

DESTELLOS DE LA COMUNICACIÓN: *la diseminación de conocimiento a través de las publicaciones académicas*

Karla Margarita Ramírez
y Ramírez

Las publicaciones pueden desempeñar un papel fundamental, por múltiples razones: como vehículo de transmisión del conocimiento y recursos esenciales para la enseñanza y como medios de comunicación de nuevos hallazgos; para la divulgación de las ciencias, de su historia, sus ideas y sus avances; para la promoción del desarrollo científico; como indicador de la ciencia que producimos y como medio de definición y difusión del vocabulario científico.

(Cetto, 1995: 30).

Introducción

Desde los estudios pioneros sobre la comunicación científica realizados en los años treinta por Robert K. Merton (1980), se observó cómo la creación de mecanismos de intercambio entre científicos se relaciona con la estructura y el desarrollo de un campo científico.¹

De acuerdo con lo anterior, el análisis de estos mecanismos (ya sean formales como las revistas especializadas y los congresos científicos, o informales como el uso del correo postal o electrónico y las redes de colaboración) es central para comprender la organización social de la ciencia. De ahí que Paisley

1. Para definir el campo científico seguimos la propuesta de Pierre Bourdieu, para quien “en cuanto sistema de relaciones objetivas entre posiciones adquiridas [en luchas anteriores], es el lugar, el espacio de juego de una lucha competitiva. Lo que está en juego específicamente en esa lucha es el monopolio de la autoridad científica definida, de manera inseparable, como capacidad

haya señalado cuatro funciones básicas de la comunicación de la ciencia: la revelación de descubrimientos ante la comunidad científica; la estimulación producida por las ideas nuevas que desplazan a las viejas; la retroalimentación a los científicos acerca de la aceptación y crítica de su trabajo, y la recompensa a los científicos mediante el reconocimiento de sus pares. “Cuando fallan las funciones comunicativas, la ciencia se tambalea. La conclusión de este silogismo fue establecida por James Watson en una entrevista con la BBC: la comunicación es la esencia de la ciencia” (Paisley, 1984: 27–28).

Con base en este marco, se efectuó un análisis sobre la manera en que se disemina el conocimiento científico a través de las publicaciones académicas *Comunicación y Sociedad* del Departamento de Estudios de Comunicación Social (DECS) de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* del Programa Cultura de la Universidad de Colima y *Versión. Estudios de Comunicación y Política* del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana–Xochimilco (UAM). Específicamente, fueron estudiados de manera cuantitativa los artículos publicados en ellas por investigadores adscritos a las instituciones editoras, con el objetivo de conocer, a nivel descriptivo, cómo se reproducen en estas publicaciones rasgos del campo académico de la investigación de la comunicación en México.² Para ello se revisaron de forma sistemática todos los números de cada revista, desde su origen y hasta el año 2000. Se trató de un estudio bibliométrico comparativo

técnica y poder social; o, si quisiéramos, el monopolio de la competencia científica, entendida en tanto capacidad de hablar y de actuar legítimamente [es decir, de manera autorizada y con autoridad], que es socialmente otorgada a un agente determinado” (1976: 1).

2. Para definir el campo académico también seguimos la propuesta de Bourdieu, quien lo visualiza como un territorio constituido por individuos que compiten entre sí, bajo ciertos parámetros por un fin concreto: la autoridad científica, política, económica, etc: “El campo universitario es, como cualquier otro campo, un espacio de lucha por la determinación de las condiciones y los criterios de la membresía y la jerarquía legítimas, esto es, por determinar cuáles propiedades serán pertinentes, efectivas y susceptibles de operar como capital que genere los beneficios específicos ofrecidos por el campo. Los diferentes conjuntos de individuos [más o menos constituidos en grupos] que se definen por esos criterios diversos, tienen un interés absoluto en ellos. Al profesar esos criterios, al tratar de hacerlos reconocer, al intentar imponerlos como propiedades legítimas, como capital específico, ellos están trabajando para modificar las leyes de formación de los precios, características del mercado universitario, y por tanto para mejorar sus beneficios potenciales” (Bourdieu, citado en Fuentes Navarro, 1998: 67).

que encontró su principal apoyo en algunos postulados teóricos provenientes de la sociología de la ciencia,³ de la propia teoría de la comunicación y de técnicas como la bibliometría.⁴

Antecedentes

Los estudios sociales de la ciencia y su combinación con los estudios métricos de la información

El conocimiento científico es considerado como un producto social por los estudios sociales de la ciencia; producto dependiente de la interacción humana, de una comunidad científica donde la comunicación es el vehículo que lo crea y recrea: “El conocimiento científico, como el lenguaje, es intrínsecamente la propiedad común de un grupo o no es nada. Para comprenderlo debemos conocer las características especiales de los grupos que lo crean y lo usan” (Kuhn, 1971: 209–210).

Por ello, la creación de publicaciones especializadas está relacionada con la estructura y el desarrollo de un campo científico, hasta el punto que las revistas científicas han sido identificadas por los estudios sociales de la ciencia como los indicadores más obvios de lo que constituye el contenido, las fronteras y los retos de un campo. De ahí que su análisis haya sido considerado como un aspecto central para comprender la organización social de la ciencia.⁵

Con este objetivo, los estudios sociales de la ciencia han establecido alianzas con los estudios métricos para analizar de manera cuantitativa la comunicación

3. La sociología de la ciencia es una disciplina que concibe al conocimiento científico como producto social, en donde se destacan el peso de la comunidad científica (Kuhn, 1971) y la definición de campo científico hecha por Bourdieu (1976).
4. La bibliometría fue definida por su creador como la aplicación de matemáticas y métodos estadísticos a libros y otros medios de comunicación, para arrojar luz sobre los procesos de la comunicación escrita y de la naturaleza y el curso de desarrollo de una disciplina mediante el recuento y análisis de las diferentes facetas de esta comunicación (Pritchard, 1969).
5. Más allá de apoyarnos en un concepto de ciencia, en el presente trabajo la mirada se posa sobre las prácticas científicas, ya que como han señalado filósofos y sociólogos, la ciencia se encuentra

científica y las redes de intercambio de información entre especialistas, para medir el desarrollo del conocimiento, la producción de los investigadores y las relaciones entre áreas de investigación y disciplinas, y para trazar el impacto de una idea. Todo ello a partir del análisis matemático y estadístico de las publicaciones y las conferencias publicadas, así como de otros canales informales de intercambio, como las discusiones, el correo electrónico, las conversaciones, etcétera.

Dentro de esta vertiente, Derek J. de Solla Price, historiador de la ciencia y profesor en Yale, fue el primero en mostrar cómo puede ser cuantificada la investigación de la comunicación científica en su obra *Little science, big science* (1963), donde analiza de manera estadística la forma y el tamaño de la ciencia, con el propósito de conocer las reglas que gobiernan su crecimiento y su comportamiento como un todo. Price estudió a la ciencia como una entidad mensurable, para calcular así la fuerza de trabajo implícita en ella, a partir de lo cual formuló una ley estadística que muestra su crecimiento como exponencial. Como consecuencia de ello, el historiador habló de la “contemporaneidad” de la ciencia y tras retomar el concepto de “colegios invisibles”,⁶ al analizar las redes de citas y la co-citación, desarrolló una nueva manera de estudiarla. Años más tarde, Diana Crane, alumna de Price, desarrolló un estudio sobre la difusión del conocimiento en comunidades científicas titulado *Invisible colleges* (1972), en el que analizó cuantitativamente las redes de intercambio de información

definida por las prácticas llevadas a cabo por una comunidad científica determinada, que delimita el campo de problemas a resolver, los métodos y las teorías que pueden ser consideradas como científicas. De ahí que “la ciencia jamás tuvo otro fundamento que el de la creencia colectiva en sus fundamentos, que el propio funcionamiento del campo científico produce y supone. La misma orquestación objetiva de los esquemas prácticos inculcados por la enseñanza explícita y por la familiarización —fundamento del consenso de lo que está en juego en el campo, esto es, de los problemas, de los métodos y de las soluciones inmediatamente percibidos como científicos— encuentra su fundamento en el conjunto de mecanismos institucionales que aseguran la selección social y escolar de los investigadores (en función, por ejemplo, de la jerarquía establecida de las disciplinas), la formación de los agentes seleccionados, el control del acceso a los instrumentos de investigación y de publicación, etc.” (Bourdieu, 1976: 21). Término introducido en el siglo XVII por Robert Boyle: pequeños grupos de científicos muy productivos que establecen medios informales (correspondencia, encuentros, conferencias) de contacto y de apoyo mutuo, con el propósito de ganar prestigio y prioridad dentro del campo (Fuentes Navarro, 1998: 235).

científica entre los especialistas de un tema concreto: la sociología rural, y propuso un modelo de colegio invisible que suponía una estrecha relación entre los científicos de la red y su productividad.

Más tarde, los estudios métricos de la información comenzaron a ser aplicados a la comunicación académica, como lo dio a conocer el *Communication Research Journal* que dedicó un número especial a la bibliometría y la comunicación académica, en donde su editora comenta que:

En años recientes ha resurgido el interés tanto por la comunicación académica [*scholarly communication*] como área de investigación, como por la aplicación de la bibliometría como método de investigación [...] Por comunicación académica entendemos el estudio de cómo los académicos en cualquier campo usan y diseminan información a través de canales formales e informales, mientras que la bibliometría es la aplicación de métodos matemáticos y estadísticos a libros y a otros medios de comunicación. Proponemos una matriz para la intersección de estos tópicos de variables estudiadas (productores, artefactos y conceptos de comunicación), por preguntas de investigación abordadas (caracterización de comunidades académicas, evolución de comunidades académicas, evaluación de contribuciones académicas, difusión de ideas) (Borgman, 1989: 583).

Además, sugiere seguir las estrategias que aplican los campos científicos más antiguos para manejar y evaluar su desarrollo, estrategias que “forman parte de la *autoconciencia disciplinaria* que caracteriza a cualquier campo maduro” (Borgman, 1989: 585). Gracias a la aplicación de los estudios cuantitativos en Estados Unidos se ha logrado crear importantes recursos para sistematizar información bibliográfica sobre la producción del campo de la investigación de la comunicación, reflejadas en bases de datos como las operadas por el Instituto para la Información Científica (ISI) (*Social science citation index; Arts and humanities citation index*), o los *Index to journals in communication studies through 1990* publicados por la Speech Communication Association (Matlon y Ortiz, 1992).

Por lo que respecta a América Latina en general y a México en particular, “los bancos de información y la sistematización documental de la producción científica se han desarrollado incomparablemente menos que en los países desarrollados, por lo que la actividad científica cuenta con mucho menor apoyo en este tipo de infraestructura, demostrando desde ahí su carácter periférico y marginal” (Fuentes Navarro, 1998: 224). En este sentido, dentro del campo de comunicación se han realizado varios esfuerzos como el Centro CONEICC de Documentación sobre Comunicación en México, que fue creado en 1977 en la Universidad Iberoamericana y es operado desde 1983 en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).

Para el presente estudio, sólo fueron localizadas siete publicaciones, artículos y libros en donde las revistas académicas son analizadas para apoyar al estudio del campo de la comunicación de América Latina y de México: *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México* de Raúl Fuentes Navarro (1991a); del mismo autor (1990a): “*Cuadernos de Comunicación y la constitución de un campo académico y profesional en México (1975–1990)*”; y (1990b): “La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y la comunicación”. Se cuenta con un recuento histórico general de estos medios de comunicación académica en el artículo de Francisco de Jesús Aceves González, titulado “Publicaciones sobre comunicación en México: las palabras errantes” (1993). A modo de referencia básica se encuentran las fichas correspondientes a México compiladas por Joëlle Hullebroeck en su *Repertorio de revistas latinas de comunicación y cultura* (1994). Un diagnóstico muy general sobre las mismas se localiza en el libro *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios* (1997) de Guillermo Orozco Gómez, en su capítulo quinto “La investigación de la comunicación dentro de América Latina”. En el número 32 de *Comunicación y Sociedad*, Florencia Saintout (1998) publicó el artículo “La recepción de los medios masivos en la revista *Comunicación y Sociedad*: una primera exploración”, donde analiza lo que se ha investigado sobre la recepción a través de los artículos publicados en dicha revista. Por otra parte, los únicos casos en los que se detecta el empleo de técnicas como la bibliometría para estudiar la estructura y el

desarrollo del campo a través de los productos publicados, ensayos, tesis y libros, pertenecientes a los miembros de un campo científico, son las sistematizaciones documentales: 1956–1986, 1986–1994 y 1995–2001 de *La investigación de la comunicación en México*, hechas por Raúl Fuentes Navarro (1988, 1996b, 2003b), quien, además, en 1998 publicó *La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*.

Un contexto abierto: comunicación, objeto difuso

El propósito del análisis fue explicar cómo se manifiesta, a través del conocimiento científico diseminado en las revistas académicas *Comunicación y Sociedad*, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* y *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, que la investigación académica de la comunicación en México ha sido guiada por el modelo hegemónico norteamericano, por orientaciones conceptuales y metodológicas europeas, en particular francesas, y por pocas aportaciones latinoamericanas, trabajadas desde marcos transdisciplinarios. Al ser producto de centros multidisciplinarios, donde se concentra la producción en pocos investigadores y se evidencia un decidido esfuerzo por llevar a cabo trabajo de campo a pesar de las limitaciones estructurales e institucionales, los resultados son una multiplicidad de tópicos y enfoques, síntomas inequívocos de la fragmentación del campo.

De tal manera, se asume que la generación del conocimiento en el campo académico de la investigación de la comunicación de México ha sido determinada por factores externos e internos. Dentro de los primeros sobresalen los elementos teórico-metodológicos norteamericanos y europeos que permean a nivel cognoscitivo el quehacer científico, en donde se incluye la característica más evidente del campo de la comunicación: su dudosa identidad disciplinaria, lo que ha generado un acalorado debate en Estados Unidos, que sentó raíces en los años cuarenta en torno a la distinción hecha por Paul Lazarsfeld entre la investigación “administrativa” y la “crítica” (Fuentes Navarro, 1999b).

En los años ochenta la polémica se intensificó al ser cuestionado el paradigma dominante, con lo que se abrió un camino enorme a la lucha por la hegemonía del campo y por la legitimidad que representa autoridad científica —por lo tanto, recursos, prestigio—, misma que ha sido obstaculizada por la confusa condición disciplinaria de la comunicación, cada vez más acentuada por la proliferación de perspectivas que como fuerza centrífuga han fragmentado y debilitado este campo en Norteamérica. Buenos ejemplos del debate se encuentran en el *Journal of Communication*, dentro de su número denominado *Ferment in the field* (1983), así como en *The future of the field* (1993), en donde queda manifiesto cómo con el deslizamiento del paradigma funcionalista quedaron al descubierto elementos negados e indispensables para que los estudios de la comunicación ampliaran su mirada, como la incorporación de los sujetos como categoría de análisis, el reconocimiento de la parte subjetiva de la investigación, la necesidad del trabajo multidisciplinario, etc, lo que destacó lo incommensurable de la tarea científica.

Frente a esta situación, la investigación de la comunicación en América Latina se permitió el reconocimiento de las determinantes económicas, culturales, sociales y políticas propias. Entonces se observó cómo su práctica ha estado definida por un trabajo multidisciplinario y transdisciplinario, con préstamos y apropiaciones de otras disciplinas de las ciencias sociales, de saberes técnicos y especializados; marcada por el distanciamiento con la docencia y la urgencia de rigor científico, de ser tanto útil como pertinente socialmente. Se percibe un campo latinoamericano de la comunicación definido por una institucionalización débil que es otorgada en gran medida por las escuelas de comunicación y su desmesurada matrícula escolar.

Mezclados con los factores externos, entre los factores internos que han permeado el quehacer científico destaca la restructuración sufrida en los ochenta en el campo académico de la investigación de la comunicación en México, debida en parte a la crisis económica que constriñó el área académica y de investigación, así como a la incorporación de nuevos investigadores. Una nueva generación de estudiosos, formados algunos en el extranjero en diferentes especialidades de las ciencias sociales, creó centros de investigación, independientes de la licenciatura, tanto en la provincia como en la ciudad de México (Fuen-

tes Navarro, 1998). Dentro de sus proyectos, calificados como innovadores en el país, pues han favorecido la generación del conocimiento en cantidad y calidad, se consideró el establecimiento de canales para la disseminación de sus productos como son las publicaciones académicas.

Las aportaciones hechas por el Programa Cultura de la Universidad de Colima, el DECS de la Universidad de Guadalajara y el Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, han sido evidentes dentro de la estructura del campo académico de investigación de la comunicación en el país, en especial con respecto al incremento de productos publicados fuera de la ciudad de México, lo que ha impulsado una fase de expansión del campo, manifiesto sobre todo en los índices de producción. Según la *Sistematización documental 1986-1994* realizada por Fuentes Navarro (1996b), sólo 16% de los productos mexicanos de investigación fueron publicados antes de 1980; el resto no lo sería sino hasta el periodo siguiente. La circulación de este material ha implicado que se formalicen los mecanismos de publicación, cuyos rasgos fundamentales son el establecimiento del formato artículo (resultado algunas veces de avances de investigación), la publicación de libros colectivos (coordinados por uno o dos editores) y un cambio notable y mutante en cuanto a los lugares de edición.

El aumento en el número de productos publicados, indicativo de la composición del campo, nos habla de la importancia que ha cobrado publicar para los investigadores, ya que de ello dependen la evaluación de su desempeño, la promoción laboral y la designación de recursos, tanto por parte de las instituciones en las que se encuentran adscritos como por instancias de estímulo oficial como el Sistema Nacional de Investigadores (SNI).

En este sentido, resulta interesante observar cómo se concentra la producción a nivel nacional, pues poco más de 70% de los productos de investigación académica de la comunicación en el país, entre 1986 y 1994, fue generado por investigadores adscritos a sólo seis instituciones: la UNAM, la Universidad Iberoamericana, la UAM-Xochimilco, la Universidad de Guadalajara, el ITESO y la Universidad de Colima; y de los 25 investigadores con mayor número de publicaciones en estos años, sólo cinco no trabajaban en alguna de esas seis instituciones (Fuentes Navarro, 1998: 228).

A pesar de la tendencia a la concentración en los productores, los temas abordados en este periodo se diversificaron. En este sentido, Fuentes Navarro detecta entre las características más sobresalientes de la investigación de la comunicación en México la construcción del objeto de estudio con apoyo en la sociología, lo que él denomina “objetos enmarcados sociológicamente”; la continua perspectiva instrumental en el análisis de la comunicación y la dispersión entre los puntos de vista teórico-metodológicos, determinada por la diversidad de marcos disciplinarios (históricos, educativos, antropológicos, económico-políticos, lingüístico-semióticos).

Los breves trazos mostrados de la práctica de la investigación en México y sus determinantes externas e internas nos conducen al análisis de las publicaciones académicas seleccionadas en el presente estudio, realizado como tesis de Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la ciencia y la cultura. Este es un trabajo desarrollado y fundamentado empíricamente mediante postulados propios de la bibliometría, que se concretan en el diseño de operaciones metodológicas a exponerse en el siguiente apartado.

Metodología

En el estudio se aplicó la bibliometría para cuantificar los productos diseminados a través de tres de las revistas académicas de comunicación mexicanas más importantes. Para ello, se tomaron como guía las cuatro preguntas de investigación que resultan de la intersección entre bibliometría y comunicación académica, preguntas que fueron adaptadas, dado que el centro del análisis son sólo los artefactos (“producto formal o resultado, así como insumo de la comunicación académica a otros”, Borgman, 1989: 587-588), denominados productos.

- Caracterización de comunidades académicas [...] combinamos estudios de colegios invisibles y estudios de especialidades de investigación, que aunque son teóricamente distintos, tienen mucho en común metodológicamente [...] las comunidades académicas han sido estudiadas mediante sus productores, artefactos y conceptos.

- Evolución de comunidades académicas. La mayor parte de los trabajos que han seguido comunidades científicas a lo largo del tiempo han confiado en el análisis de citas de artefactos, especialmente el análisis documental de co-citación. Comparando los cambios de composición de los *clusters* de documentos co-citados, es posible identificar tanto la magnitud como la dirección del cambio en tópicos de la investigación.
- Evaluación de contribuciones académicas. La importancia de una idea se mide por el número de citas que recibe en los documentos en que es incorporada. De este modo la referencia a un artefacto se ve como una elección sociométrica.
- Estudios de difusión de ideas. La bibliometría puede usarse para trazar la evolución de una idea en ámbitos disciplinarios y trans-disciplinarios [...] Dentro del campo de la comunicación se han realizado diversos estudios de difusión de ideas, como el de Paisley (1984) (Borgman, 1989, citado en Fuentes Navarro, 1998: 212).

A partir de lo anterior fueron seleccionadas las tres revistas ya mencionadas, debido a que “el conocimiento diseminado a través de ellas proviene de investigación realizada en las universidades, sujeta a las normas de la actividad académico-científica, y por tanto pública en su financiamiento, objetivos, procedimientos y resultados” (Fuentes Navarro, 1998: 68). Las tres publicaciones son consideradas como de alta calidad por responder a proyectos concretos de investigación; por contar con mecanismos de arbitraje nacional e internacional para la selección de los trabajos a publicar, con normas formales para los artículos, con resúmenes (*abstracts*) en español e inglés para cada producto, y por sostener una edición con retrasos pero constante, ya sea anual, en el caso de *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, o semestral, para las dos restantes. *Comunicación y Sociedad* y *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* fueron incluidas desde 1994 en el índice de revistas científicas mexicanas de excelencia por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Para proceder a su análisis, las publicaciones fueron estudiadas con el carácter de medios de diseminación, al considerar los propósitos declarados (y el

formato adoptado) en cuanto su función comunicativa primordial, ya que de acuerdo con Antonio Pasquali,

Se entiende por *difusión* el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo perceptor disponible en una unidad geográfica, cultural, etc. Se entiende por *divulgación* el envío de mensajes elaborados mediante la transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes omnicomprensibles, a la totalidad del universo perceptor disponible. Se entiende por *diseminación* el envío de mensajes elaborados en lenguajes especializados, a receptores selectivos y restringidos (1970: 200–201).

Una vez hecha esta distinción, se sistematizaron los productos incluidos dentro de todos los números de cada publicación editados hasta el año 2000 (véase el cuadro 1).

Para desarrollar el estudio se establecieron cinco categorías de análisis:

- Las publicaciones académicas. Dentro de esta categoría se encuentran las tres revistas seleccionadas.
- Los artículos o productos. El centro del estudio fue el análisis de los productos publicados por los investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas, salvo las reseñas de libros. Para localizarlos, se hizo un listado general con todos los productos publicados en ellas (un total de 549), de entre los cuales fueron detectados como Propios los de investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas (sólo 184), que se constituyeron como muestra analítica. Los restantes, un total de 365 productos excluidos del análisis, fueron definidos como Ajenos y catalogados de acuerdo con el origen de su autor, como Ajenos nacionales (un total de 169) y Ajenos extranjeros (un total de 196).
- Los productores. A través del análisis de los artículos seleccionados es posible obtener los índices de producción de los autores. Fueron localizados 67, considerando sólo aquellos investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas.

Cuadro 1.
Caracterización de las revistas analizadas (1986–2000)

Título	Institución editora	Desde	Números	Total
<i>Estudios sobre las Culturas Contemporáneas</i>	Programa Cultura, Centro Universitario de Investigaciones Sociales (CUIS), Universidad de Colima	1986	Época I: 18, época II: 12. Total: 30	227
<i>Comunicación y Sociedad</i>	Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades (CUCSH), Universidad de Guadalajara	1987	37	229
<i>Versión. Estudios de Comunicación y Política</i>	Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco	1991	10	93

- Los temas. Una vez hecha la cuantificación de los productos seleccionados (184), se emprendió la clasificación de los temas abordados en cada uno. Para ello, se creó una categorización temática adecuada que implicó una enorme dificultad, debido a que cada producto podía ser clasificado en varias a la vez. Sin embargo, fueron ubicados diez temas principales, citados con frecuencia. Además se detectaron tópicos diversos, muy poco abordados, que fueron colocados dentro de una categoría denominada Otros (véase el cuadro 2).
- Las citas. De la muestra analizada fueron abstraídas sólo las citas o referencias hechas a artículos Ajenos, es decir, fueron excluidas del análisis las citas autorreferenciales de cada producto. Se seleccionaron para el análisis las citas hechas a otros autores, siempre y cuando estos aparecieran más de tres veces. Con estos parámetros se obtuvo un total de 125 citas, que fueron a su vez clasificadas de acuerdo con el origen del autor, nacional o internacional.

Cuadro 2.
Categorías temáticas construidas

Televisión	Contempla los estudios sobre este medio masivo en general, así como análisis específicos de sus vínculos en contextos regionales, nacionales o globales o en relación con aspectos considerados políticos, económicos, ideológicos, laborales, tecnológicos, etcétera.
Medios impresos	Abarca todos los productos que hacen referencia a estos medios; se incluyen estudios sobre historietas, revistas y periódicos.
Técnicas de investigación	Contempla todos los productos en los que se exponen técnicas de investigación: historia de vida, historia oral, grupo de discusión, etnografía, entrevista, encuesta, etcétera.
Medios en general	Esta categoría comprende todos los productos que abordan el análisis de varios medios masivos de comunicación juntos y desde distintas perspectivas: social, cultural, académica, económica, etcétera.
Temas	Tema central en diferentes productos, en donde es tratado en relación con su historia, su impacto social y recepción.
Campo de la comunicación (investigación, académico)	Productos que lo abordan desde perspectivas tanto cualitativas como cuantitativas.
Telenovelas	Productos que tienen como centro el estudio de este género televisivo.
Cultura	Todos los productos que abordan a la cultura como objeto o aspectos culturales nacionales o regionales.
Comunicación e instituciones	Aquellos productos que analizan a la comunicación en relación con la religión, la política, la educación, etcétera.
Nuevas tecnologías	Productos en donde se analiza el impacto de las computadoras en la educación o la Internet como un nuevo espacio de interacción.
Otros	Categoría amplia que incluye a todos aquellos productos cuyo centro son temas muy poco publicados o de estudio reciente como los movimientos sociales, radio, telecomunicaciones, recepción, consumo, mitos/creencias populares, frentes culturales, identidad cultural, discurso político, consumo, audiencias, ofertas culturales, cartografías culturales, etcétera.

Análisis e interpretación de la información

ri

Los productos

Al aplicar la bibliometría en el análisis de los productos publicados dentro de las revistas académicas *Comunicación y Sociedad* del DECS de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* del Programa Cultura de la Universidad de Colima y *Versión. Estudios de Comunicación y Política* del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, desde el primer número de cada una y hasta el año 2000, se detecta que han sido publicados en ellas un total de 549 productos.

Entre los productos localizados se distinguen dos tipos de artículos: los publicados por académicos adscritos a las instituciones editoras y los generados por autores ajenos a ellas. Los primeros representan el centro de nuestro estudio y de acuerdo con el análisis, han diseminado 184 productos a través de las publicaciones académicas analizadas. Del segundo tipo se encontraron 365 productos, entre los que 196 pertenecen a autores Ajenos extranjeros y 169 a autores Ajenos nacionales. Se puede observar que el número de productos publicados por autores Ajenos a las instituciones editoras (66.48%) supera a los diseminados por investigadores adscritos o Propios (33.52%) (véase la gráfica 1).

Dentro de los productos publicados por Ajenos destacan en número aquellos que pertenecen a autores de origen extranjero (35.7% del total general), pues superan al total de los Propios y a los publicados por autores Ajenos nacionales. Esto puede relacionarse sobre todo con la dependencia estructural de México con Estados Unidos y Europa, que ha determinado teórica y metodológicamente la investigación de los fenómenos comunicacionales (Fuentes Navarro, 1992).

Este rasgo general se manifiesta con matices particulares en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, en donde el número de productos publicados por autores nacionales Ajenos a la Universidad de Colima (92) supera tanto a los Propios (53) como a los Ajenos de origen extranjero (82). Este matiz es congruente con una intención expresa del Programa Cultura: “Reducimos el número de páginas y reforzamos nuestro equipo editorial con presencia de más compa-

ñeros y compañeras de todo el país. Es una labor que quiere ser más colectiva y abarcadora, precisamente para fomentar y dar salida a voces de todos nuestros México” (*Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1995: 5–7). También podría aducirse la necesidad real de suplir la carencia de productores adscritos a la Universidad de Colima y de miembros del Programa Cultura.

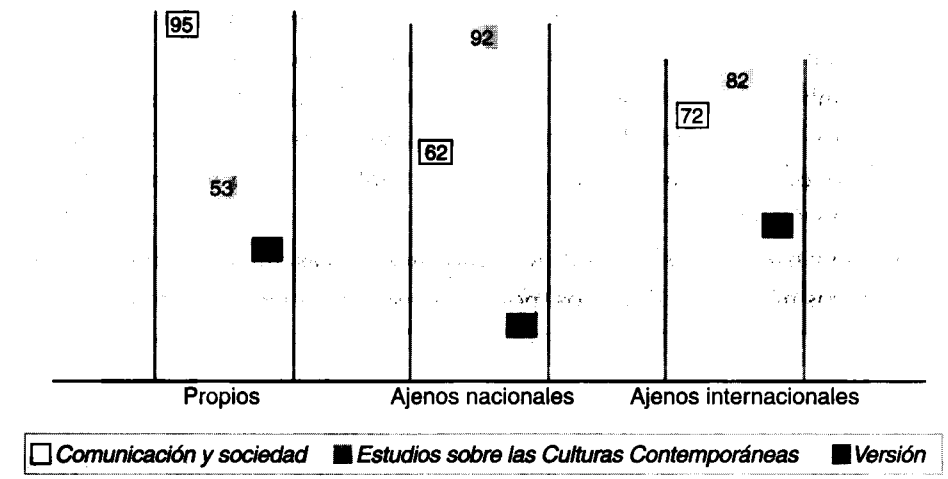
Al enfocar de nueva cuenta los 549 productos diseminados a lo largo de la existencia de las revistas, se distingue que 229, la mayor parte de ellos, provienen de *Comunicación y Sociedad*; le sigue *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* con 227, y por último, *Versión* con 93. La distancia que se observa entre productos publicados por una u otra revista son mínimos en el caso de las dos primeras y aumenta al compararlas con *Versión*, lo cual se explica en los números editados por cada revista: *Comunicación y Sociedad* cuenta con 37 números, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* con 30 y *Versión* sólo con diez. En este sentido conviene considerar que todas las publicaciones tienen retrasos en la edición.

Las diferencias reales aparecen al observar la composición de la muestra analizada: de los 184 productos Propios 51.63% pertenece a la revista del DECS, 28.8% a la publicación del Programa Cultura y 19.57% a *Versión*. De alguna manera estos datos apoyan la observación hecha por Fuentes Navarro (1996b) sobre la producción de los centros ubicados en Guadalajara y Colima, que por su alta productividad han establecido un esquema geográfico bipolar en el campo.

Productores

Los 184 productos Propios han sido generados por 67 investigadores. Casi la mitad de ellos (30) se encuentra adscrita a la Universidad de Guadalajara, lo que quizá sea una de las razones de su alta productividad, conectada directamente con el número de productos propios en *Comunicación y Sociedad* (95) diseminados hasta el año 2000. En esta publicación, al parecer se cuida el equilibrio, es decir, que se publique en cada número casi igual número de productos de Propios y de Ajenos. En contraste, sólo 15 investigadores adscritos a

Gráfica 1.
Productos por publicación



la Universidad de Colima publican en su propia revista; mientras que en *Versión* participan 22 productores pertenecientes a la UAM–Xochimilco.

Los datos hacen referencia a diferentes concentraciones. Por un lado, la mayor parte de productores se encuentra en el DECS de la Universidad de Guadalajara, a donde han ido incorporándose académicos provenientes de otros centros de investigación, como Guillermo Orozco Gómez, quien abrió en 1989 el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana y más tarde se incorporó al DECS, para publicar por primera vez en *Comunicación y Sociedad* en 1996; así como Sarah Corona Berkin, quien publicó en 1998 en *Versión* como adscrita a la UAM–Xochimilco y un año después en *Comunicación y Sociedad* como adscrita al DECS. Lo mismo sucede con quienes publican en ella primero como estudiantes de posgrado o ajenos a la Universidad de Guadalajara y después como investigadores del Departamento, como Raúl Fuentes Navarro y Rossana Reguillo Cruz, por citar a algunos.

En el lado opuesto se observa cómo en la revista de la Universidad de Colima la concentración mayor se da en el número de publicaciones por autor: de 53

productos Propios publicados, 35 son fruto sólo de dos académicos, de tal manera que hasta 1999, los textos de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* pertenecían en su mayoría a los fundadores del Programa Cultura, Jorge González y Jesús Galindo Cáceres, quienes inclusive publicaban dos artículos por número. Sin embargo, a partir de 1997 se percibe la diseminación de productos de miembros más jóvenes del Programa Cultura, como Ana Uribe y Karla Covarrubias, y la cada vez más esporádica publicación de los productos de González y Galindo.

Por su parte, en *Versión* las concentraciones son casi imperceptibles debido a los pocos números publicados, por lo que se distingue un cierto equilibrio entre el número de productos publicados (36) y el de productores (22), así como en cuanto a la constitución del cuerpo de productores, que ha permanecido constante.

Más allá de la tendencia a la concentración en los productores, la incorporación de nuevos autores, aunque lenta y tardía, habla de la incidencia de los fundadores de los respectivos centros en la formación de investigadores dentro de la institución a la cual se encuentran adscritos y en consecuencia, del crecimiento paulatino del campo de la investigación en comunicación en México.

Como ya se comentó, de acuerdo con la autoría de los productos analizados se detecta un núcleo de académicos que publican más que otros dentro de cada una de las revistas. En la composición de estos núcleos se descubre siempre la presencia de los fundadores de los centros de investigación, así como de algunos investigadores de reciente ingreso o de generaciones más jóvenes, pocos en realidad. Los primeros publican desde el inicio de las revistas, en tanto pilares y a falta de más productores, para más tarde, con la incursión de nuevos autores, ir espaciando sus artículos, tal es el caso de Francisco Aceves González y Enrique Sánchez Ruiz, ambos fundadores del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes publicaron en forma ininterrumpida en cada número hasta 1998, pero después sólo Aceves González vuelve a publicar en 2000; o en *Versión*, Margarita Zires, que publica de manera consecutiva en varios números al principio, pero desaparece y reaparece en el último número de 2000.

Un factor determinante en la productividad de los académicos es la presión por publicar ejercida tanto por sus instituciones como por instancias oficiales

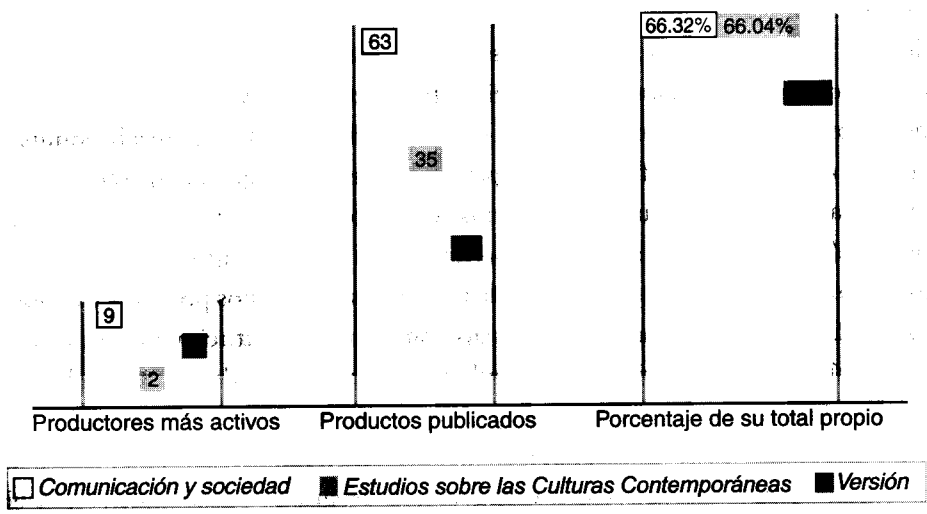
que les otorgan así reconocimiento, recursos, promociones, etc. Otro más es la visibilidad que genera, como dice la conocida frase: publicar o morir. Por lo tanto, es también una estrategia definitiva para maximizar el lucro científico, es decir, el “reconocimiento de los pares competidores” (Bourdieu, 1976: 5) en un campo caracterizado por prácticas científicas con doble vista, por un lado lo político y por el otro lo científico, “orientadas fundamentalmente a la adquisición de autoridad científica, especie particular de capital que puede ser acumulado, transmitido o incluso, bajo ciertas condiciones, reconvertido en otras especies” (Bourdieu, 1976: 89). De acuerdo con esto, en la gráfica 2 se muestra el número de productores, la cantidad de productos publicados por ellos y el porcentaje que alcanzan en relación con sus compañeros institucionales.

El número de investigadores que han publicado más de cinco productos (ocho) es reducido, lo cual sugiere que muchos de los productores son de formación reciente o que aun cuando están adscritos a la institución, en realidad no forman parte del centro de investigación o programa editor, motivo por el que su participación es casual o esporádica.

Entre los ocho investigadores que han publicado más de cinco productos, enlistados en el cuadro 3, se encuentran los fundadores del Programa Cultura y del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes ya en anteriores análisis (Fuentes Navarro, 1996b) fueron clasificados entre los productores más prolíficos en el campo. Los restantes pertenecen al DECS y han sido discípulos de sus fundadores durante el posgrado, además de contar con una amplia trayectoria en la docencia.

Cabe destacar que la mitad de ellos pertenece al SNI; la mayoría cuenta con el grado de doctor (sólo uno obtenido en el extranjero, los demás en el país) dentro de áreas de las ciencias sociales como antropología, sociología, educación, etc; todos desarrollan actividades de docencia y coordinación de posgrados, con publicaciones nacionales e internacionales, y más de dos participan en asociaciones mexicanas y latinoamericanas del campo.

Gráfica 2.
Concentración de productores en cada publicación



Formato de los productos

En los productos publicados se perciben la constitución de una comunidad académica o científica, las fronteras disciplinarias, los retos y las debilidades. De acuerdo con los datos bibliométricos, se detecta que 50% (92 productos) del total de la muestra analizada son ensayos o reflexiones teórico-metodológicas; 23.92% (44) son reportes de investigación empírica; 22.28% (41) productos de investigación documental y 3.8% (siete) entrevistas o testimonios publicados.

Como puede observarse, los ensayos superan en su conjunto a los resultados de proyectos de investigación, ya sea empírica o documental. Dentro de esta categoría se ubican las reflexiones teórico-metodológicas, la teorización libre y pura, los ensayos bibliográficos o filosóficos, muchas veces de temas distantes a la disciplina de la comunicación.

Este dato se relaciona con dos rasgos fundamentales del campo académico de la investigación de la comunicación en México: primero, hay pocos recursos

Cuadro 3.
Productores más activos

Autor	Institución	Productos publicados
Jesús Galindo Cáceres	Universidad de Colima	20
Jorge González	Universidad de Colima	14
Enrique Sánchez Ruiz	Universidad de Guadalajara	15
Francisco Aceves González	Universidad de Guadalajara	10
Gilberto Fregoso Pereda	Universidad de Guadalajara	1
Cecilia Cervantes Barba	Universidad de Guadalajara	1
Raúl Fuentes Navarro	Universidad de Guadalajara	1
Martha Renero	Universidad de Guadalajara	1

económicos para desarrollar proyectos de investigación empírica y el académico debe ser visible para tener acceso a ellos, lo que significa ser productivo y qué mejor manera que publicar; de otro modo, sólo le resta limitarse a la docencia y pasar desapercibido. En segundo lugar, la “capacitación técnica y teórico-metodológica sigue siendo deficiente” (Sánchez Ruiz, 1997), lo cual frena el desarrollo de nuevos proyectos de investigación.

El mayor número de ensayos proviene de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, en donde representan un 81.13% del total de productos publicados en la revista; la razón aducida es el limitado número de miembros del Programa Cultura. Le sigue la revista *Versión* con un 63.89%, pues aun cuando el número de productores es mayor, se detecta muy poco trabajo de campo y un predominio de productos publicados a manera de ensayo sobre temas alejados a lo que podría considerarse la disciplina de la comunicación. Por último, *Comunicación y Sociedad*, en donde apenas alcanzan un 27.37% y la mayoría es de corte teórico-metodológico, lo cual habla de la importancia que esta comunidad académica otorga a la reflexión epistemológica y metodológica, necesaria

para el fortalecimiento de la producción del conocimiento. Los datos citados son distribuidos en la gráfica 3: se presentan las cifras alcanzadas en relación a la procedencia del producto diseminado.

En esta gráfica se muestra cómo los productos publicados que son resultado de investigación proceden en gran medida de *Comunicación y Sociedad*, en donde destaca el número de reportes de investigación documental, debido, por una parte, a que es más sencillo tanto económica como físicamente acceder o sistematizar documentos que hacer trabajo de campo y por otra, como una respuesta ante la necesidad de conocer desde su nivel más básico, histórico y después estructural, a los medios, sobre todo regionales, en congruencia con uno de los objetivos del DECS: “Incidir en la producción y sistematización del conocimiento, en el campo de la comunicación y de sus interacciones con el entorno socioeconómico, político y cultural, por medio de la realización de estudios e investigaciones” (Arredondo Ramírez, 1997: 18).

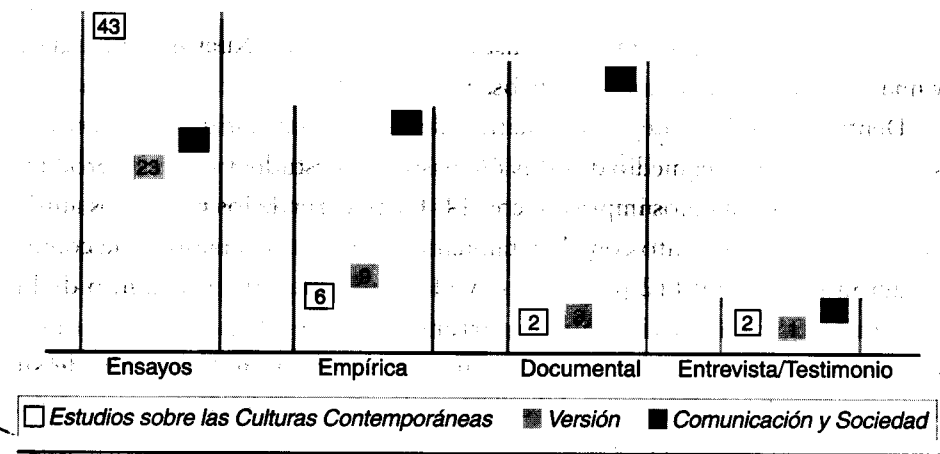
Por lo que respecta a las otras dos revistas, es superior la cifra de reportes de investigación empírica, de estudios de campo (etnográficos o de observación participante, por ejemplo). Esto puede deberse a los proyectos propios de cada centro; la escasez de investigadores de veras productivos; la falta de costumbre de dar a conocer sus investigaciones a través de la revista propia a su institución; así como a los parámetros impuestos para la selección de los artículos que serán publicados, etcétera.

Por último, los testimonios y/o entrevistas publicadas representan espacios abiertos para los actores principales en el campo de la comunicación, nacional e internacionalmente. La mayoría proviene de *Comunicación y Sociedad*, dentro de la que representan el 4.21%.

Tendencias temáticas

A través del análisis bibliométrico se detecta que un gran número de los productos se refiere a temas sobre o en relación directa con los medios masivos de comunicación, asunto que ya había observado Enrique Sánchez Ruiz (1992), al hacer hincapié en que han sido estos los que más han captado la atención de los

Gráfica 3.
Distribución por revista de la procedencia de sus productos



estudiosos de la comunicación, en cuanto a su dominio, sus orígenes, las determinantes de su operación social, sus relaciones con el poder, la composición de sus discursos o sus consecuencias e influencias sociales, entre otros elementos.

Por otra parte, 35.33% de los productos analizados hace referencia a múltiples tópicos: ensayos sobre el multiculturalismo en Estados Unidos, crónicas de Talpa, reflexiones sobre la política y la globalización, etc, por lo que estos, en su mayoría, podrían ser catalogados más como sociológicos, antropológicos, propios de las ciencias políticas o la historia, que de la comunicación.

Este último aspecto describe la diversidad temática existente en el campo, vinculada a la constitución disciplinaria de la comunicación, pues, según Martín-Barbero (1990), no está integrada por una disciplina, sino por un conjunto de saberes y prácticas pertenecientes a diversas disciplinas y campos, elemento que genera dispersión y amalgama, visible sobre todo entre ciencias sociales y adiestramientos técnicos. Además, existe una relación de los temas con los proyectos establecidos en cada centro editor, donde se desarrolla una práctica científica multidisciplinaria, caracterizada por la concentración de académicos formados en diferentes disciplinas de las ciencias sociales.

Las proporciones temáticas obtenidas fueron distribuidas dentro de diez categorías, donde se incluyen 119 productos: Televisión, Medios impresos, Técnicas de investigación, Medios en general, Cine, Campo de la Comunicación, Telenovelas, Comunicación e instituciones, Cultura, Nuevas tecnologías; y una más, con 65, denominada Otros.

Dentro de las diez categorías temáticas detectadas con claridad, la televisión se manifiesta como el medio de difusión masiva más estudiado, con 22 productos; le siguen los medios impresos, con 14. La mayoría de los productos alusivos a dichos temas, junto con el tratamiento de los medios masivos de comunicación en general (12 productos) y el estudio del propio campo de la comunicación en México (diez) pertenecen a investigadores del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes los han analizado desde su constitución histórica regional y estructural, así como en relación a aspectos económicos, políticos, etc. En concordancia con uno de los objetivos establecidos en su centro de “crear un espacio institucional, diferente de las opciones existentes, para promover el análisis crítico de los fenómenos de comunicación social en el contexto nacional, con un especial énfasis en la región occidental” (Arredondo Ramírez, 1997: 18), han desarrollado diferentes líneas de investigación aglutinadas en tres programas: relaciones entre la comunicación y la política, entre la comunicación y la economía, y entre la comunicación y los fenómenos culturales.

La selección de los problemas a resolver, los paradigmas, se encuentra definida en su mayoría por el proyecto de investigación propio de cada centro, lo que ha generado parcelas temáticas delimitadas. En este sentido, diez de los 12 productos referentes a técnicas de investigación caracterizados por su origen sociológico y antropológico, pertenecen a los investigadores de la Universidad de Colima, lo que habla de un propósito explícito del Programa Cultura por “servir como promotores de la cultura de la investigación sobre las múltiples dimensiones simbólicas de la sociedad. Cultura de pensar reflexivamente las culturas” (*Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1988: 5-9). De ahí que en su sección “Metodologías, métodos, técnicas” se discutan de manera reflexiva técnicas ligadas al estudio de los fenómenos comunicativos desde enfoques de la sociología de la cultura y los estudios culturales. De igual forma, en con-

gruencia con su intención de investigar la cultura contemporánea se detecta que la mayor parte de los productos publicados sobre el análisis de la cultura, seis de nueve, pertenece a los miembros del Programa, quienes además se han mostrado muy interesados por el estudio de los movimientos sociales, tema sobre el que se han publicado un total de seis productos y cinco provienen de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*.

Lo mismo sucede con el estudio de las telenovelas (con un total de diez productos, publicados todos en esta revista), el género televisivo analizado sobre todo por los miembros del Programa Cultura, con lo que siguen su deseo de “volver inteligible cómo se ha abordado este fenómeno cultural contemporáneo, de qué manera la sociedad se relaciona con él y cómo está compuesta su videotextualidad, lo cual no es nuevo en ciencias sociales, sin embargo, nunca —al menos en América Latina— se ha realizado un esfuerzo conjunto para sentar las bases de su comprensión” (*Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1988: 5-8).

Resulta interesante observar cómo desde 1989 el estudio del cine (con un total de 12 productos) mantiene su importancia, pues es abordado en todas las revistas: en *Comunicación y Sociedad* (seis) desde una perspectiva histórica, como industria cultural, y desde su recepción; en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (uno) desde una perspectiva política; y en *Versión* (cinco), como uno de los temas de análisis frecuentes en tanto texto cultural, desde la semántica y la semiología.

Entre los temas que aparecen en todas las revistas se encuentran las nuevas tecnologías con un total ocho productos: cinco de investigadores adscritos a la Universidad de Colima, en donde son observados desde su apropiación en el terreno educativo; en *Versión* (uno) se mide su impacto cultural; y en *Comunicación y Sociedad* (dos) se ha tratado sobre la metodología para su estudio.

Otro más es el estudio de la comunicación en relación con las instituciones y con procesos religiosos, electorales y educativos (un total de diez productos publicados). Esta relación es tratada sobre todo por los académicos de la Universidad de Colima y por quienes participan en *Versión* y muestra la necesidad expresada en ambos centros de repensar los vínculos entre los campos de la

vida social y la comunicación, y/o como un indicio, también, de la visión instrumental que ha permeado el campo.

Ahora bien, es importante señalar que la mayor parte de los productos, un total de 119 ubicados dentro de las diez categorías mencionadas, corresponde a los investigadores adscritos a los centros de investigación editores, es decir, a los miembros del Programa Cultura, a los fundadores y adscritos al DECS de la Universidad de Guadalajara y unos pocos a los adscritos al Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco; mientras que los productos reunidos en la categoría Otros pertenecen en su mayoría a productores adscritos a diferentes espacios y facultades de las instituciones editoras y no a los propios centros. En otros casos, son académicos de las distintas facultades o estudiantes de las maestrías coordinadas por los centros de investigación dentro de las propias instituciones, lo cual parece que genera la libre selección de problemas a resolver o propicia la innovación.

En la categoría denominada Otros se encuentran 65 temas diferentes, tratados con menor incidencia, que acentúan la dispersión, la sonada fragmentación. Temas itinerantes con cabida en más de una disciplina de las ciencias sociales, como la identidad cultural nacional, las reflexiones sobre la política nacional, el estado-nación, los géneros y estrategias del discurso, la política, etc. El “borramiento” de las fronteras teóricas entre las ciencias sociales y las humanidades (Geertz, 1980) es confirmado en estos productos, que en su mayoría provienen de *Versión*, dato vinculado por completo al objetivo de esta publicación que

es constituir un espacio teórico-político de evaluación y crítica en torno a los procesos de comunicación —y sus soportes tecnológicos— fundamentalmente en el contexto general de los procesos políticos y culturales que se desarrollan en México y América Latina. De ahí que todas las contribuciones que alimenten la revista queramos considerarlas como una *Versión* más de un saber fragmentado y en permanente cambio, que invita a ser transformado y remodelado por sus lectores y futuros colaboradores (*Versión. Estudios de Comunicación y Política*, 1991: 4-8).

El análisis bibliométrico aplicado permite observar las tendencias temáticas en cada centro: los medios masivos (televisión, prensa, cine, etc.) y el campo de la comunicación han sido un foco de atención para los investigadores pertenecientes al DECS de la Universidad de Guadalajara; las telenovelas, las técnicas de investigación y la cultura, para los miembros del Programa Cultura; el análisis del cine y el estudio de la comunicación en relación con las instituciones, para los adscritos a la UAM-Xochimilco. Los principales temas de cada revista han sido publicados desde el inicio de las mismas, de la mano de los proyectos de investigación de sus respectivos centros. Se exceptúan los productos acerca del propio campo de comunicación, publicados en *Comunicación y Sociedad* por primera vez en 1994. Otros tópicos, variados, están ligados por lo general al surgimiento y desarrollo de los fenómenos comunicativos, a sus vínculos con procesos sociopolíticos, económicos y culturales y son determinados teórico-metodológicamente por tendencias norteamericanas, europeas y algunas latinoamericanas, que han ido apareciendo o redescubriéndose en el campo de la comunicación tanto nacional como global.

De esta manera, los productos diseminados en 1990 sobre los medios de comunicación y los procesos electorales en México tienen su referencia fundamental en las elecciones de 1988; los estudios sobre el impacto de los medios en la vida cotidiana, así como de sus usos sociales, o aquellos sobre la recepción y los análisis de las culturas populares, encuentran sustento teórico-metodológico en las relaboraciones hechas a la “corriente de los usos y las gratificaciones”, en las obras de Jesús Martín-Barbero, en la recuperación de los *cultural studies* y en la teoría de la estructuración, que traen consigo los investigadores formados, algunos en el extranjero, dentro de diversas áreas de las ciencias sociales, muestra del ejercicio multidisciplinario prevaleciente en los centros. Por último, el análisis de los medios y su relación con el contexto internacional pende de las inquietudes surgidas a raíz de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

En 1991 se publica por primera vez en *Versión* sobre las nuevas tecnologías. Dos años más tarde son diseminados los primeros artículos sobre las creencias y los mitos en esa revista. Proliferan, entonces, los estudios de corte más sociológico y antropológico, en donde la comunicación es vista como medular para

la comprensión de los procesos sociales contemporáneos. Sale a la luz el tema de la recepción y el papel del sujeto es redimensionado, secuela del deslizamiento del paradigma dominante y el auge del constructivismo. Por último, cercano el siglo XXI, la globalización toma parte dentro de los estudios efectuados sobre los medios de difusión masiva.

En resumen, las temáticas identificadas dibujan un campo académico de la investigación de la comunicación transdisciplinario en esencia, con tintes profundamente sociológicos, antropológicos y lingüísticos. Los principales tópicos abordados son: los medios de difusión masiva (televisión, prensa, cine); comunicación y cultura; análisis del discurso; las ofertas culturales; las nuevas tecnologías; teoría y epistemología de la comunicación; subjetividad y comunicación; organización social y comunicación.

Análisis de citas

El análisis de citas permite registrar el uso del conocimiento científico implícito en los proyectos de investigación, trazar la influencia de una idea o captar la relevancia de un artículo u obra dentro de una comunidad científica. En el presente estudio, al cuantificar las citas que aparecían más de tres veces dentro de los 184 productos seleccionados, se obtuvo un total de 125 referencias a autores nacionales e internacionales.

76.8% de las 125 citas obtenidas se refiere a obras o artículos de autores extranjeros y sólo un 23.2% a nacionales, lo cual apoya la observación hecha sobre la dependencia estructural de México con Estados Unidos y Europa, o como menciona Orozco Gómez, la

síntesis entre la metodología norteamericana y la reflexión europea. Este proceso se ha referido como uno de sincretismo [...], ya que combina los procedimientos de las escuelas norteamericanas —primero Chicago y luego Stanford (Schramm), la Escuela de París (Althusser, Mattelart), la Escuela de Moscú (Bakhtin) y la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Habermas) (1997: 126–127).

Aun cuando hay muy pocas referencias comunes entre las publicaciones, en términos generales se detecta un predominio de citas a autores u obras europeas, principalmente francesas: son las obras del sociólogo Pierre Bourdieu las más concurrentes, en particular *La distinción* (1998); le sigue *The constitution of society* (1984), del autor inglés Anthony Giddens; los dos tomos de la *Teoría de la acción comunicativa* (1989), del alemán Jürgen Habermas, y por último, el francés Michel de Certeau, de quien se citan diferentes títulos. La referencia extranjera más antigua es a “Las noticias como forma de conocimiento. Un capítulo en la sociología del conocimiento”, de Robert Park (1969), mientras que la obra citada más actual es *The social semiotics of mass communication*, de Jensen (1995).

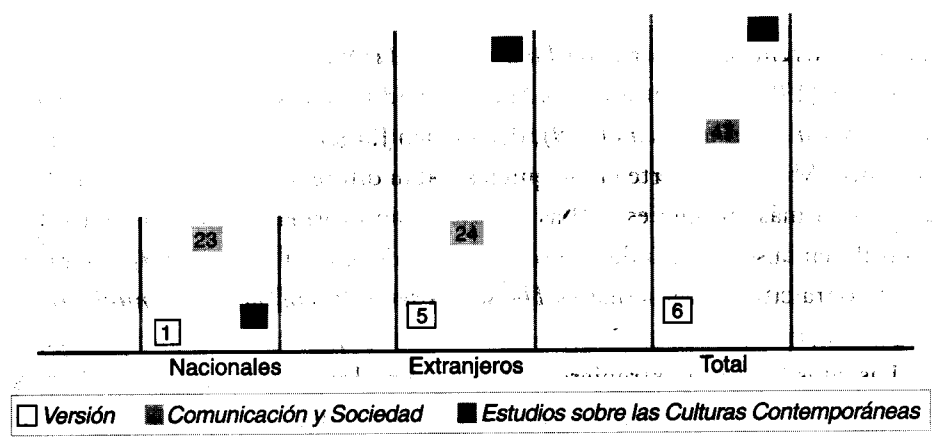
Las citas hechas a extranjeros reflejan cómo los investigadores mexicanos desde los ochenta son parte de una tendencia mundial que busca el regreso al sujeto,

como una reacción a las “teorías estructural–funcionalistas” que han dominado durante largo tiempo la escena sociológica, se han ido afirmando gestiones que consagran otras unidades de análisis, la persona, el grupo, las relaciones intersubjetivas en la experiencia de la vida cotidiana (Mattelart y Mattelart, 1997: 89).

De ahí que las referencias predominantes sean a representantes de la sociología interpretativa, heredera de la Escuela de Chicago, del interaccionismo simbólico y la etnometodología fundados por Simmel y Mead; a herederos de la Escuela de Frankfurt; a la teoría semiológica de Greimas; a la Escuela Francesa y la sociología del presente de Edgar Morin; así como a los *cultural studies* ingleses. Las proporciones de referencias a extranjeros y nacionales detectados en cada publicación se encuentran en la siguiente gráfica.

Como se muestra en la gráfica 4, el mayor número de citas a extranjeros proviene de los productos publicados en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, con 93.06% de un total de 72 referencias, principalmente a franceses como Fossaert; el restante 6.94% es a obras o productos de autores nacionales,

Gráfica 4.
Distribución de referencias por publicación



como Bonfil Batalla. Esto se relaciona con la formación de los miembros del Programa Cultura y su interés por estudiar los fenómenos sociales desde la perspectiva cultural; para ello se han apropiado de técnicas como la etnometodología, la historia de vida, la historia oral, la etnografía, etc, creadas y aplicadas por sociólogos como Mead, a quien citan con insistencia; además de su marcado interés en las ciencias cognitivas y la configuración de las nuevas organizaciones sociales, razones que explican las referencias a Morin, Varela y Maturana.

Mientras que el equilibrio se presenta en *Comunicación y Sociedad*, donde un 51.06% son referencias a extranjeros y el restante a nacionales, con el filósofo español-latinoamericano Jesús Martín-Barbero y el sociólogo inglés Anthony Giddens como los más citados. Estos datos evidencian el interés de estudiar los fenómenos comunicativos desde una perspectiva compleja e integral. Así, con Giddens conciben “la imbricación de las prácticas y la estructura, de la acción y la institución, en las relaciones concretas entre prácticas y coacciones exteriores, entre individuos y totalidad social, entre micro y macro” (Mattelart y Mattelart, 1997: 94) y junto con Martín-Barbero observan cómo la cultura es negociada y es un objeto de transacción en una variedad de contextos que abar-

can el cine, la prensa popular, la radio, la televisión, el circo, las interpretaciones musicales y muchos otros más.

Por último, dentro de las pocas referencias concurrentes a extranjeros que se presentan en los productos publicados en *Versión* (cinco), destaca la presencia de autores como Greimas, Foucault y principalmente Bakhtin, el más citado entre ellos. La mayoría pertenece a la corriente lingüística, en especial fundadores de la semiología, interesados por lo tanto en el análisis del discurso de los medios masivos, o en el caso de Foucault, de identificar los dispositivos de la comunicación-poder.

Resulta importante destacar que entre las obras más citadas en cada publicación se encuentran varios libros de texto, como se puede observar en el cuadro 4 que incluye las principales referencias por revista.

Por otra parte, en las publicaciones no se distinguen coincidencias entre las citas a obras o autores nacionales (29), aun cuando sí es clara la forma en que se citan. En este sentido, entre las referencias obtenidas de *Comunicación y Sociedad* (23) se distinguen artículos y obras de miembros del Programa Cultura y de la UAM-Xochimilco: Jorge González y Gabriel González Molina son referencia para quienes estudian la televisión y los medios impresos; Javier Esteinou, para los interesados en el análisis de los medios y la política.

De igual forma, se aprecia cómo los productores adscritos al DECS de la Universidad de Guadalajara se citan entre ellos constantemente, mas no en forma recíproca, es decir, Guillermo Orozco Gómez es citado por Cervantes Barba, Sánchez Ruiz y Torres San Martín; sin embargo, él no cita a estos autores. En consecuencia, además de Orozco Gómez, de esta forma son citados también Raúl Fuentes Navarro, Gilberto Fregoso, Ramón Gil Olivo y Pablo Arredondo Ramírez, una de las referencias más frecuentes para su propia comunidad académica, fundamental para los estudiosos de la historiografía de los medios de difusión en Jalisco.

Entre el reducido número de referencias nacionales detectado en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* no se encuentra ningún productor perteneciente a los otros dos centros; de los autores adscritos a la Universidad de Colima sólo es citado el artículo “Historia de vida, guía técnica y reflexiva” de Jesús Galindo Cáceres por sus compañeros miembros del Programa Cultura, tanto

Cuadro 4.
Obras de autores extranjeros citadas con mayor frecuencia

Revista	Autores	Número de citas
Estudios sobre las Culturas Contemporáneas	Schwartz, Howard y Jerry Jacobs (1984). <i>Sociología cualitativa: método para la reconstrucción de la realidad.</i>	10
	Brunner, Jerome (1988). <i>Realidad mental y mundos posibles.</i>	5
	Fossaert, Robert (1983). <i>La société. Les structures idéologiques</i> (t.vi).	5
	Maus, Marcel (1974). <i>Introducción a la etnografía.</i>	5
	Mead, George Herbert (1982). <i>Espíritu, persona y sociedad.</i>	5
Comunicación y Sociedad	Martín-Barbero, Jesús (1987). <i>De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.</i>	21
	Giddens, Anthony (1984). <i>The constitution of society. Outline of the theory of structuration.</i>	5
Versión. Estudios de Comunicación y Política	Bakhtin, Mikhail Mikhailovich (1982). <i>Estética de la creación verbal.</i>	5

por Jorge González como por los de formación reciente como Karla Covarrubias, lo cual sugiere que los productores adscritos a esta universidad no leen los productos de investigadores nacionales, a pesar de publicar en su revista el mayor número posible de ellos, o la distancia entre sus intereses y los de los otros es tan grande que es imposible encontrar apoyo entre los miembros del campo de la investigación de la comunicación en México. En contraste, el autor nacional más citado por ellos, en especial por Galindo Cáceres, es Guillermo Bonfil Batalla, lo que corrobora el interés de este programa por el estudio de la cultura contemporánea nacional desde una perspectiva antropológica.

Por último, en *Versión* sólo es citado en tres ocasiones un autor mexicano: Roger Bartra. La carencia de referentes tanto nacionales como internacionales

comunes se explica, en cierta forma, por la gran diversidad temática manifestada en esta publicación.

Una de las características de las referencias a obras o autores nacionales es su antigüedad, ya que la gran mayoría data de la década de los ochenta, como puede constatarse en el cuadro 5. La más antigua es el artículo de Mariclaire Acosta Urquidí (1976), “Comunicación colectiva y socialización política: estudio comparativo del campo y la ciudad”, localizado en *Comunicación y Sociedad*, y las más actuales, ambas publicadas en 1995, son las obras *Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización* de Néstor García Canclini y *Desarrollo de las industrias culturales audiovisuales en México y Canadá*, Proyecto Monarca de Delia Covi Druetta y otros investigadores.

En suma, a través del análisis de citas aplicado se observa la fuerte influencia que los modelos norteamericanos y europeos, en especial franceses, imprimen en la forma de pensar la comunicación de nuestros investigadores. Y con su referente latinoamericano por excelencia: Jesús Martín-Barbero, se corrobora la observación hecha por Sánchez Ruiz en torno a que

el movimiento hacia las mediaciones de la cultura y la comunicación, que de hecho no fue privativo de América Latina, sino que ocurrió también en Europa y Estados Unidos durante los ochenta, considero que fue —y sigue siendo— válido y muy importante, en la medida en que, por ejemplo, lo comunicacional “propiamente” se solía ocultar —como de hecho lo siguen haciendo— detrás de los análisis de los medios, en tanto actores económicos y políticos centrales de la segunda mitad del Siglo XX (2000: 519).

Por último, la falta de referentes nacionales comunes deja al descubierto el mínimo diálogo formal entre quienes participan dentro del campo académico de investigación de la comunicación en México, así como su necesidad de publicar distante a la de leer al otro. Paradoja que es explicada por Price así:

Cuadro 5.
Obras de autores nacionales citadas con mayor frecuencia

Revista	Autores	Número de citas
Comunicación y Sociedad	Arredondo, Pablo (1986). <i>Los medios de comunicación en Jalisco.</i>	■
	Fernández Christlieb, Fátima (1982). <i>Los medios de difusión masiva en México.</i>	■
	González Molina, Gabriel (1989). <i>The production of mexican commercial television news: The supremacy of corporate rational.</i>	■
	Arredondo, Pablo y Enrique Sánchez Ruiz (1986). <i>Comunicación social, poder y democracia en México.</i>	■
Estudios sobre las Culturas Contemporáneas	Bonfil Batalla, Guillermo (1987). <i>México profundo. Una civilización negada</i>	■
	Aguilar Camín, Héctor (1982). <i>Saldo de la revolución: cultura y política de México 1910-1980.</i>	■
Versión. Estudios de Comunicación y Política	Bartra, Roger (1987). <i>La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano.</i>	■

La comunicación científica a través del artículo publicado es y ha sido siempre un medio de establecer conflictos de prioridad por alegato, más que de evitarlos dando información [...] Los alegatos de propiedad científica son vitales para la imagen del científico y de sus instituciones. Por eso los científicos tienen una fuerte urgencia de *escribir artículos* pero sólo un afán moderado de leerlos. Por eso hay una considerable organización social de los científicos cuyo propósito es establecer y asegurar el prestigio y la prioridad que desean por medios más eficientes que el tradicional de la publicación de artículos (Price, 1963, citado por Fuentes Navarro, 1998: 34).

Conclusión

En el presente estudio se ha tenido la pretensión de explicar cómo es que en los productos diseminados a través de las revistas académicas *Comunicación y Sociedad*, del DECS de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, del Programa Cultura de la Universidad de Colima, y *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, se reproducen los rasgos del campo académico de la investigación de la comunicación en México.

Con ese propósito se recurrió a postulados teóricos provenientes de la sociología de la ciencia, disciplina que concibe al conocimiento científico como producto social, en donde se destacaron el peso de la comunidad científica (Kuhn, 1971) y la definición de campo científico hecha por Bourdieu; la teoría de la comunicación contribuyó, en este caso, a distinguir las publicaciones estudiadas como de diseminación; y la bibliometría, técnica a través de la cual fue posible cuantificar los productos publicados desde el origen de las revistas y hasta el año 2000, para caracterizar la comunidad académica en cuestión.

Como se propuso al principio, la generación del conocimiento científico diseminado por las revistas académicas seleccionadas es determinada por factores externos como son los aportes teórico-metodológicos norteamericanos y europeos, que permean a nivel cognoscitivo el quehacer de investigador en el campo académico de la comunicación en México, así como por factores internos, desde estructurales hasta institucionales. Entre estos últimos se contempla la estructura propia del campo, caracterizada en principio por una *triple marginalidad*,⁷ así como por la práctica multidisciplinaria, palpable en los centros editores, en don-

7. A finales de los años ochenta, los investigadores mexicanos Raúl Fuentes Navarro y Enrique Sánchez Ruiz, al analizar las condiciones estructurales dentro de las cuales se produce conocimiento empírico sobre comunicación en México, llegaron a la conclusión de “que nos cubría una *triple marginalidad* estructural, que creo que se puede aplicar al resto de Latinoamérica: un primer nivel de marginalidad es la de la investigación científica en general, dentro del marco de las prioridades del desarrollo en nuestras sociedades, respecto del flujo de recursos, y en términos de estatus social. A su vez, la investigación en ciencias sociales es percibida socialmente, y dentro de la comunidad científica misma, como *soft*, sospechosa, de segunda, y por lo tanto

de estudiosos formados en diferentes áreas de las ciencias sociales establecieron la línea de la investigación a partir de proyectos concretos.

Como resultado del análisis bibliométrico de los productos publicados, se desprende que la dependencia estructural de Latinoamérica con Estados Unidos y Europa detectada por investigadores como Raúl Fuentes Navarro (1992), es un rasgo principal del campo académico de la investigación de la comunicación en México, visible tanto en el número de productos diseminados como en los referentes presentes en ellos de procedencia básicamente extranjera.

Los índices de productividad de los investigadores dan muestra de una fuerte tendencia a la concentración en la generación de los conocimientos, puesto que sólo ocho académicos de 69 han publicado más de cuatro productos durante casi dos décadas en estas tres revistas. En este caso, los productores más activos se localizan en el DECS de la Universidad de Guadalajara y en el Programa Cultura de la Universidad de Colima, centros calificados como de alta productividad.

Las restricciones financieras impuestas al quehacer científico nacional, así como la escasez de recursos humanos capaces de desarrollar investigación, junto con la fuerte concentración de productores, podrían explicar la mediana investigación empírica, cuantitativa y cualitativa, diseminada a través de las revistas, donde los ensayos o reflexiones teórico-metodológicas representan 50% de los productos publicados cuando, aunque son necesarios, no aportan nuevos conocimientos.

Como ya fue señalado en varios diagnósticos del campo académico de la investigación de la comunicación en México (Fuentes Navarro, 1990b; 1991a; Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz, 1992; Orozco Gómez, 1997, y otros), el estudio de los medios de difusión masiva, en especial la televisión (con un 11.96% de los productos), sigue absorbiendo la atención de los investigadores mexicanos. Sin embargo, cada vez es más evidente la pluralidad de tópicos que acentúa

está en un segundo nivel de marginalidad en los aspectos recién mencionados. La investigación sobre la comunicación, finalmente, es percibida como una especie de 'hermanita menor' de las otras disciplinas sociales, inmadura, sin objeto ni métodos, ni teorías propias" (Sánchez Ruiz, 1995: 85).

la fragmentación: un 35.33% de los productos hace referencia a múltiples objetos de estudio, muchas veces distantes a lo que podría considerarse parte de una disciplina concreta de comunicación. Este dato puede interpretarse como prueba del borramiento de las fronteras disciplinarias, así como de la naturaleza multidisciplinaria de la comunicación, entendida en nuestro subcontinente como "un movimiento de intersección que no es, de ninguna manera, una amalgama o síntesis de saberes. Se trata más bien de un producto de las relaciones entre el objeto de estudio, la especificidad de las contribuciones analíticas y la particularidad de la evolución histórica de ambos" (Vassallo de Lopes, 2001: 49).

Estos tópicos han sido definidos a partir de los proyectos de investigación desarrollados en cada centro. Así, quienes constituyen al Programa Cultura de la Universidad de Colima hermanan la antropología, la sociología y las teorías de la comunicación para estudiar los fenómenos comunicativos desde una perspectiva cultural; en el DECS de la Universidad de Guadalajara se enlazan perspectivas socioculturales, estructurales, pedagógicas, sociológicas y estadísticas en el estudio de los medios de difusión masiva, y en el Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-Xochimilco, la semántica y semiología son combinadas con perspectivas históricas y políticas para leer los fenómenos comunicativos y detectar sobre todo los dispositivos de la comunicación-poder. En resumen, las temáticas identificadas dibujan parcelas transdisciplinarias del campo académico de la investigación de la comunicación en México, con tintes profundamente humanistas: sociológicos, antropológicos y lingüísticos.

Como confirmación de la dependencia estructural detectada, el análisis de las citas mostró cómo el sustento teórico-metodológico de los investigadores se encuentra en obras de autores extranjeros en esencia, así como en su afiliación en los ochenta a una tendencia mundial que va dejando de lado aquella visión meramente instrumental de los medios para dar un lugar central a la comunicación dentro de los procesos socioculturales y al sujeto como elemento tanto determinante como determinado por las estructuras.

Por último, la escasa comunicación académica observada entre los productores nacionales —las citas entre ellos son de veras mínimas— obliga a pensar en un distanciamiento a nivel cognoscitivo, es decir, en la multiplicación de

intereses reflejada en tópicos y enfoques teórico–metodológicos, y delinea un campo académico de la investigación de la comunicación en México fragmentado, sin encuentros, confrontaciones, ni cooperación, sin condiciones, como señalara Rosengren (1993), para “la acumulación de conocimientos necesario para fortalecer al campo” o, si se quiere, como comentaba en su momento Gerbner (1983), “ejemplo de vitalidad” por la efervescencia galopante en que se encuentra.

Como todo trabajo descriptivo, este ha formulado más preguntas que aquellas que pudiera contestar.

En todo caso, la comunicación nombra hoy a la vez uno de los más fértiles territorios de la investigación social y el espacio social más denso de ensoñaciones y pesadillas, a las que la propia investigación no puede sacarle el cuerpo. Pues en alguna forma debe enfrentar el síntoma y la paradoja de que en la ‘era de la comunicación’ sea de incomunicación de lo que más parece sufrir tanto la sociedad como los individuos (Martín–Barbero, 2001: 24).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aceves González, Francisco de Jesús (1993). "Publicaciones sobre comunicación en México: las palabras errantes", en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 6, núm.31, Fundación Manuel Buendía, México.
- Acosta Urquidi, Mariclaire (1976). "Comunicación colectiva y socialización política: estudio comparativo del campo y la ciudad", en *Estudios Políticos*, vol.2, núm.5, FCPys-UNAM, México.
- Aguilar Camín, Héctor (1982). *Saldos de la revolución: cultura y política de México 1910-1980*, Nueva Imagen, México.
- Anderson, James A. (1996). *Communication theory. Epistemological foundations*, The Guilford Press, Nueva York.
- Arredondo Ramírez, Pablo (1986). *Los medios de comunicación en Jalisco* (Cuadernos de Difusión Científica, 3), Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1997). "La génesis de un espacio académico. Notas sobre la construcción del Centro de Estudios de Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara", en *Comunicación y Sociedad*, núm.30, DECS-Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Arredondo Ramírez, Pablo y Enrique Sánchez Ruiz (1986). *Comunicación social, poder y democracia en México*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- Bakhtin, Mikhail Mikhailovich (1982). *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México.

Barnes, Barry *et al.* (comps.) (1980). *Estudios sobre sociología de la ciencia* (Alianza Universidad, 261), Alianza, Madrid.

Bartra, Roger (1987). *La jaula de la melancolía. Identidad y metamorfosis del mexicano*, Grijalbo, México.

Beltrán, Luis Ramiro (1974). "Communication research in Latin America: the blindfolded inquiry?", International Scientific Conference on Mass Communication and Social Consciousness in a Changing World, IAMCR, Leipzig (en español: *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*, Plural Editores, La Paz, 2000).

— (1981). "Estado y perspectivas de la investigación en comunicación social en América Latina", en *Memorias de la Semana Internacional de la Comunicación (1980 ago. 18–22: Bogotá)* (Cuadernos de Comunicación Social, 29), Facultad de Comunicación y Lenguaje–Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

— (2000a). "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en Latinoamérica (1976)", en *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*, Plural Editores, La Paz.

— (2000b). *Investigación sobre comunicación en Latinoamérica. Inicio, trascendencia y proyección*, Plural Editores, La Paz.

Bonfil Batalla, Guillermo (1987). *México profundo. Una civilización negada*, CIESAS/SEP, México.

Borgman, Christine L. (1989). "Bibliometrics and scholarly communication", en *Communication Research*, vol.16, núm.5.

Bourdieu, Pierre (1976). "Le champ scientifique", en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, núms. 1/2, París (traducción de las citas al español de Raúl Fuentes).

— (1988a). *Homo Academicus*, Stanford University Press, Stanford.

— (1988b). *Cosas dichas*, Gedisa, Buenos Aires.

— (1989). *O poder simbólico*, Difel, Lisboa.

— (1998). *La distinción* (1979), Taurus, Madrid.

— (2000). "El campo científico (1976)", en *Los usos sociales de la ciencia*, Nueva Visión, Buenos Aires.

Bourdieu, Pierre y Loïc J.D. Wacquant (1995). *Respuestas: por una antropología reflexiva*, Grijalbo, México.

Brunner, Jerome (1988). *Realidad mental y mundos posibles*, Gedisa, Barcelona.

Cassirer, Ernst (1951). *Las ciencias de la cultura*, FCE, México.

Cetto, Ana María (1995). "Mensaje inaugural", en Cetto, Ana María y Kai-Inge Hillerud (comps.), *Publicaciones científicas en América Latina*, AIC/FCE/ICSU/UNAM/UNESCO, México.

Cetto, Ana María y Kai-Inge Hillerud (comps.) (1995). *Publicaciones científicas en América Latina*, AIC/FCE/ICSU/UNAM/UNESCO, México.

Clark, Burton R. (1992). *El sistema de educación superior. Una visión comparativa de la organización académica*, Nueva Imagen/UAM–Azcapotzalco/Universidad Futura, México.

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT (1999). Padrón de programas de posgrado de excelencia para ciencia y tecnología. Documentos para la evaluación de los programas por los árbitros externos, CONACYT, México.

Crane, Diana (1972). *Invisible colleges. Diffusion of knowledge in scientific communities*, The University of Chicago Press, Chicago/Londres.

Crovi Druetta, Delia María (coord.) (1995). *Desarrollo de las industrias culturales audiovisuales en México y Canadá*, UNAM (Proyecto Monarca), México.

Dervin, Brenda y Melvin J. Voigt (eds.) (1984). *Progress in communication sciences*, vol.V, Ablex, Norwood.

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas (1988). Vol.2, núms. 4/5, Programa Cultura–Universidad de Colima, Colima.

— (1995). Época II, vol.1, núm.1, Programa Cultura–Universidad de Colima, Colima.

Fernández Christlieb, Fátima (1982). *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México.

Fortes Besprosvani, Mauricio (2001). "Los estudiantes como actores del posgrado: eficiencia terminal", en Sánchez Puentes, Ricardo y Martiniano Arredondo Galván (coords.), *Pensar el posgrado: la eficiencia terminal en ciencias sociales y humanidades de la UNAM*, UNAM, México.

Fossaert, Robert (1983). *La société. Les structures idéologiques*, t.VI, Du Seuil, París.

Fuentes Navarro, Raúl (1988). *La investigación de comunicación en México. Sistematización documental 1956–1986*, Edicom, México.

— (1990a). "Cuadernos de Comunicación y la constitución de un campo académico y profesional en México (1975–1990)", en *Cuadernos de Comunicación*, núm.100, Comunicología Aplicada de México, México.

- (1990b). “La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y la comunicación”, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.9, FELAFACS, Bogotá.
- (1991a). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*, CONEICC/ITESO, Guadalajara.
- (1991b). “Prácticas profesionales y utopía universitaria: notas para repensar el modelo de comunicador”, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.31, FELAFACS, Lima.
- (1992). *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, FELAFACS, México.
- (1994). *Notas sobre filosofía y sociología de la ciencia* (Huella, 23), ITESO, Guadalajara.
- (1995). “La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones”, en Galindo Cáceres, Luis Jesús y Carlos Eduardo Luna Cortés (coords.), *Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva* (Pensar la Cultura), CONACULTA/ITESO, México.
- (1996a). “Hacia una investigación postdisciplinaria de la comunicación”, en *Telos*, núm.47, FUNDESCO, Madrid.
- (1996b). *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986–1994*, ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1997a). “Consolidación y fragmentación de la investigación de la comunicación en México, 1987–1997” en *Comunicación y Sociedad*, núm.30, DECS–Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1997b). “Retos disciplinarios y postdisciplinarios para la investigación de la comunicación”, en *Comunicación y Sociedad*, núm.31, DECS–Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1998). *La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*, ITESO/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- (1999a). “La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI”, en *Diálogos de la Comunicación*, núm.56, FELAFACS, Lima.
- (1999b). “La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI”, en *Comunicación y Sociedad*, núm.36, DECS–Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

- (2000a). *Educación y telemática* (Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación), Norma, Buenos Aires.
- (2000b). “La formación universitaria de profesionales de la comunicación y su renovación como un proyecto social”, en *Diálogos de la Comunicación*, núms. 59/60, FELAFACS, Lima.
- (2003a). “La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación”, en Vassallo de Lopes, Maria Immacolata (org.), *Epistemologia da Comunicação*, Loyola, São Paulo.
- (2003b). *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995–2001*, CONACYT/ITESO, Guadalajara.
- (en prensa a). “El campo académico de la comunicación en México: fundamentos de la postdisciplinarietà (2000)”, documento para ser publicado en Valenzuela Arce, José Manuel (coord.), *Los estudios culturales en México* (Biblioteca Mexicana), CONACULTA/FCE, México.
- (en prensa b). “El campo académico de la comunicación en México como objeto de análisis auto-reflexivo (2002)”, documento para ser publicado en Lozano Rendón, José Carlos (coord.), *La comunicación en México. Diagnósticos, balances y retos*, CECSA, México.
- Fuentes Navarro, Raúl y Enrique E. Sánchez Ruiz (1989). *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México* (Huella, 17), ITESO, Guadalajara.
- (1992). “La investigación sobre comunicación en México: los retos de institucionalización”, en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventa* (Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 3), UIA, México.
- Galindo Cáceres, Luis Jesús y Carlos Eduardo Luna Cortés (coords.) (1995). *Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva* (Pensar la Cultura), CONACULTA/ITESO, México.
- García Canclini, Néstor (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México.
- Gaunt, Philip (ed.) (1993). *Beyond agendas. New directions in communication research*, Greenwood Press, Westport.
- Geertz, Clifford (1980) “Blurred genres”, en *The American Scholar*, núm.49.

Gerbner, George (1983). "The importance of being critical —in one's own fashion" en *Journal of Communication. Ferment in the field*, vol.33, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.

Giddens, Anthony (1984). *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*, University of California Press, Berkeley/Los Ángeles.

Glander, Timothy (2000). *Origins of mass communications research during the american cold war. Educational effects and contemporary implications*, Lawrence Erlbaum Associates, Nueva Jersey.

González Molina, Gabriel (1989). *The production of mexican commercial television news: The supremacy of corporate rationale*, tesis de doctorado en ciencias sociales, Universidad de Leicester, Leicester.

Habermas, Jürgen (1989). *Teoría de la acción comunicativa*, 2 tt, Taurus, Buenos Aires.

Hardt, Hanno (1992). *Critical communication studies. Communication, history and theory in America*, Routledge, Nueva York.

Hullebroeck, Joëlle (comp.) (1994). *Repertorio de revistas latinas de comunicación y cultura*, Unión Latina, Lima.

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, ITESM (2000). Folleto promocional de la Maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación, ITESM, Monterrey.

Jara, José Rubén (1981). "Información básica sobre la investigación de la comunicación en México: documentos, instituciones, publicaciones, investigadores y un análisis del estado actual de la disciplina", en *Comunicación, algunos temas*, año 1, núms. 2-3-4, ARMO/CENAPRO, México.

Jensen, Klaus Bruhn (1995). *The social semiotics of mass communication*, Sage, Londres.

Journal of Communication. Ferment in the field (1983). Vol.33, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.

Journal of Communication. The future of the field: between fragmentation and cohesion (1993). Vol.43, núms. 3-4, Oxford University Press, Nueva York.

Krippendorff, Klaus (1980). *Content analysis: an introduction to its methodology*, Sage, Beverly Hills.

— (1994). "The past of communication's hoped-for future" en Levy, Mark R. y Michael Gurevitch, *Defining media studies. Reflections on the future of the field*, Oxford University Press, Nueva York.

Kuhn, Thomas S. (1971). *La estructura de las revoluciones científicas* (Breviarios, 213), FCE, México.

— (1982). *La tensión esencial. Estudios selectos sobre la tradición y el cambio en el ámbito de la ciencia* (1977), CONACYT/FCE, México.

Lazarsfeld, Paul (1993). *On social research and its language*, University of Chicago Press, Chicago/Londres.

Lemaine, Gerard et al. (eds.) (1976). *Perspectives on the emergence of scientific disciplines*, Mouton/Aldine, La Haya/Chicago.

Levy, Mark R. y Michael Gurevitch (1993). "Editor's note", en *Journal of Communication. The future of the field: between fragmentation and cohesion*, vol.43, núms. 3-4, Oxford University Press, Nueva York.

— (1994). *Defining media studies. Reflections on the future of the field*, Oxford University Press, Nueva York.

Mancini, Paolo (1993). "The legitimacy gap: a problem of mass media research in Europe and the United States", en *Journal of Communication. The future of the field I*, vol.43, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.

Martín-Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (Mass Media), Gustavo Gili, Barcelona/México.

— (1990). "De los medios a las prácticas", en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación* (Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 1), PROICOM-UIA, México.

— (1992). "Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad", en *Diálogos de la Comunicación*, núm.32, FELAFACS, Lima.

— (2001). "Deconstrucción de la crítica: nuevos itinerarios de la investigación", en Vassallo de Lopes, Maria Immacolata y Raúl Fuentes Navarro (comps.), *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, ITESO/UAA/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

— (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, FCE, Santiago de Chile.

Matlon, Ronald J. y Sylvia P. Ortiz (eds.) (1992). *Index to journals in communication studies through 1990*, Speech Communication Association, Annandale.

Mattelart, Armand y Michèle Mattelart (1987). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, FUNDESCO, Madrid.

— (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, Barcelona/Buenos Aires.

Maus, Marcel (1974). *Introducción a la etnografía*, Istmo, Madrid.

Mead, George Herbert (1982). *Espíritu, persona y sociedad*, Paidós, Barcelona.

Mejía Arauz, Laura Rebeca y Sergio Antonio Sandoval Cortés (coords.) (1998). *Tras las vetas de la investigación cualitativa*, ITESO, Guadalajara.

Merton, Robert K. (1980). “Los imperativos institucionales de la ciencia (1942)”, en Barnes, Barry *et al.* (comps.), *Estudios sobre sociología de la ciencia* (Alianza Universidad, 261), Alianza, Madrid.

Nixon, Raymond B. (1974). “La enseñanza del periodismo en América Latina”, en *Comunicación y Cultura*, núm.2, Galerna, Buenos Aires.

Orozco Gómez, Guillermo (coord.) (1990) *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación* (Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 1), PROICOM-UIA, México.

— (1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social-Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

— (coord.) (2000) *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, De la Torre, Madrid.

Orozco Martínez, Carlos Enrique (1999). Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la ciencia y la cultura del ITESO, documento de trabajo para el taller de posgrados del CONEICC, ITESO, Guadalajara.

Ortiz, Renato (1999). “Ciencias sociales, globalización y paradigmas”, en Reguillo Cruz, Rossana y Raúl Fuentes Navarro (coords.), *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*, ITESO, Guadalajara.

Paisley, William (1984). “Communication in the communication sciences”, en Dervin, Brenda y Melvin J. Voigt (eds.), *Progress in communication sciences*, vol.v, Ablex, Norwood.

Park, Robert (1969). “Las noticias como forma de conocimiento. Un capítulo en la sociología del conocimiento”, en Steinberg, Charles S, *Los medios de comunicación social*, Roble, México.

Pasquali, Antonio (1970). *Comprender la comunicación*, Monte Ávila, Caracas.

Peters, John Durham (1986). “Institutional sources of intellectual poverty in communication research”, en *Communication Research*, vol.13, núm.4.

— (1988). “The need for theoretical foundations. Reply to Gonzalez”, en *Communication Research*, vol.15, núm.3.

— (1999). *Speaking into the air. A history of the idea of communication*, University of Chicago Press, Chicago.

Pietilä, Veikko (1994). “Perspectives on our past: charting the histories of mass communication studies”, en *Critical Studies in Mass Communication*, vol.11, núm.4.

Price, Derek J. de Solla (1963). *Little science, big science*, Columbia University Press, Nueva York.

Pritchard, Alan (1969). “Statistical bibliography or bibliometrics”, en *Journal of Documentation*, vol.25, núm.4.

Ramírez y Ramírez, Karla Margarita (2003). *Destellos de la comunicación, la diseminación del conocimiento a través de las publicaciones académicas*, tesis de Maestría en Comunicación con especialidad en Difusión de la ciencia y la cultura, ITESO, Guadalajara.

Reguillo Cruz, Rossana (1998). “La pasión metodológica o de la (paradójica) posibilidad de la investigación”, en Mejía Arauz, Laura Rebeca y Sergio Antonio Sandoval Cortés (coords.), *Tras las vetas de la investigación cualitativa*, ITESO, Guadalajara.

Reguillo Cruz, Rossana y Raúl Fuentes Navarro (coords.) (1999). *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*, ITESO, Guadalajara.

Rogers, Everett M. (1993). “Looking back, looking forward: a century of communication study”, en Gaunt, Philip (ed.), *Beyond agendas. New directions in communication research*, Greenwood Press, Westport.

— (1994). *A history of communication study. A biographical approach*, The Free Press, Nueva York.

Rosengren, Karl Erik (1983). “Communication research: One paradigm or four?”, en *Journal of Communication. Ferment in the field*, vol.33, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.

— (1993). “From field to frog ponds”, en *Journal of Communication. The future of the field I*, vol.43, núm.3, Oxford University Press, Nueva York.

Rota, Josep (1974). “Remarks on journalism education and research in the Americas”, en *Mass Communication in Mexico*, resultado del seminario realizado en la ciudad de México del 11 al 15 de marzo, Association for Education in Journalism/ UIA, México.

Saintout, Florencia (1998). "La recepción de los medios masivos en la revista *Comunicación y Sociedad*: una primera exploración", en *Comunicación y Sociedad*, núm.32, DECS-Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

Sánchez Puentes, Ricardo y Martiniano Arredondo Galván (coords.) (2001) *Pensar el posgrado: la eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, UNAM, México.

Sánchez Ruiz, Enrique E. (comp.) (1988). *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*, Edicom/Universidad de Guadalajara, México.

— (1992). *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

— (1995). "La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales. Nuevos retos y posibilidades", en Galindo Cáceres, Luis Jesús y Carlos Eduardo Luna Cortés (coords.), *Campo académico de la comunicación. Hacia una reconstrucción reflexiva* (Pensar la Cultura), CONACULTA/ITESO, México.

— (1997). "Algunos retos para la investigación mexicana de comunicación. Una reflexión personal (en diálogo con Raúl Fuentes)", en *Comunicación y Sociedad*, núm.30, DECS-Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

— (2000). "Industrias culturales y globalización: un enfoque histórico estructural", en Orozco Gómez, Guillermo (coord.), *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, De la Torre, Madrid.

Schwartz, Howard y Jerry Jacobs (1984). *Sociología cualitativa: método para la reconstrucción de la realidad*, Trillas, México.

Sewell Jr., William H. (1992). "A theory of structure. Duality, agency and transformation", en *American Journal of Sociology*, vol.98, núm.1.

Thompson, John B. (1995). *The media and modernity. A social theory of the media*, Stanford University Press, Stanford.

Torre Escoto, Gabriela de la y Raúl Fuentes Navarro (2002). "Producción de conocimiento y formación de investigadores: un análisis de las tesis de maestría en comunicación en México (1996-2000)", en *Anuario de Investigación de la Comunicación*, t.IX, CONEICC, México.

Universidad Iberoamericana, UIA (1993). *Catálogo general de posgrado*, Dirección General Académica-UIA, México.

Vassallo de Lopes, Maria Immacolata (2001). "Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la comunicación", en Vassallo de Lopes, Maria Immacolata y Raúl

Fuentes Navarro (comps.), *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, ITESO/UAA/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

— (org.) (2003). *Epistemologia da Comunicação*, Loyola, São Paulo.

Vassallo de Lopes, Maria Immacolata y Raúl Fuentes Navarro (comps.) (2001). *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*, ITESO/UAA/Universidad de Colima/Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

Velasco Gómez, Ambrosio (coord.) (2000). *El concepto de heurística en las ciencias y las humanidades*, CIIH-UNAM/Siglo XXI, México.

Versión. *Estudios de Comunicación y Política* (1991). Núm.1, UAM-Xochimilco, México.

Wahl-Jorgensen, Karin (2000). "Rebellion and ritual in disciplinary histories of US mass communication study: looking for 'The reflexive turn'", en *Mass Communication & Society*, vol.3, núm.1.

Wallerstein, Immanuel et al. (1996). *Abrir las ciencias sociales*, CIIH-UNAM/Siglo XXI, México.

Williams, Raymond (2000). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*, Nueva Visión, Buenos Aires.

Referencias en la Internet

Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT/Secretaría de Educación Pública, SEP (2001). *Convocatoria 2001-2002 del Programa para el fortalecimiento del posgrado nacional*, publicado el 31 de octubre de 2001 en la Internet (<http://www.main.conacyt.mx/daic/padron-excel/index.html>)

Universidad Iberoamericana, UIA. <http://www.uia.mx/ibero/prog/posgrados/mcomunicacion/default.html> y <http://www.uia.mx/posgrados/comunicación/programa.html> (consultadas en enero de 1999).

Universidad Nacional Autónoma de México, UNAM. <http://www.posgrado.unam.mx/ppcpys/planest/COM.html>, <http://dgep.posgrado.unam.mx/progpos/pcps.html> y <http://sociolan.politicas.unam.mx/estudios1.htm> (consultadas en enero de 1999 y junio de 2002).