubernamentales británicos o directamente han asesorado a miembros del gobierno, diversas de ellas han participado en la redacción de documentos de referencia en el seno de organismos internacionales como la Unesco y algunos de los proyectos liderados han tenido un impacto en los medios de comunicación muy considerable (UK Children Go Online, dirigido por Sonia Livingstone, había aparecido en más de 220 medios de comunicación hasta el 2010, por ejemplo, según datos del departamento). La creación del centro Polis, centrado en el ámbito más periodístico, perseguía esta misma función y fue definido por el mismo centro desde su nacimiento como un *think tank*.

Sin embargo, existen algunas contradicciones importantes al espíritu anterior que vienen a unirse a algunos riesgos e incertidumbres que merecen mención.

En primer lugar, el *ethos* de investigación del centro fue impulsado por la generación de investigadores que lo engendró y que recientemente ha iniciado su proceso natural de relevo generacional. En algunos casos los investigadores más jóvenes se encuentran claramente vinculados al espíritu inicial pero el alejamiento de tal espíritu es también claro en otros. Por ejemplo, se hace difícil no apreciar determinismo tecnológico en al menos la definición del proyecto de ecosistemas digitales OPAALS (Open Philosophies for Associative Autopoietic Digital Ecosystems), coordinado por un investigador invitado. Este proyecto basa toda su razón de ser en que un cambio tecnológico (una nueva generación de aplicaciones de Internet basada en sistemas abiertos) va a comportar un claro cambio social (en forma de estímulo del desarrollo económico regional).

Adicionalmente, el espíritu de investigación basado en aportar conocimiento teórico no tecnodeterminado a la sociedad es diariamente desafiado por los intereses de los estudiantes, apremiados en su mayoría por la ansiedad de encajar en el mercado de trabajo. Su elevado grado de cosmopolitismo también tiene un coste en forma de ausencia de temas de investigación británicos o incluso europeos.

En segundo lugar, la multidisciplinariedad es real a nivel departamental pero mucho menos a nivel individual. Esto es, los investigadores parten de su campo de origen para estudiar los fenómenos de mediación comunicativa (sea este la sociología, la psicología, la economía, etc.) pero pocas veces realizan trabajos realmente multidisciplinarios de forma individual o con otros investigadores. La mirada multidisciplinar la obtenemos al observar la investigación del centro globalmente, no individualmente por investigadores. No obstante, existen algunos investigadores con miradas y trabajos realmente multidisciplinarios, pero de forma limitada. Este hecho corrobora la enorme dificultad de realizar investigaciones realmente multidisciplinarias en el ámbito que nos ocupa, incluso en entornos tan multidisciplinarios como el DMC.

En tercer lugar el DMC se ha ubicado hasta hoy entre los departamentos más liberales de la LSE en cuanto a objetos de estudio y perspectivas. El impulso inicial, marcado por el apoyo de un director de la LSE de talante progresista como Giddens, se vería afianzado por el grupo de fundadores del centro, con temáticas y perspectivas en la línea descrita en los apartados anteriores. Sin embargo, hay una minoría de investigadores que no se ajustan a este perfil. Entre estos últimos, el pensamiento crítico es claramente más débil en comparación con sus colegas. Es cierto que la inclusión de todas las perspectivas, quizás incluso de las no críticas, podría considerarse forma parte del propio espíritu liberal, abierto a todas las perspectivas por

definición, pero no formaría parte del espíritu original del DMC.

Existe también una contradicción de base importante, relacionada con el carácter elitista del centro en la medida en que prevalece una perspectiva de aproximación crítica en la investigación, con especial atención a la desigualdad, pero al mismo tiempo el centro y toda la escuela explota esta desigualdad teniendo por principal objetivo captar a los estudiantes con más recursos económicos, los únicos capaces de poder asumir los costes de matrícula de la LSE (con excepción de un reducido número de estudiantes que pueden optar a becas lo suficientemente importantes como para acudir a la LSE).

Confrontados con lo anterior, algunos entrevistados recalcaron la tradición progresista de la universidad, que ha acogido en su historia algunos de los acontecimientos más significativos en materia de cambio social (como fue un compromiso destacado durante el mayo de 1968, mayor que el de otras universidades británicas). El campus urbano de la LSE también daría fe de este compromiso hoy: Houghton Street, el corredor peatonal que constituye la arteria central de la LSE, muestra de forma permanente el compromiso de los estudiantes con causas de todo el mundo.

Finalmente, y vinculado a lo que acabamos de afirmar, el compromiso por influir sin partidismos del DMC también merece una observación a parte. Tradicionalmente el peso de la influencia ejercida por el departamento se ha realizado sobre las autoridades públicas pero existe una importante tendencia a abrirse también al sector privado, iniciada principalmente por el instituto Polis, si bien el vínculo no es aquí con la empresa privada sino con los profesionales del periodismo. En cualquier caso, y como reconocieron diversas de las entrevistadas, la influencia del departamento es muy superior a lo que es visible y muestra la enorme dificultad de mantener la independencia, incluso para un perfil liberal como el del DMC. Por ejemplo, los investigadores del DMC asesoraron a los gobiernos laboristas durante 15 años hasta 2010, tal y como recordó una de las entrevistadas.

7. CONCLUSIONES

Lo expuesto hasta aquí nos permite aventurar algunas respuestas a nuestras preguntas de partida de la investigación sobre el departamento de medios y comunicación de la LSE.

En primer lugar, el DMC encaja perfectamente en una universidad caracterizada por aceptar la diversidad y la crítica radical, entendida esta ampliamente (tanto desde posiciones colectivistas como individualistas). Es interesante observar en este sentido cómo las visiones sin partidismos, abiertas a todos los puntos de vista, eclécticas o intermedias son enormemente difíciles de encontrar entre los seres humanos. La apertura de miras en la LSE la aporta la diversidad del colectivo de personas en su globalidad, pero es difícil encontrarla por igual en cada individuo, aunque por supuesto existen excepciones. Esto, lógicamente, provoca escenarios en tensión permanente entre sus actores. Esta tensión, muy acentuada en escenarios muy polarizados políticamente como el caso español, existe también en la LSE, aunque de forma mucho más diversa –no polarizada– y mucho más asentida –los actores en tensión aceptan mejor la discrepancia–.

En segundo lugar, la aportación del DMC a los estudios de comunicación en el Reino Unido es triple. Por un lado, lograr introducirse en un entorno como la LSE a nivel departamental contribuye a robustecer el campo de estudio en el país, y por supuesto también contribuye a enriquecer esa visión global de la que hablábamos antes en entornos como la LSE – y dado que la escuela es un centro formador de líderes esta aportación no es menor–. Por otro lado, es meritoria la visión convergente de partida entre la economía política y los estudios culturales, aunque sus frutos son escasos no hay duda que esta visión impregna la tarea de algunos importantes investigadores del departamento. Finalmente, el departamento aporta investigaciones de referencia en algunos temas en el ámbito de las relaciones de poder, la exclusión/inclusión, la desigualdad, el enfoque moral y cuestiones relativas a la emancipación cultural y personal. Y lo hace también en ámbitos destacados, como las TIC, los menores o los colectivos que son objeto de la violencia.

Finalmente, nos preguntábamos de dónde procede el prestigio del DMC. La respuesta la encontramos por supuesto en el apartado anterior. Los miembros fundadores del departamento realizaron un esfuerzo muy importante para poder situarlo en una posición líder en el Reino Unido en apenas cinco años, pero los miembros contratados posteriormente se han unido con ahínco a esa labor. Lógicamente juega un papel determinante en

ello el contexto académico británico, que ejerce una enorme presión sobre su plantilla para conseguir la excelencia internacional en su permanente batalla con Estados Unidos para atraer los mejores perfiles internacionales académicos y de estudiantes. En el caso del DMC nos encontramos con un departamento de tamaño pequeño o mediano-pequeño con un enorme impacto público gracias a todo este esfuerzo. Sin embargo, no es posible olvidar el terreno sobre el que fertilizó el proyecto. La LSE ha construido una marca de prestigio internacional que tiene un enorme peso en la difusión, captación de fondos y de profesores, investigadores y estudiantes para todos los departamentos que alberga, como reconocen los propios investigadores entrevistados.

Finalmente, consideramos de interés remarcar algunos elementos que abren nuevas preguntas de investigación o simplemente cuestiones para la reflexión:

1. Hasta hoy el DMC ha sido un departamento dominado por mujeres. Roger Silverstone se rodeó principalmente de investigadoras y estas continuaron e hicieron crecer el departamento tras su fallecimiento prematuro. En 2011 todas las cátedras seguían ocupadas exclusivamente por mujeres. Esta inversión en el dominio de género en la academia es una singular excepción en el Reino Unido, como en el resto de Europa, y sin duda un objeto de estudio interesante en sí mismo.
2. El departamento recibe financiación nacional e internacional pero, hasta el momento, la mayor proporción de recursos con diferencia procede de la Unión Europea. De hecho, las universidades anglosajonas líderes cuentan mayoritariamente con la Unión Europea como principal fuente de financiación, lo cual suscita interés por estudiar cómo esto afecta a su visión de Europa en un país que cabalga entre el euroescepticismo y el europeísmo.
3. Los principios fundadores del departamento se reflejan todavía claramente en el trabajo de muchos de los investigadores del mismo, sin embargo existe una clara tendencia hacia otras direcciones y en algunos aspectos esos principios no han logrado imponerse. El determinismo tecnológico impulsado por la seducción que lo digital ha generado en estudiantes y organismos financiadores ha penetrado también en el departamento en forma de intereses de los alumnos y proyectos de investigación. Y la convergencia entre estudios culturales y economía política se parece más a una fusión por absorción, de los primeros sobre la segunda, que a una real combinación de saberes y perspectivas.
4. El enfoque liberal, a pesar de sus contradicciones, aporta elementos enriquecedores también desde una perspectiva colectivista (no individualista). Por ejemplo destaca la voluntad de influir en la sociedad y de conectarse a esta sin que ello implique asociar *sociedad* exclusivamente a *empresa privada*. Para el DMC influir ha significado principalmente, hasta hoy, influir en el ámbito político y gubernamental con fines públicos o de bien común. La oferta docente en su totalidad y la mayoría de los proyectos de investigación del departamento centran su preocupación en el conocimiento, mucho más que en la demanda laboral del mercado, como puede observarse en el programa docente y los objetos de estudio. No cabe duda que este hecho es especialmente relevante e inspirador para muchos departamentos de comunicación europeos que se debaten entre ambos extremos tras la reforma de Bolonia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BEVERIDGE, William (1960): *London School of Economics and its problems: 1919-1937*. London: Allen & Unwin.
- CAINE, Sydney (1963): *The History of the Foundation of the London School of Economics and Political Science*, London: LSE.
- COULDRY, Nick (2006): "Professor Roger Silverstone", *The Independent*, 20 de julio.
- COULDRY, Nick (2007): "Honoring Roger Silverstone (1945-2006): A Brief Introduction", *International Journal of Communication*, n.1, pp. 83-86.
- DAHRENDORF, Ralf (2007): *LSE. A history of the London School of Economics and Political Science. 1895-*

1995, Oxford: Oxford University Press, Oxford [1ª ed: 1995].

INTERNATIONAL COMMUNICATION GAZETTE (1959): "Current Activities", vol. 5, n.1 pp. 167-171 (Consultado el 1 de abril de 2012 en: http://gaz.sagepub.com/cgi/pdf_extract/5/1/167)

JANKOWSKI, Nicholas W.; FOOT, Kirsten; HOWARD, Philip N.; JONES, Steve; MANSELL, Robin, SCHNEIDER, Steve; SILVERSTONE, Roger (2001): "The Internet and Communication Studies", en NISSENBAUM, Helen y PRICE, Monroe (ed.), *Academy & the Internet*, New York: Peter Lang, pp. 168-195

LESSINGER, Arthur M. Jr, (1993): "Harold Laski: A life on the left", *Washington Monthly*, 1 November, [Consultado el 1 de abril de 2012 en: <http://www.thefreelibrary.com/Harold+Laski:+A+Life+on+the+Left.-a014687963>].

LSE (2006): *The London School of Economics and Political Science: profile*, London: LSE.

LSE (2009): *The London School of Economics and Political Science: in short*, London: LSE.

MEDIA@LSE (2002): *Media@lse Review 2001-02: Beyond connection*, London: LSE.

MEDIA@LSE (2005): *Media@lse Review 2004-2005: Media and Communications in an Uncertain World*, London: LSE.

MEDIA@LSE (2010): "Departmental Development Plan 2007-2012", June 2006, reviewed 2009-2010, London: LSE.

MEDIA@LSE (2002, 2005 y 2010), *New Research Newsletters* (boletín del Departamento de medios y Comunicación).

MOSS, Lawrence (1982): "Opening remarks about the LSE panel", *Athlantic Economic Journal*, vol. 10, n 1, pp. 1-2 [Consultado el 1 de abril de 2012: <http://www.springerlink.com/content/5551044n148j4j55>].

RAE (2008): "The Research Assessment Exercise", Higher Education Funding Council for England, the Scottish Funding Council, the Higher Education Funding Council for Wales y the Department for Employment and Learning, (<http://www.rae.ac.uk/>).

RANTANEN, Terhi (2006): "In memory of Roger Silverstone", London: LSE.

RUSSELL, Bertrand (2004): *Sceptical Essays*, London: Routledge.

SILVERSTONE, Roger (1999): *Why Study the media?*, Buenos Aires: Amorturru.

SILVERSTONE, Roger (2004a): *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires: Amorturru.

SILVERSTONE, Roger (2004b): "Proper distance: towards an ethics for cyberspace", en Liestøl, Gunnar, Morrison, Andrew y Rasmussen, Terje, (eds), *Innovations*, Cambridge: MIT Press.

SILVERSTONE, Roger (2006): *Media and Morality: on the rise of the mediapolis*, Cambridge: Polity Press, Cambridge.

THOMPSON, Francis M.L. (ed.) (1990): *The University Of London and the World of Learning. 1836-1986*, London: Hambledon Press.

Breve semblanza de la autora: Núria Almiron es licenciada en ciencias de la información y ciencias políticas y doctora en periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona. Es profesora titular de Estructura de la información en el Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra y miembro del grupo de investigación Unica de este mismo centro. Sus líneas de investigación principales son la estructura y las políticas de comunicación desde la perspectiva de la economía política crítica de la comunicación.

(1) Agradecimientos: la investigación que aquí se presenta no habría sido posible sin el generoso apoyo y colaboración proporcionados por el Departamento de Medios y Comunicación de la London School of Economics and Political Science y, muy especialmente, por su directora de estudios, Robin Mansell, la directora del departamento en ese momento, Sonia Livingstone, y todas las personas entrevistadas y las que posteriormente leyeron el texto en su primer borrador. También quiero agradecer los comentarios de los dos revisores de este artículo en la revista *Ámbitos*.

(2) Ver por ejemplo la definición de *liberal* en la Enciclopedia Británica: “Political doctrine that takes protecting and enhancing the freedom of the individual to be the central problem of politics” (doctrina política que considera que el problema central de la política debe ser proteger y aumentar la libertad individual)

(3) Esta contradicción es reflejada de forma excelente por John Gray en su prólogo al texto de Russell, *Sceptical Essays* (RUSSELL, Bertrand, *Sceptical Essays*, Routledge, London 2004), donde define a Russell afectuosa pero lúcidamente como un racionalista escéptico.

(4) Por ejemplo es el enfoque de los centros e institutos de investigación CASE (Centre for Analysis of Social Exclusion), Centre for the Study of Human Rights, DESTIN (Development Studies Institute) o Crisis States Research Centre.

(5) Tomado de Las Geórgicas (29 a.c.), de Virgilio. En 2010, la escuela se promocionaba en su página web con este slogan: “Set up to improve society and to ‘understand the causes of things’, LSE has always put engagement with the wider world at the heart of its mission” (Establecida para mejorar la sociedad y “entender las causas de las cosas”, la LSE siempre ha situado el compromiso con el mundo entero en el centro de sus objetivos). [Consultado el 1 de abril de 2012 en: <http://www2.lse.ac.uk/aboutLSE/aboutHome.aspx>].

(6) 2008 era el último ranking publicado en el momento de escribir este artículo por el Research Assessment Exercise (RAE), evaluación realizada por las autoridades británicas (<http://www.rae.ac.uk/>). Ver también el Academic Ranking for World Universities (ARWU), del Instituto de Educación Superior de la Universidad Jiao Tong de Shangai, China (<http://www.arwu.org>).

(7) Los investigadores entrevistados fueron: Sonia Livingstone, Robin Mansell, Terhi Rantanen, Margaret Scammell, Ellen Helsper, Charlie Beckett y Damian Tambini.

(8) Las mayores facultades (*colleges*) de la University of London son en 2012 la University College London, Birkbeck, Goldsmiths, King’s College London, the London Business School, Queen Mary, Royal Holloway, the School of Oriental and African Studies y la misma London School of Economics and Political Science.

(9) Precisamente su denominación, Fabian Society, rinde homenaje al general romano Quintus Fabius Maximus, cuya estrategia en el campo de batalla consistía en evitar el combate frontal y promover tácticas de desgaste indirecto del enemigo, que tan buenos resultados le dieran contra el ejército cartaginés del general Anibal.

(10) “La escuela no se ocupará de asuntos políticos y no se presentará nada de tendencia socialista”.

(11) “(...) que la Escuela tendrá un sesgo colectivista. Cualquier pretensión de evitar todo sesgo, de realizar investigación “pura” o “abstracta”, o evasiones e irrealidades de índole similar deben ser reservadas al enemigo. (...). Tercero, si es necesario la bandera colectivista debe ondear y la Marsellesa sonar para atraer más herencias”.

(12) La LSE, como otras grandes universidades de élite, mantiene en su página web un Experts Directory, o directorio de expertos, que permite, mediante el uso de un buscador, obtener fácilmente los datos de contacto de sus profesores y/o colaboradores junto a un perfil académico y/o profesional de los mismos para facilitar esta tarea a los medios, al mismo tiempo que la promueve.

(13) Según datos de la web de la LSE: Asia, con el 28% de los estudiantes, superaba a Europa (22% de los estudiantes) y a Norteamérica (15% de los estudiantes). También Suramérica y África están representadas

entre los estudiantes (2% en cada caso).

(14) Si bien las universidades de Oxford y Cambridge también poseen campus muy internacionales, la proporción de estudiantes y profesores extranjeros es menor a la de la LSE y también es menor su diversidad, pues la mayoría de ellos proceden de los Estados Unidos. En Oxford, por ejemplo, el 41% de los profesores y el 30% de los estudiantes son extranjeros, y de estos últimos el 30% procedían de los Estados Unidos en 2010 según la página web de la universidad.

(15) ARWU (<http://www.arwu.org>).

(16) Si bien la UPF también ofrece estudios en ingenierías y ciencias de la salud, 12 de sus 15 escuelas o facultades están dedicadas a las ciencias sociales.

(17) Legalmente la LSE tiene un estatus doble: es una empresa privada sometida a la *Companies Act 1985* y es una organización benéfica, sometida a la *Charities Act 2006*. Hay que recordar que en el Reino Unido la educación universitaria era gratuita hasta 1998.

(18) Este apartado ha sido elaborado en base a los informes MEDIA@LSE, 2002; MEDIA@LSE, 2005; MEDIA@LSE, 2010; Jancowski et al, 2001; y las entrevistas realizadas por la autora.

(19) Hoy incorporado al Centre for Mass Communication Research de la misma universidad. Ver en historia de Universidad de Leicester: <http://www.le.ac.uk/mc/mcintro.html>.

(20) “La investigación académica en medios de comunicación y comunicación en general ha alcanzado la madurez a través de las tres pasadas décadas, y Roger Silverstone fue un gigante en él”.

(21) [El Programa Interdepartamental en Medios y Comunicación, denominado Media@LSE y ubicado en la LSE] es un ejemplo de programa explícitamente diseñado para alentar la reflexión crítica sobre los muchos temas que están emergiendo en un mundo en el que las tecnologías digitales están cada vez más entrelazadas con nuestras vidas diarias. Sin embargo, los participantes de este programa están profundamente comprometidos en garantizar que las nuevas tecnologías de la era de Internet no sean privilegiadas por encima de otros medios o por encima de desarrollos de índole social”.

(22) “[Internet] no debe ser convertido ni en un Rey ni en un fetiche. (...). Será preciso trabajar sobre contenido y contexto, y resistirse a las demandas de los estudiantes de centrarnos solamente en lo inmediato o en el futuro en lugar de en el pasado, en lo digital en lugar de en lo analógico; en Internet en lugar de en la radio y la televisión”.

(23) “Más allá de las cuestiones de conexión”.

(24) La información de este apartado ha sido extraída principalmente de los informes MEDIA@LSE 2002, 2005 y 2010; de los boletines de noticias *New Research Newsletters* y de la página web.

(25) Los institutos de metodología y de género eran los únicos más reducidos. Los departamentos con más docentes e investigadores en el LSE eran en 2011 administración de empresas (Management), economía (Economics), derecho (Law) y políticas públicas (Government).