

# México: La expansión de los medios y la labor de investigación

ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ

**C**ada vez sabemos más acerca de cómo operan los medios en México, cómo los empresarios usan sus mensajes y cómo la gente se los apropia, cómo funcionan los medios electrónicos y en particular la televisión. Pero en esa medida también sabemos lo mucho que nos falta por explorar.

Un ejemplo es la estructura de la televisión mexicana: hay quienes aseguran que ya lo sabemos todo. Pero no. Resulta que cada vez somos menos capaces de anticiparnos a los sucesos. Digamos, a la expansión de la empresa privada televisiva por el mundo, que la hace doblemente poderosa aquí mismo en México.

Esa sorprendente expansión de la televisión mexicana no la previmos nosotros los investigadores hace diez años. Eso quiere decir que había muchas lagunas de información. Es un hecho que sólo en los años recientes hemos podido internarnos en esos medios que debieran ser públicos. La novedad de los propios medios condujo a un cierto «encantamiento» que impidió acercamientos políticos.

En México, la investigación sobre la comunicación como tal nació en los años sesenta y se desarrolló en la década siguiente, pero es en los años ochenta cuando alcanza su mayor extensión.

Las críticas sociales hacia los medios electrónicos en general se iniciaron durante los años setenta, con los primeros escritos de los pioneros en este campo, como Miguel Ángel Granados, Fátima Fernández Christlieb y Raúl Cremoux, entre otros.

Lo primero que sucedió fue cierta «fascinación» que paralizó a la gente. Pero, por otro lado, el hecho de que las escuelas de comunicación se empezaron a establecer durante los años sesenta también puede explicar esta carencia informativa.

Desafortunadamente, en estas escuelas, que ya suman setenta y nueve hoy en día en todo el país, prácticamente no se hace nada en materia de investigación. Nada para asomarse a la realidad concreta, verla y palparla. Porque no hay apoyos institucionales adecuados.

Esta limitación es el resultado de una combinación de factores, además de que no había una tradición de estudio e investigación en este campo, que apenas se está diseñando en México, que apenas empieza a expandirse. Esta expansión, nueva, es urgente que se desarrolle y profundice, porque se está complicando el fenómeno de la comunicación con todos los procesos de la electrónica y la explosión de aditamentos, que traen otros efectos sociales, económicos, culturales y políticos en el seno de nuestra sociedad.

Estimo que a los investigadores se les complica cada vez más su trabajo, porque los medios, al percatarse de que son investigados por primera vez, obstaculizan las labores.

Ese es uno de los principales problemas, ya que hay muchas dificultades para informarse y documentarse sobre el funcionamiento de los medios. La cerrazón es absoluta, tanto en los medios privados como en los oficiales.

Un problema adicional para los inves-

tigadores mexicanos dedicados a la comunicación es la falta de respaldo, el no tener presupuestos en el ambiente académico.

Muy pocos centros cuentan con los recursos necesarios y muy pocos investigadores se pueden dedicar exclusivamente a esa labor. En la mayoría de los casos los investigadores universitarios son, al mismo tiempo, profesores. Tienen una carga adicional.

El desarrollo de los estudios sociales y de comunicación en México ofrece una imagen que exhibe logros y carencias, pero creo que está en vías de consolidarse.

El año pasado organizamos la reunión de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) aquí en Guadalajara y se presentaron muchas y buenas ponencias sobre la problemática que enfrentamos.

Los textos de algunos investigadores como Raúl Trejo Delabre, Javier Esteinou, Alma Rosa Alva de la Selva y Ciro Gómez Leyva, entre otros, nos permitieron publicar el libro «La investigación de la comunicación en México», editado por la Universidad de Guadalajara, que permite configurar la cuestión que nos preocupa.

Se confirma una ecuación primaria: es cierto que cada vez sabemos más cómo operan los medios, pero también nos percatamos de cuánto nos falta por explorar y del desafío que supone una gran expansión de esos medios a una velocidad mucho mayor que la de las investigaciones al respecto.