

# INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN EN MÉXICO: LOS RETOS DE LA INSTITUCIONALIZACIÓN\*

• *Raúl Fuentes Navarro*\*\*  
*Enrique E. Sánchez Ruiz*\*\*\*

---

## INTRODUCCIÓN

En el transcurso de esta última década del Siglo XX serán -están siendo ya- muchas y profundas las transformaciones que, en todos los órdenes de la vida y en todas sus escalas y dimensiones, habrán de sucederse. Entre ellas, la múltiple variación de las formas de interacción sociocultural tendrá una trascendencia cada vez mayor. La comunicación, como un concepto global que nombra la interrelación entre sujetos sociales por la creación, el intercambio e imposición de sentidos, a través de diversos medios y en todos los ámbitos de la existencia humana, ha cobrado -y seguirá cobrando sin duda- una mayor importancia en la conciencia social.

No nos interesa aquí discutir o justificar postulados como los recién enunciados; hace ya tiempo que son tema favorito, ricamente polémico, de ensayistas, novelistas, publicistas y analistas políticos y culturales. Modernidad o posmodernidad aparte, la comunicación se nos impone como efecto y como

---

\* Una primera versión de este escrito se presentó como ponencia en el Panel "Trends in Mexican Communication Research", en el Congreso Anual de 1990 de la International Communication Association (ICA), Junio 24-29, 1990, Trinity College, Dublín, Irlanda. Esta versión ha sido ampliada y actualizada en lo posible.

\*\* ITESO, Maestría en Comunicación.

\*\*\* Universidad de Guadalajara, Centro de Estudios de la Información y la Comunicación.



causa, como instrumento y como ingrediente indispensable, de virtualmente cualquier práctica sociocultural. Por ello, a algunos les interesa tomarla como objeto de reflexión y de trabajo en su *especificidad*, así como a otros les interesan los fenómenos comunicativos en su múltiple interconexión con otros fenómenos y procesos sociales, o al menos como puerta de entrada al conocimiento de lo social. Sin embargo, en última instancia lo "específicamente" comunicativo no puede dejar de ser en algún grado social, ni de interactuar con fenómenos y procesos histórico-sociales "más amplios", de la misma manera como éstos últimos no pueden dejar de tener algún componente comunicativo, en la medida en que "lo social" lo es, entre otras cosas, gracias a la comunicación humana.

Es en este reducido, aunque complejo espacio, donde centramos la atención en este texto, que expone algunas de las preguntas que hemos tratado de formular y de respondernos durante los últimos años: sobre el *proceso de constitución de un campo especializado en la producción de conocimiento*, acerca de la comunicación en México. Pretendemos resumir una caracterización general que hemos podido elaborar, sobre las prácticas sociales de investigación de la comunicación en el país; sintetizar el marco de determinaciones mediadoras en que se han desarrollado históricamente esas prácticas, tanto en su "interior" (factores epistemológicos, teórico-metodológicos) como desde su "exterior" (condiciones estructurales, institucionales) y apuntar algunos de los retos que la incipiente comunidad científica habrá de enfrentar para legitimar el campo en los noventa.

#### LOS PRODUCTOS, CARACTERÍSTICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Tanto el término "investigación" como la palabra "comunicación" presentan, no sólo en el empleo cotidiano sino en los ámbitos académicos, un grado extremadamente alto de lo que los lingüistas llaman polisemia, es decir, una multiplicidad de significados diversos asociados a una misma palabra. Por esta razón, y porque en México no se ha "impuesto" o generaliza-

do una sola escuela de pensamiento, que parta de un concepto y que excluya otros usos de ambos términos, el análisis de los *productos comunicativos* (discursos, textos, proyectos, artículos, informes, libros, etc.), cuyo contenido se refiere a la "investigación de la comunicación" en el país, ha tenido que partir de concepciones sumamente amplias. Por otra parte, tratándose de un campo en proceso de constitución, es mínimo el apoyo disponible de bancos de datos y sistemas de información previamente establecidos.

Esta primera caracterización del campo a partir de los productos se basa, entonces, en un trabajo de *sistematización documental* que puede considerarse pionero en el país (Fuentes, 1988; 1991). Se partió para tal efecto de una revisión de los más de seis mil documentos catalogados en el Centro de Documentación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), operado en el ITESO de Guadalajara desde 1983. En la selección de los documentos se aplicaron criterios relativamente flexibles, considerando la polisemia, para incluir productos de investigación realizada en México, que contuvieran aportaciones, así fueran colaterales, al conocimiento sistemático de la comunicación en México. Se excluyeron documentos claramente identificables como *manuales* didácticos, textos netamente periodísticos o literarios, distintas versiones publicadas de un mismo estudio y escritos cuyo contenido fuera la mera opinión del autor. No se limitó la búsqueda al estudio de la comunicación masiva, aunque otros ámbitos comunicativos hayan sido mucho menos atendidos, ni solamente a la investigación "empírica",\* que es más fácilmente identificable como "investigación" (Fuentes, 1988).

El análisis de la muestra resultante, compuesta por 877 documentos (libros, artículos, informes, ponencias) y 1225 tesis (de licenciatura y posgrado), producidos entre 1956 y 1986 en el país, generó la caracterización que se resume enseguida (*ibid.*). Esta no varió en lo esencial cuando se

\* Ver más adelante nuestra definición de "componente empírico" de investigación.



incrementó la muestra a 1067 documentos y 1451 tesis, para actualizarla hasta junio de 1989 (Fuentes, 1991), o cuando se revisaron las tendencias más recientes, en junio de 1990, como se verá posteriormente.

La primera característica que surge de la distribución de la muestra documental por fechas, es elocuente: la investigación de la comunicación en México es una actividad de *desarrollo muy reciente*: casi el 60% de los documentos y más de la mitad de las tesis, están fechadas en la década de los ochenta.

Otro rasgo, inmediatamente evidente en la muestra, es que la indagación mexicana sobre comunicación ha estado *extremadamente centralizada*: de los estudios referidos a una región específica, casi la mitad lo están a la capital, mientras que un tercio de los estados están totalmente ausentes. Más del 85% de los documentos fueron publicados o presentados en la ciudad de México y sólo el 17% de las tesis fueron elaboradas en universidades ubicadas fuera de la capital y su zona metropolitana. En las tesis, es notable la *concentración institucional*: de las 1451 enlistadas por 21 universidades, el 56% corresponde a sólo dos, ambas asentadas en el Distrito Federal: la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana.

Para reconocer las temáticas y orientaciones generales, recurrimos a una clasificación de los documentos por contenido, adaptando una taxonomía de la UNESCO (1984), que se expone en el Cuadro 1.

Esta distribución proporciona algunos indicios sobre las principales tendencias temáticas y orientaciones más frecuente y ampliamente atendidas por los investigadores mexicanos de la comunicación. En primer lugar, casi dos tercios de los estudios refieren a los *medios de difusión masiva*, lo cual no sorprende, ya que esta esfera ha concentrado la mayor parte de los esfuerzos de investigación, no sólo en nuestro país sino prácticamente en el mundo entero. En contraparte, por ejemplo apenas un poco más del 5% de los estudios está dedicado a la comunicación interpersonal y cerca del 12% a la comunicación en grupos. La indagación sobre dimensiones interna-

CUADRO 1  
*Investigación de la Comunicación en México*  
Documentos por contenido (1956-1989)

Tema	No. Doctos.	%
Medios de Comunicación	661	61.9
Sociología de la Comunicación	334	31.3
Usuarios de la Comunicación	319	29.8
Planificación y Administración	318	29.8
Proceso de la Comunicación	235	29.8
Investigación de la Comunicación	176	22.0
Personal de Comunicación	148	16.5
Políticas de la Comunicación	137	13.9
Industria de las Comunicaciones	132	12.8
Capacitación del Personal	102	9.5
Psicología de la Comunicación	80	7.5
Tecnología de las Comunicaciones	40	3.7

Fuentes, (1991).

Nota: Las categorías no son mutuamente excluyentes. N= 1067 documentos.

cionales de la comunicación no alcanza ni el 5%. Por otro lado, si agrupamos las proporciones obtenidas en el Cuadro 1 por las categorías "Políticas de Comunicación", "Planificación y Administración" e "Industria de las Comunicaciones", vemos que más de la mitad de los documentos parece estar orientado por alguna forma de *búsqueda de aplicaciones prácticas o instrumentales de la comunicación*.

También es interesante notar el escaso número de estudios (3.7%) dedicados a analizar la tecnología de las comunicaciones, que a pesar de ser uno de los componentes principales de los medios de difusión, ha sido dejado de lado por los estudiosos de la comunicación para que lo investigen los ingenieros o los economistas. La dependencia económica y tecnológica del país puede estar en la base de esta desatención, que ocurren en mucho menor medida con respecto a la investigación sobre los efectos sociales, políticos y culturales de la tecnología (Gómez Mont, 1990). En el Cuadro 1 se apre-



cia también que un poco menos de un tercio de los trabajos se enfoca a usuarios de la comunicación, generando conocimiento sobre diversos sectores sociales en relación con las influencias comunicativas que reciben o con los usos de la comunicación en ámbitos determinados.

Uno de cada tres documentos muestra un enfoque sociológico, aunque no puede encontrarse suficiente homogeneidad teórico-metodológica entre ellos como para hablar de una "sociología de la comunicación". Otros enfoques disciplinares son bastante menos frecuentes: ni al económico, ni el histórico, el psicológico o el semiológico alcanzan siquiera el 10% de los estudios, cada uno. No obstante, a reserva de elaborar un análisis más sistemático en esta línea, puede constatarse una gran dispersión teórico-metodológica, al mismo tiempo que una búsqueda generalizada de pertinencia en los enfoques, en las temáticas y en la aplicación de los resultados de la investigación. Alrededor de 20% de los documentos enfatiza sus propias contribuciones, logradas o intentadas, conceptuales o metodológicas cuando no ambas, aunque por lo general éstas suelen expresar más en términos de su articulación social que con respecto a su relevancia científica.

De los 661 documentos que tratan sobre *medios de comunicación*, casi dos quintas partes los analizan en conjunto, como puede observarse en el Cuadro 2. La prensa y la televisión son los medios que más han atraído la atención de los investigadores mexicanos, aunque a lo largo de los años el número de estudios sobre la prensa y su proporción en el conjunto han ido disminuyendo, mientras que los correspondientes a la televisión han ido aumentando (Sánchez Ruiz, 1991), tal y como en la propia dinámica social los medios electrónicos han ido predominando sobre los impresos.

Con base en estos datos, nos vemos obligados a reconocer el *generalismo* como una característica distintiva de la investigación mexicana sobre comunicación: como hemos mencionado ya, casi el 40% de los estudios sobre medios los engloban a todos o a varios de ellos como un sólo objeto de investigación, incluyendo en este conjunto desde trabajos relativamente superficiales, hasta los que analizan a los medios

CUADRO 2  
*Investigación sobre medios de difusión*  
Documentos México, 1956-1989

Medios	No. Doctos.	%
Medios en general	256	38.7
Televisión (incl. cable, video)	149	22.5
Prensa (periódicos, revistas)	127	19.3
Radio	51	7.7
Cine	42	6.4
Historietas y fotonovelas	25	3.8
Otros (teatro, fotografía, audiovisuales)	11	1.6
Totales	661	100.0

Fuentes, 1991

desde una perspectiva totalizante, entre ellos algunas aproximaciones marxistas. Si además de la escala a la que se construye el objeto consideramos la extensión geográfica contemplada por los documentos, constatamos que predominan los trabajos a escala "nacional", lo que refuerza la caracterización de "generalismo", claramente vinculada con el centralismo: abundan los estudios sobre los llamados "medios nacionales", es decir aquellos que emiten sus mensajes desde la ciudad de México y que, se supone, llegan al resto del país.

Por otra parte, como ha sido tradicional en las ciencias sociales latinoamericanas, la *investigación mexicana de la comunicación* ha tendido a minimizar el trabajo empírico. Por lo general, los estudios han tendido a enfatizar la generación de teoría que "lo explique todo" de una sola vez, en clara relación con las características ya anotadas de generalismo y centralismo, y en concordancia con un estilo intelectual que uno de los autores ha denominado "autoritario" (Sánchez Ruiz, 1988). De nuestra muestra de documentos, solamente el 38% tiene "contenido empírico", entendiendo por tal:

...en el sentido más amplio, lo que va más allá del *ensayo informado* o la teorización libre y pura y que representa un esfuerzo



organizado de recolección/producción de datos. Así, incluimos los estudios históricos y/o estructurales, los análisis de contenido tanto cuantitativos como cualitativos, las investigaciones por encuestas, los diseños experimentales y la investigación-acción (Sánchez y Fuentes, 1989: 15).

El que solamente dos quintas partes de los documentos tengan "contenido empírico", tal como lo hemos definido, no quiere decir que el resto no hagan uso de algún tipo de información factual. Es de observarse que los esfuerzos empíricos más sobresalientes han sido los diversos análisis de corte histórico y/o estructural sobre la propiedad y control de los medios, que proliferaron en los setentas. Por otra parte, también cabe notar que, como reacción extrema\* a la influencia de la ciencia social norteamericana, los métodos y técnicas cuantitativas fueron considerados durante mucho tiempo "sospechosos", y por ello su empleo fue reducido al mínimo durante los sesentas y setentas, reforzando el sesgo histórico general contra el trabajo empírico (ibid.: 14). Sin embargo, tenemos la impresión a partir de nuestros análisis previos de que la investigación de la comunicación mexicana ha evolucionado de enfoques predominantemente filosóficos o literarios, o periodísticos, a enfoques mucho más reconocibles como de *ciencia social*, que incluyen el eventual uso de herramientas científico-sociales, incluyendo las técnicas cuantitativas de producción y análisis de datos -cuando son útiles-.

Por lo que respecta a algunas funciones sociales de la comunicación, planteadas explícitamente en 686 documentos de nuestra muestra, los datos del Cuadro 3 evidencian otra característica importante de la investigación mexicana: el predominio temático de funciones educativas y políticas, seguidas por las relacionadas con la planificación, organización y evaluación de campañas sociales y de información, lo que nos permite afirmar una clara *orientación crítica con respecto al orden social y comunicacional vigente*. Esta orientación se puede encontrar como discurso en la mayoría de los docu-

\* Quizás, mejor dicho "extremista".

mentos y, por lo demás, coincide con las tendencias detectadas en otros países latinoamericanos en lo individual (Anzola y Cooper, 1985; Beltrán et al, 1990; Marques de Melo, 1983; Munizaga y Rivera, 1983; Peirano y Kudo, 1982; Rivera, 1986), y en la "investigación latinoamericana de la comunicación" en general (Atwood, 1986; Gómez Palacio y Jara, 1989; Marques de Melo, 1984; Martín Barbero, 1983; Sánchez Ruíz, 1988).

CUADRO 3  
*Funciones sociales de la comunicación  
analizadas en la investigación documentada, 1956-1989*

<i>Función social</i>	<i>No. Doctos</i>	<i>%</i>
Educación	156	22.8
Política	140	20.4
Organización	85	12.4
Campañas Sociales	74	10.8
Información	74	10.8
Desarrollo Rural	52	7.6
Publicidad	46	6.7
Promoción Popular	42	6.1
Propaganda	13	1.9
Relaciones Públicas	3	0.5

Fuentes, 1991.

Un análisis más detallado de estas funciones sociales, tal como se expresan en los documentos de investigación, permitiría reconocer, en estudios específicos posteriores, los vínculos concretos operantes entre la investigación de la comunicación y los proyectos, agentes y movimientos sociales que en México promueven el cambio o la conservación de las relaciones sociales vigentes, es decir, el sentido social de las prácticas de investigación.

Los investigadores brasileños Motta y De Lima, en su análisis en proceso sobre las tradiciones de investigación de la



comunicación a escala latinoamericana, parten de la certeza de que:

El investigador de la comunicación y la cultura latinoamericanas, a diferencia de sus pares europeos o norteamericanos, trabaja a partir de una toma de posición, y su producción refleja los momentos de la coyuntura política. En ningún momento, ni siquiera en los periodos de mayor ingenuidad, este intelectual parece haber trabajado y producido sin preocuparse en responder a los requerimientos político-sociales. La preocupación principal, que parece superar a la curiosidad científica, es la necesidad de intervención en la realidad. Las excepciones parecen confirmar la regla (Motta, 1989: 50).

Esta visión de la investigación latinoamericana de la comunicación orientada hacia la construcción de una "teoría militante" se ha ido convirtiendo casi en un estereotipo. Nosotros creemos que esta *lectura ideológica* del discurso de los investigadores latinoamericanos debe ser confrontada con un *análisis de las condiciones estructurales* en las que se ha desarrollado la investigación, para poder entender mejor la indudable búsqueda de pertinencia social de los estudios. Sin embargo, hay que apuntar que, en la medida en que pasa el tiempo y las condiciones cambian, cada vez más investigadores latinoamericanos llegan a la conclusión de que no es necesario dejar de sostener una posición política determinada, para tratar de minimizar los sesgos ideológicos, intentando cada vez más ejercer un cierto rigor en el proceso de investigación, que incluye un eventual -y relativo- alejamiento del "coyunturalismo" (Sánchez Ruíz, 1991b). Así, por ejemplo José Marques de Melo (1991: 9) escribe recientemente:

Es preciso revisar, en el caso latinoamericano, las experiencias de investigación-denuncia, investigación-acción, investigación participante, entendiéndolas como alternativas marcadas por la coyuntura de resistencia al autoritarismo de los años 70 y 80., Pero que se desgastaron por las distorsiones metodológicas emprendidas por investigadores convertidos ingenuamente

en misioneros de causas nobles, volviéndose cómplices de un desvirtuamiento de la actividad científica. Por eso mismo, perdieron la credibilidad y dejaron de contribuir, como científicos, a la construcción de un nuevo orden de la comunicación.

Retomaremos este tema más adelante. Enseguida, describiremos muy brevemente algunas tendencias temáticas encontradas en un análisis de textos publicados entre 1985 y 1990, donde corroboramos que no hay cambios con respecto a las tendencias históricas, especialmente en lo que se refiere al sesgo hacia el predominio de estudios sobre medios de difusión (Fuentes y Sánchez, 1991). De acuerdo con una muestra de 81 libros publicados entre 1985 y junio de 1990 sobre temas de comunicación en México o escritos por mexicanos, extraída del Centro de Documentación del CONEICC,\* ciertas tendencias observadas hace poco parecen continuar vigentes: la esfera de los medios masivos de comunicación sigue siendo la privilegiada por los investigadores mexicanos (89% de las publicaciones). Un 18% de los 81 títulos se refiere a dos o más medios, estudiados conjuntamente; en seguida, la televisión continúa ocupando el primer lugar en el interés de los estudiosos, al ser tratada por el 17%, mientras que la radio es analizada por 14%. La prensa (periódicos y otros impresos) es objeto del 12% de los libros.

En esta muestra, el cine ocuparía un octavo lugar en el número de publicaciones, pero de hecho la producción editorial sobre cine en México es mucho mayor; lo que sucede es que el estudio del "septimo arte" se ha deslindado tradicionalmente de los enfoques prevalecientes con respecto a los otros medios y por esa razón existe relativamente poca interacción entre los productores de filmografías y crítica cinematográfica y los "comunicólogos", quienes en todo caso consultan principalmente los estudios historiográficos producidos por aquellos. Quizá toque a la década del 90 atestiguar una mayor integración de los investigadores tradicionales del

\* Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación.



cine como arte al campo de los estudios de comunicación, así como que, por otra parte, el cine comience a estudiarse como objeto de ciencia social, en sus múltiples dimensiones e interacciones con los demás medios y con la sociedad en general, y en tanto fenómeno de comunicación propiamente.

Con algunos de los estudios que no se refieren directamente a los medios masivos suceden ambivalencias similares en términos de "adscripción" al campo de investigación de la comunicación o a los de otros objetos sociales. El más notable quizá es el tema de la cultura, objeto del 11% de los libros en nuestra muestra. Aquí hay que apuntar que cerca de la mitad de los títulos comprendidos se refieren a temas de cultura tomando como base procesos de comunicación y/o de producción de sentido en el nivel de las relaciones y los movimientos sociales, mientras que el resto analiza dimensiones culturales del desempeño social de los medios. Otros tópicos incluidos en la muestra, que encontramos muy minoritariamente representados, son la publicidad, el uso de la semiótica para el análisis de mensajes, las nuevas tecnologías de información, la propia investigación, las relaciones entre comunicación y educación y, con un sólo título, el análisis teórico-epistemológico de la "ciencia de la comunicación".

Por lo pronto, debemos afirmar que tanto nuestro análisis documental, como los esfuerzos de reflexión y análisis realizados en los últimos años por varios investigadores mexicanos, para establecer un balance (auto-crítico) y "estados de la cuestión" precisos, nos permiten constatar que el campo está vivo y en constante búsqueda y que está en marcha el proceso de constitución de una relativamente sólida "comunidad científica" —a pesar de las condiciones de trabajo adversas— proceso que, precisamente, se hace necesario analizar con mayor detenimiento (Fuentes y Sánchez, 1990; Fuentes, 1991).

#### LA CAMBIANTE INSTITUCIONALIZACIÓN (1985-1990)

Así pues, en los últimos años, quizá respondiendo al mito de la renovación por el cambio de década, o a la necesidad senti-

da de reubicarse ante el embate de la crisis, o al aprendizaje suscitado por los avances, las insuficiencias y los errores, a las inercias acumuladas y los espacios abiertos con anterioridad, en suma, a la necesidad de repensar y rehacer el futuro, la investigación de la comunicación en México ha comenzado a asumir la pertinencia de reflexionar sobre sí misma: de revisar sus logros y sus retos, de rearticular sus condiciones e intenciones.

La construcción de un conocimiento sistemático que aspire a convertirse en ciencia (social) es una tarea colectiva e *histórica*, en el sentido de que está determinada por las dinámicas generales de la formación social en que se inserta, a su vez en proceso de continua transformación. Entendemos, entonces, la investigación de la comunicación en México como un *campo* en proceso de integración y consolidación, constituido por prácticas socialmente determinadas y articuladas a un proyecto progresivamente compartido por los miembros de la *comunidad académica*, proceso que actualmente se puede considerar en una etapa de "transición".

Hemos caracterizado la investigación mexicana en comunicación como *triplemente marginal* (dentro de las ciencias sociales, a su vez marginales dentro de la actividad científica en general y ésta en relación con las prioridades del desarrollo nacional); por lo tanto pobre (en términos de los recursos asignados a ella), además de extremadamente centralizada, "generalista", dispersa (en términos temáticos y teórico-metodológicos), instrumentalizada, pretenciosa y autoritaria, hipercrítica, y en ocasiones ideológicamente dependiente, antiempírica, dada a las modas, sesgada al estudio de los medios. Estos rasgos han sido descritos estructuralmente y partiendo de una posición autocrítica (Fuentes y Sánchez, 1989). Sin embargo, reconocemos también que es mucha la incertidumbre que se ha reducido ya, durante las tres últimas décadas, sobre algunos aspectos comunicacionales de la sociedad mexicana. Correspondientemente, es bastante también lo que comenzamos a comprender a partir de los productos de la práctica social de los investigadores y, además, sentimos que es mucho el mérito de quienes, en condiciones estructurales



adversas, han podido producir este acervo de conocimientos. Quizás podríamos referirnos a la actividad de nuestros investigadores más productivos como "triplemente meritoria", partiendo de su posición estructural "triplemente marginal".

El impacto de la crisis económica, que ha afectado gravemente a las universidades públicas y a los académicos, en su mayor parte adscritos a ellas, la "modernización" acelerada y el trastorno político por las elecciones de 1988, que afectó especialmente a la capital y a algunos estados de la República, así como el "regreso a la normalidad" de 1991, constituyen el contexto fundamental de la actual etapa de transición, que como tal se caracteriza por la ambivalencia y la superposición de prácticas emergentes, predominantes y residuales o recesivas. Por ello, la panorámica del campo de la investigación de la comunicación en México presenta una aparente paradoja: en condiciones de crisis, ha crecido y consolidado bases, se ha diversificado y fortalecido. A pesar de la crisis que México sufre desde 1982 y que parece haber disminuído para 1990-91, la producción de materiales de investigación en comunicación se ha incrementado constantemente: de una amplia muestra de documentos de 1956 a 1989, el 56.6% están fechados precisamente entre 1982 y 1989 (Fuentes, 1991). En términos cualitativos, esta proliferación ha significado, por un lado, una mayor diversificación de intereses de indagación y, sin que sea necesariamente contradictorio con lo anterior, una mayor extensión y profundización en líneas de investigación que se habían iniciado desde los años setenta.

Si bien estamos en un momento de "pausa", en el plano de la teorización en el campo, sabemos de algunos intentos de síntesis creativas que *están* en proceso en algunos centros de investigación mexicanos. Pero consideramos más importante aún la tendencia, que comenzó a fines de los setenta y se ha ido consolidando durante los ochenta, de anclar los análisis en *estudios empíricos sistemáticos*, los que es ya constatable en la muestra editorial que hemos descrito antes. Por ello pensamos que durante los noventa habremos de ser capaces de hacer nuestros esfuerzos por teorizar *cada vez más pertinentes a nuestra compleja realidad*, en tanto que tales teorizaciones esta-

rán cada vez más basadas en investigaciones concretas. Muy relacionada con esta tendencia está la búsqueda metodológica y técnica en la que estamos enfrascados los investigadores mexicanos; aunque no es posible describirla aquí con detalle, esta búsqueda promete algunos resultados innovadores para el decenio que comienza (Sánchez Ruíz, 1991b).

Un problema del que estamos seguros de que en los noventa surgirán propuestas frescas para su solución, es el de la inadecuada interrelación actual entre la investigación en comunicación y los campos de la enseñanza y la profesión, mismos que se han desarrollado en forma paralela, pero no necesariamente articulada en México (Fuentes, 1990b). Por otra parte, dentro de este campo de relaciones y prácticas sociales que se ha llamado "investigación de la comunicación en México", puede decirse que, en gran medida, el objeto "comunicación" en sí mismo ha sido dejado de lado —con pocas pero valiosas excepciones—, para abocarse los investigadores a desentrañar las múltiples dimensiones y niveles de la operación social de los medios masivos de difusión y sus productos, así como sus articulaciones con los procesos sociales más amplios, lo que ha significado partir de —y con frecuencia "llegar a"— enfoques disciplinarios también más amplios, desde las ciencias sociales. En este sentido, se ha ido creando una cierta "crisis de identidad", misma que esperamos podrá irse resolviendo en la década previa al Tercer Milenio.

En los aspectos más estructurales de la investigación mexicana de la comunicación, hay también algunas tendencias de cambio que parecen ir configurando una plataforma, más sólida, para la institucionalización de las prácticas de investigación *como profesión*. La configuración de los núcleos de investigación de la comunicación más significativos en el país ha presentado algunos cambios en los años recientes, que conviene revisar, así sea muy sucintamente.

Hasta 1985, prácticamente la totalidad de la investigación mexicana de comunicación se realizó en la ciudad de México, ya fuera en centros universitarios o de otro carácter. La investigación académica estuvo mayoritariamente concen-



trada en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), aunque con importantes complementos en la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco (UAM-X), la Universidad Iberoamericana (UIA) y, durante unos años, la Universidad Anáhuac. La investigación no universitaria ha incluido centros privados, como Comunicología Aplicada de México (del grupo publicitario Ferrer) y el Instituto de Investigación de la Comunicación (IIC, filial de Televisa);\* otros internacionales, como el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), el Instituto Latinoamericano para la Comunicación Educativa (ILCE) y el Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo (CEESTEM); se pueden incluir también algunos centros paraestatales (CENAPRO, CEMPAE) y diversas dependencias del gobierno federal que, especialmente en los años setenta, contribuyeron de manera importante en diversas áreas del estudio de la comunicación. La crisis provocó que la mayor parte de estos centros, ubicados todos en la capital del país, disminuyeran considerablemente su producción o cerraran.

En el último lustro, la proporción de la investigación realizada en la UNAM se ha reducido drásticamente, mientras que la de la UAM-X se ha incrementado; la de la UIA se ha sostenido, pero la aportación de la Universidad Anáhuac se retrajo mucho, así como las de Comunicología Aplicada, ILET; finalmente, el CEESTEM, así como los centros paraestatales y los formados en varias secretarías de estado y dependencias oficiales, fueron víctimas, en diversos momentos, de los recortes presupuestales del gobierno federal y desaparecieron.

Pero en estos últimos años se han creado nuevos centros de investigación de la comunicación en el país y se han incrementado los espacios de diálogo e interrelación tanto entre instituciones como entre investigadores, a través de reuniones de trabajo, proyectos específicos y publicaciones periódicas. Entre los nuevos centros, que han incorporado a

\* Aunque de hecho han existido muchas otras organizaciones de investigación "comercial", básicamente de índole mercadotécnica, de las cuales se conoce bastante poco.

investigadores postgraduados tanto en el extranjero como en el país, e impulsado la investigación de manera muy notable en el último lustro, destacan tres principales: el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC) de la Universidad de Guadalajara, el Programa Cultura de la Universidad de Colima y el Programa de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana, sólo el último asentado en la capital. De los tres han surgido proyectos innovadores y publicaciones de gran utilidad para el campo, tales como las revistas *Comunicación y Sociedad* del CEIC y *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* del Programa Cultura, así como esta colección de *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, de la UIA.

Por otra parte, se ha incrementado sustancialmente el número de postgrados en comunicación en las universidades mexicanas: además de las maestrías de la UIA y la UNAM, fundadas en 1977 y 1979 respectivamente, han comenzado a operar varias más, en las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara. Sin embargo, sólo algunas de ellas contemplan entre sus prioridades -o sus posibilidades reales- el desarrollo de programas de investigación, como la Maestría en Comunicación del ITESO, fundada en 1985, y de las más recientemente establecidas, la de la ENEP-Acatlán (UNAM) y la de la UAM-Xochimilco.

Aunque la actividad de la AMIC\* ha disminuído relativamente con respecto a sus primeros años, continúa convocando a muchos miembros de la comunidad académica mediante sus Reuniones Nacionales de Investigadores de la Comunicación, de las cuales tres se han realizado durante el último lustro (1985, 1987, 1989). Además, la AMIC ha fomentado la circulación de muchos trabajos mediante diversas publicaciones y cobertura periodística. En el renglón de divulgación, la *Revista Mexicana de Comunicación*, publicada por la Fundación Manuel Buendía, ha sido de gran utilidad para socializar algunos debates importantes de interés coyuntural. Por su parte, el CONEICC ha abierto nuevos espacios de

\* Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.



interlocución de la investigación con la docencia y la profesión; por ejemplo, mediante el proyecto impulsado a partir de 1986 sobre la "historia y situación actual de los medios de comunicación regionales" o el "Estudio Comparativo de los Sistemas de Comunicación en México y Brasil", en coordinación con INTERCOM, desde 1988. Con el apoyo de FELAFACS y otros organismos, CONEICC ha realizado en estos últimos años varios seminarios de investigación regional, además de algunos talleres sobre investigación de la radio, la televisión y el cine -en colaboración con la AMIC y la Universidad de Guadalajara- y la Primera Reunión Nacional de Postgrados y Centros de Investigación. En los tres Encuentros CONEICC realizados durante este lustro (1986, 1988, 1990) como en los anteriores, han participado investigadores junto con profesores, estudiantes y profesionales de la comunicación.

En suma, entre 1985 y 1990 se han sentado bases muy importantes para una mayor profesionalización de la investigación mexicana en comunicación, y se han creado diversas oportunidades de interrelación de los esfuerzos de Investigadores antes aislados. Así mismo, se han multiplicado las posibilidades de desarrollo de la indagación sistemática en diversas regiones del país, todo lo cual ha contribuido a crear una nueva configuración, esperamos que más promisorio, del campo.

## QUÉ SABEMOS

Es difícil aquí hacer un balance comprehensivo sobre el conocimiento generado acerca de los fenómenos y procesos de comunicación, en general, en México. En lo que sigue haremos un muy apretado recuento sobre algunos tópicos y dimensiones que se han ido desvelando a partir de la investigación mexicana más prolífica de las últimas décadas: la que se ha referido a los medios y procesos de difusión masiva. Para cada dimensión enunciada, intercalaremos también lagunas de información y conocimiento que aún nos falta llenar.\*

\* Debido a que si incluimos la bibliografía aquí, se tornaría demasiada amplia,

Es mucho lo que sabemos ya sobre la constitución histórica de los medios, especialmente al nivel "nacional" y/o en el "Centro" (en D.F.). Estamos conociendo cada vez más, aunque lentamente, sobre la emergencia y desarrollo de los sistemas de medios en la provincia mexicana. Al saber meramente historiográfico, descriptivo, se ha de añadir el conocimiento generado sobre las mediaciones histórico estructurales, en cuyo proceso de producción se ha hecho uso de la mejor tradición de investigación histórico estructural de corte latinoamericano. En algunos casos, la utilización de un enfoque histórico estructural ha permitido dar cuenta de los procesos internacionales que han interactuado con los procesos y estructuras internas para la constitución de determinados medios (p. ej., la televisión) y sus cambios a través del tiempo.

Así, conocemos bastante, aunque aún no sea suficiente, sobre las articulaciones de los medios con las estructuras de poder, en especial en el nivel "nacional"; aunque con respecto a la dimensión política, no sabemos bien a bien, todavía, cuál pueda ser el verdadero *poder de los medios*, diferenciado por cada uno de ellos y sus posibles ámbitos de influencia cultural, ideológico-política, económica y social en sus diversos tipos de públicos. Conoceremos bastante sobre las estructuras de propiedad y control de la televisión, los periódicos y revistas, radio y la industria cinematográfica; sobre las articulaciones de muchos de los grupos que controlan los medios con otros grupos económicos y élites gubernamentales; se tiene una vasta información, aunque aún insuficiente, acerca de los grupos más poderosos como Televisa, sobre sus procesos de integración vertical y horizontal, diversificación e internacionalización. Pero queda un muy largo trecho por recorrer para lograr entender las dimensiones políticas de los diversos medios de difusión.

De entre las mediaciones histórico estructurales, conocemos sistemáticamente menos, aunque algo se ha adelantado -especialmente en la forma de hipótesis y marcos teóricos-

remitimos al lector a nuestros textos publicados antes (Fuentes, 1988; 1991; Sánchez Ruiz, 1988; 1991; en prensa).



sobre las complejas articulaciones de los medios y sus productos simbólicos con los procesos culturales más amplios, de orden regional, nacional, internacional: qué de los procesos culturales históricos ha alimentado a los diversos géneros, formatos, estilos, retóricas y estéticas de los varios medios de difusión; y qué de los productos culturales de los medios ha reproducido, modificado, innovado, de las prácticas simbólicas de los diversos segmentos de la población, de intercambio semiótico y mediación expresiva-. Es verdaderamente poca la investigación *empírica e histórica* que se ha realizado en este fundamental ámbito de la existencia y operación sociales de los medios.

Sabemos menos aún, *sistemática y empíricamente*, sobre la *economía* de los medios en México, sus estructuras de mercado – en tanto ellos mismos son entidades económicas, empresas– y su evolución, sus articulaciones con otros sectores de la economía nacional e internacional mediante enlaces hacia atrás (inputs) y hacia adelante (outputs) con las diversas ramas y sectores económicos (lo que no se agota en la operación publicitaria); en suma, es mucho lo que se ignora todavía sobre el papel *real* de los medios en los procesos de acumulación de capital.

Estamos comenzando a explorar y hacer preguntas pertinentes sobre la tecnología y todas sus mediaciones: su origen, sus determinantes y consecuencias e implicaciones económicas, políticas, culturales, sociales, organizacionales, etc. Se sabe poco, tanto conceptual como empíricamente, sobre la propia tecnología en tanto mediación expresiva. De hecho, la tecnología de la comunicación es una mediación fundamental de los procesos de producción, distribución y recepción o “consumo”, diferencialmente masivos, dependiendo de la naturaleza de cada medio y precisamente de las aceleradas innovaciones que inundan cada día los mercados en la época contemporánea. Hay múltiples implicaciones de la tecnología, pues, que hay que estudiar desde aproximaciones científico-sociales, y no solamente desde un punto de vista de la ingeniería, por ejemplo.

Sabemos realmente poco, en algunos casos prácticamente nada, sobre las mediaciones profesionales, organizacionales

e institucionales de los medios de difusión: su configuración como organizaciones complejas, los procesos de producción que ocurren al interior, las cadenas de toma de decisiones, si existen o no procesos de “profesionalización” y qué configuraciones ideológicas han adquirido en los diversos medios, en las diversas regiones, en diferentes épocas, etc. Sobre las múltiples articulaciones institucionales de los medios –en tanto organizaciones complejas– con las otras instituciones y aparatos sociales pertinentes (económicas, políticas...). Si hemos olvidado el análisis de las organizaciones de medios en tanto instancias *productoras* de mercancías culturales, mayormente lo hemos hecho en su dimensión de *productores de sentido*, propiamente, o mediadores expresivos (de la sociología de las organizaciones a una “socio-semiótica de la producción del mensaje”). Hemos considerado las organizaciones de medios como “cajas negras” y apenas en los ochenta comenzamos a asomarnos adentro, para ver qué sucede y si es cierto que muchas “certidumbres” que derivábamos de nuestros grandes marcos teóricos *son ciertas*.

Hemos estudiado relativamente poco los mensajes mismos de los medios y las mediaciones expresivas en que se constituyen, no obstante la enorme proliferación de propuestas teóricas y metodológicas que han circulado desde los años setenta, desde la semiología, el análisis del discurso, etc. Hemos descrito las mediaciones expresivas mucho más en forma intuitiva y periodística que utilizando marcos teórico metodológicos apropiados, y herramientas técnicas rigurosas. Estos mensajes, cuya producción está múltiplemente mediada, son a su vez las mediaciones expresivas de las propuestas culturales –pero también políticas y económicas– de las organizaciones emisoras. Las mediaciones expresivas son resultado del trabajo “propiamente” cultural, semiótico-comunicacional, de los medios. Son mediaciones entre la realidad y (algunas de) sus representaciones públicas; entre las culturas (saberes y competencias) y las diversas formas de ejercerlas socialmente, de reproducirlas, innovarlas, sustituirlas; entre formas culturales industrializadas y las múltiples formas de expresividad social-popular; entre quienes pueden hacer uso de la palabra



pública y quienes no, etc. Son muchos los niveles (de agregación, de profundidad) desde los cuales se pueden analizar las mediaciones expresivas, que a su vez también tienen diversas dimensiones: desde análisis morfológicos y de contenido cuantitativo más "superficiales", hasta análisis semióticos, semánticos, estilísticos, retóricos, "del discurso", etc., etc., que nos pueden dar todavía mucha luz sobre los productos culturales por excelencia de nuestro tiempo. Hay muchísimo por investigar *concretamente* en este ámbito.

Hemos hecho mucha más indagación sobre los públicos y por lo tanto sabemos un poco más sobre pautas de exposición y uso, especialmente de los públicos de la tele, pero hemos ignorado en gran medida las "audiencias" de los otros medios (e, g., radio, cine). En virtud de modelos teóricos y diseños de investigación inadecuados, algunos de nosotros hemos "sobre-enfatizado" las influencias más o menos directas de los medios sobre sus públicos, mientras otros han exagerado la "libertad" y actividad de los últimos. Hoy en día estamos comenzando a integrar en nuestros modelos teóricos y metodológicos la agencia de los públicos en el proceso de recepción y apropiación de los mensajes de los medios (ver el análisis de Orozco en este volumen), así como la miríada de variables y factores mediadores que intervienen en esos procesos a diversos niveles (de factores individuales a macro-sociales, incluyendo sus diversas temporalidades). Pero a pesar de la complejidad de estos procesos, al menos algunos de nosotros aún pensamos que los medios ejercen, *de hecho*, influencias psicológicas, culturales e ideológicas (con implicaciones políticas y económicas; de nuevo, con diversas temporalidades) sobre sus públicos y, en consecuencia, sobre la sociedad mexicana. No se puede negar que estas influencias sociales, una vez agregadas y con perspectiva histórica, a su vez constituyen un componente más o menos central de los procesos culturales, económicos y políticos del México contemporáneo. A pesar de que esta área ha recibido una atención considerable de investigadores mexicanos, solamente hemos descubierto

la "punta del iceberg" teórico y empírico, por lo que hay mucho trabajo también por delante.

Poco a poco, haciendo de lado los intentos "esencialistas" de explicación, entendemos los fenómenos y procesos de comunicación masiva como complejos y multidimensionales, que operan en sociedad a diversos niveles de generalidad social, con diversos tipos de articulación, y por lo tanto de interacción, con la economía, las estructuras de poder, la cultura y la estructura y movimientos sociales. Sin embargo, no hemos sido capaces, todavía, de integrar todas esas dimensiones, niveles, articulaciones y mediaciones en marcos teóricos coherentes, que generen más y mejores preguntas concretas de investigación concreta (cfr. Sánchez Ruíz, 1991; ver Esquema 1).

#### HACIA EL TERCER MILENIO

Suponemos que hoy en día puede haber consenso en que las prácticas sociales de investigación de la comunicación y el campo en gestación que constituyen, deben desarrollarse superando condiciones y limitaciones estructurales ubicadas en diversas dimensiones y niveles: es necesario enfrentar constricciones y problemas epistemológicos, teórico-metodológicos y técnico-instrumentales; económicos, políticos, culturales; sociales, institucionales, grupales y *también* interpersonales; ideológicos, de legitimidad social y profesional. En suma, "hay que hacerlo todo y hay que hacerlo todos" para continuar produciendo conocimientos sistemáticos y pertinentes sobre los fenómenos comunicativos en nuestra realidad inmediata (que crece cotidianamente, en virtud de las tendencias globalizadoras). Porque esto se ha ido haciendo así, desde hace más de treinta años, es que la investigación de la comunicación en México tiene ya algún presente y cada vez más futuro

Los sistemas comunicativos e informativos y sus multidimensionales articulaciones con los sistemas económicos, políticos y culturales tanto globales, como nacionales, regionales y locales, han estado cambiando radical y



aceleradamente en los últimos años, y lo seguirán haciendo. En México, como en otros países dependientes, los imperativos científicos-epistemológicos y ético-políticos son dobles: no sólo es necesario entender lo proveniente de los países hegemónicos, sino también lo que, desde la base de nuestra(s) propia(s) identidad(es), media nuestra posición en el mundo. De ahí la importancia de afinar y extender los criterios de *pertinencia social* del trabajo académico que como se señalaba antes, han sido una constante entre las preocupaciones de los investigadores mexicanos y latinoamericanos más en general. Pero también de ahí la importancia de afinar y extender los criterios de *rigor* científico, que nos permitan no caer en el discurso ultra-ideologizado de los setenta.

La consolidación del sentido comunitario en la investigación de la comunicación tiene también un corolario práctico. Es claro que los recursos -tanto humanos, como técnicos y financieros- han sido y seguirán siendo insuficientes para su desarrollo. La experiencia de algunos proyectos cooperativos -interinstitucionales, pero también internacionales- para la realización de investigaciones, así como en ocasiones para la producción de insumos informativos para otras investigaciones (e. g., bases y bancos de datos, etc.), ha hecho evidente que esa es la única manera viable para lograr mayores avances que a todos enriquecen. Pero los efectos de la colaboración se extienden más allá de los proyectos concretos.

En lo que resta de este decenio probablemente las confluencias en los procesos de generación de conocimiento sobre los fenómenos y procesos comunicativos se extenderán también a otras esferas, especialmente la de los ejercicios profesionales de los comunicadores y la de la enseñanza universitaria, cuya desvinculación a las actividades de investigación ha llegado a alcanzar grados alarmantes, en perjuicio de todo el ámbito nacional de la comunicación.

En otro renglón, parece irreversible el proceso de descentralización que la investigación de la comunicación ha sufrido desde mediados de los ochenta. Aunque está lejos todavía un equilibrio entre las diversas regiones del país en términos de recursos y producción, las contribuciones prove-

nientes de algunos estados han aumentado considerablemente en cantidad y calidad, desahogando un poco la presión que se había acumulado sobre los investigadores y los centros de investigación ubicados en la capital, para dar cuenta del panorama comunicativo *nacional*.

Finalmente, habrá que decir que, entre los desafíos y perspectivas de la investigación mexicana de la comunicación en los noventa y el siglo ya próximo, quizá la prioridad estará puesta en las condiciones que definen la *profesionalidad* de los investigadores: por un lado, la consolidación y ampliación de los apoyos laborales e institucionales necesarios para concentrar la dedicación a las tareas de desarrollo científico y académico; por otro lado, el incremento y reconocimiento de la calificación científica, especialmente en lo que corresponde a la solvencia metodológica de las investigaciones, aspecto que, hasta años muy recientes, ha sido particularmente descuidado.

Creemos que a partir de la consolidación de estas bases, es como podrán superarse los juegos de calificaciones y descalificaciones que han prevalecido al interior y desde el exterior de la comunidad de investigadores de la comunicación y, sobre todo, que podrá avanzarse en el mejor cumplimiento de la función social que, en última instancia, otorga sentido al trabajo científico: la generación de un conocimiento sistemático y riguroso, aplicable a la comprensión de la "realidad" comunicacional concreta que vivimos, y al mismo tiempo pertinente, útil para su eventual transformación democrática.



# BIBLIOGRAFIA

ANZOLA, Patricia y Patricio Cooper

- 1985 *La Investigación en Comunicación Social en Colombia*. Lima: DESCO/ACICS.

ATWOOD, Rita

- 1986 "Assessing Critical Mass Communication Scholarship in the Americas: The Relationship of Theory and Practice", en R. Atwood y E. McAnany (eds.) *Communication and Latin American Society. Trends in Critical Research, 1960-1985*. Madison, E.U.A.: The University of Wisconsin Press.

BELTRAN, Luis Ramiro et al

- 1980 *Memorias de la Semana Internacional de la Comunicación*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

FUENTES NAVARRO, Raúl

- 1988 *La Investigación de Comunicación en México. Sistematización Documental 1956-1986*. México: Ediciones de Comunicación.

- 
- 1990b "El desarrollo, la organización y el uso de la Comunicación Social en México", en Paoli Bolio (coord.) *Desarrollo y Organización de las Ciencias Sociales en México*. México: UNAM CIIH/Miguel Angel Porrúa.

- 
- 1991 *La Comunidad Desapercibida. Investigación e Investigadores de la Comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/CONEICC.

FUENTES NAVARRO, Raúl y Enrique E. Sánchez Ruíz,

- 1989 *Algunas condiciones para la Investigación Científica de la Comunicación en México*. Guadalajara: ITESO, Cuadernos Huella No. 17.

- 
- 1990 "La Investigación de comunicación en México (1985-1990): perspectivas para los noventa", en *Revista Mexicana de Comunicación*, Núm. 13, Sept. Oct.

GOMEZ MONT, Carmen

- 1990 "Tecnologías de información en México (1979-1990)", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Vol. IV, Num. 10.

GOMEZ PALACIO, Carlos y Rubén Jara

- 1989 "The Growth of Communication Research in Latin America", ponencia presentada en la 39 Conferencia de la ICA, San Francisco, California, E.U.A.

MARQUES DE MELO, José (coord.)

- 1983 *Inventario de Pesquisa em Comunicação no Brasil 1883-1983*. Sao Paulo: INTERCOM/ALAIC.

- 
- 1984 "La investigación latinoamericana en comunicación", en *Chasqui*, Num. 11, CIESPAL, Quito.

- 
- 1991 *Comunicação e Modernidade*. Sao Paulo: Edições Loyola.

MARTIN BARBERO, Jesús

- 1987 *De los Medios a las Mediaciones*. México: Gustavo Gili.

MOTTA, Gonzaga

- 1989 "Las revistas de comunicación en América Latina: creación de la teoría militante", en *Telos*, Num. 19. FUNDESCO, Madrid.

MUNIZAGA, Giselle y Amy Rivera

- 1983 *La Investigación en Comunicación Social en Chile*. Lima: DESCO/CENECA.

PEIRANO, Luis y Tokihiro Kudo

- 1982 *La Investigación en Comunicación Social en el Perú*. Lima: DESCO.

RIVERA, Jorge B.

- 1986 *La Investigación en Comunicación Social en Argentina*. Lima: DESCO/ASAICC.



SANCHEZ RUIZ, Enrique E.

- 1988 "La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y en México", en E. Sánchez R. (comp.) *La Investigación de la Comunicación en México. Logros, Retos y Perspectivas*. México: Ediciones de Comunicación/Universidad de Guadalajara.

- 1989 "La búsqueda metodológica en la investigación mexicana de comunicación", Ponencia presentada en el II Encuentro Iberoamericano de Investigadores de la Comunicación, Florianópolis, SC, Brasil.

- 1990 *Tendencias en la Investigación sobre Televisión en México (1985-1990). Análisis de la Bibliografía*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Informe de Investigación.

- 1990b "Los estudios regionales sobre medios de difusión y la centralización", en C. Martínez Asad (coord.) *Balance y Perspectivas de los Estudios Regionales en México*.

- 1991 "Apuntes sobre una metodología histórico-estructural (Con énfasis en el análisis de medios de difusión)", en *Comunicación y Sociedad*, Num. 10-11, Sept. 1990-Abril 1991.

- 1991b *Medios de Difusión y Sociedad. Notas Críticas y Metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara (en prensa).

## MÉXICO: VOLVER AL FUTURO

### Comunicación y culturas a la vuelta del milenio\*

• Jorge A. González\*\* y Rossana Reguillo\*\*\*

A Guillermo Bonfil Batalla

#### FLASH 1

El día ocho de mayo de 1990, casi 3 millones de mexicanos invaden una pequeña ciudad de no más de 100 mil habitantes; el motivo: Karol Wojtila, El Papa, se arrodilló ante la imagen de la virgen de San Juan de los Lagos y celebra una misa para todos.

La misma imagen conocida desde hace siglos por otros muchos millones de mexicanos más cariñosamente como "Sanjuanita" recibe diariamente miles de exvotos -agradecimientos pintados y/o escritos- por haber recibido favores diversos: por salir bien de una operación, recuperar unos marranitos perdidos o por el notorio milagro de ayudar "a matar a un cabrón policía que me venía siguiendo" (GONZALEZ, 1986).

#### FLASH 2

"La juventud es una edad maravillosa", "Ser joven está de moda", "México, cree en sus jóvenes", "Los niños son nuestro futuro"

\* Una primera versión de este escrito se presentó como ponencia en el Panel "Trends in Mexican Communication Research", en el Congreso Anual de 1990 de la International Communication Association (ICA), Junio 24-29, 1990, Trinity College, Dublín, Irlanda. Esta versión ha sido ampliada y actualizada en lo posible.

\*\* Coordinador del Programa Cultura, Universidad de Colima

\*\*\* Maestría en Comunicación, ITESO, Guadalajara.