

LA INVESTIGACIÓN SOBRE  
COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA EN  
MÉXICO: ALGUNAS REFLEXIONES EN  
BUSCA DE LAS CLAVES

Raúl Fuentes Navarro  
Departamento de Estudios  
Socioculturales, ITESO

**Resumen**

*En este texto se aborda la búsqueda de “claves” para articular la investigación de la comunicación con el desarrollo de la democracia en tres planos: primero, en los contextos del debate teórico contemporáneo sobre la emergencia de “sociedades mediáticas” y la “democracia deliberativa”. Segundo, en referencia a las condiciones de la investigación en México, especialmente en cuanto al aislamiento de los estudios sobre comunicación de otras ciencias sociales. Y en tercer término, a partir de trabajos analíticos en proceso, para ubicar los aportes académicos mexicanos en los marcos nacionales, latinoamericanos e internacionales en que mejor pueden apreciarse, (re)articularse y (re)impulsarse en los años por venir.*

**Palabras claves**

Investigación de la comunicación/ Democracia/ Medios de difusión/ Interdisciplinariedad

Como hace cuarenta años, pero en un contexto aún más difícil, estamos colocados en la intersección entre dos objetivos complementarios entre sí: democratizar la democracia y democratizar los medios, o sea fortalecer la participación de la población en las comunicaciones y en la vida democrática [...] Lo que está en juego no son las comunicaciones sino la democracia (Roncagliolo, 2005: 14-15).

En busca de claves para organizar algunas reflexiones, datos y referentes sobre la investigación mexicana de las múltiples intersecciones posibles entre “comunicación” y “democracia”, encuentro en la ponencia presentada por el colega peruano Rafael Roncagliolo en el XI Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS, Puerto Rico, octubre de 2003) una plataforma argumentativa que me parece especialmente pertinente, y que queda claramente sintetizada en el párrafo citado como epígrafe.

Es cierto: un eje que articula la historia de la investigación latinoamericana de la comunicación es “la preocupación por la democracia” y la “relación entre la comunicación y el poder”, en función del proyecto mayor de *democratizar las comunicaciones para democratizar las sociedades* (Roncagliolo, 2005: 3). También es cierto que *hoy, por primera vez en la historia de la humanidad, la mayoría de los países del mundo tienen gobiernos elegidos en comicios universales y secretos, libres y limpios* y que *la universalidad de las formas democráticas es uno de los consensos de la globalización* (Roncagliolo, 2005: 4). Pero hay dos paradojas flagrantes: *parece que a medida que la democracia se expande, crece concomitantemente la insatisfacción con ella misma* y *hay que agregar que nuestra democracia es cada vez menos democrática. Y, sin duda, esta desdemocratización se halla en la base de la desafección y del déficit de legitimidad recién mencionados* (Roncagliolo, 2005: 5 y 6).

Roncagliolo sugiere que la desdemocratización es una historia comunicacional. Afirma, como Debray, Sartori y otros, que *la competencia entre ideas se ha vuelto una competencia mercantil entre mecanismos publicitarios, que la decadencia de la democracia consiste, escuetamente hablando, en el desvanecimiento de los espacios públicos, entendidos como espacios de posibles disensos y consensos, de acuerdos que permiten la deliberación y la acción concertada*, siguiendo a Habermas, y que es urgente *democratizar las comunicaciones para democratizar la democracia* (Roncagliolo, 2005: 8, 10 y 14).

Pero esa plataforma argumentativa, no obstante su contundente claridad y su apuesta por la *ciudadanía*, abre muchos más problemas que los del “acceso” a los medios, aunque éstos sigan siendo centrales. Y, además, pone en evidencia no sólo los límites del conocimiento disponible sobre *las comunicaciones* y los medios, sino también los de las condiciones en que se desarrolla ese conocimiento, no sólo en México y su “incipiente” o “transitoria” democracia. En este texto recupero, primero, un aporte reciente de Jürgen Habermas, que a mi manera de ver contiene elementos cruciales para la discusión y el avance en esta problematización, desde el punto de vista de las teorías normativas de la comunicación y su relación con los estudios empíricos. En seguida, planteo un contexto que considero indispensable de tomar en cuenta, referido a las condiciones de la investigación en México, especialmente su aislamiento de otras ciencias sociales. Y en tercer término retomo, de un trabajo analítico en proceso, algunos datos e interpretaciones muy concretas para ubicar los aportes académicos mexicanos en los marcos nacionales, latinoamericanos e internacionales en que mejor pueden apreciarse, (re)articularse y (re)impulsarse en los años por venir. La *democratización de la comunicación* es, sin duda, un proyecto social que requiere de la mayor atención crítica, también desde los frentes más puramente científicos.

## LA (ACTUALIZADA) MIRADA HABERMASIANA Y LAS PERSPECTIVAS FORMATIVAS EN LA *SOCIEDAD MEDIÁTICA*

Dos semanas antes de las controvertidas elecciones mexicanas del 2006, Jürgen Habermas pronunció en Dresden, Alemania la conferencia plenaria de la 56ª reunión anual de la International Communication Association (ICA). Ante una audiencia académica predominantemente estadounidense y europea, el filósofo contrastó brillantemente las teorías normativas de la democracia con hallazgos empíricos referidos a la *comunicación política en la sociedad mediática*. Su planteamiento de entrada merece ser reproducido in extenso:

El diseño institucional de las democracias modernas integra tres elementos: primero, la autonomía privada de los ciudadanos, cada uno o una de los cuales persigue una vida propia; segundo, la ciudadanía democrática, esto es, la inclusión de ciudadanos libres e iguales en la comunidad política; y tercero, la independencia de una esfera pública que opera como un sistema intermediario entre el estado y la sociedad. Estos elementos forman la plataforma normativa de las democracias liberales (al margen de la diversidad presente en los textos constitucionales y los órdenes legales, las instituciones y las prácticas políticas).

El diseño institucional debe garantizar, a) la igual protección a los miembros individuales de la sociedad civil bajo la vigencia de la ley, mediante un sistema de libertades básicas compatible con las mismas libertades para todos; igual acceso y protección de parte de cortes independientes; y una separación de poderes entre el legislativo, el judicial y la rama ejecutiva que articula la administración pública con la ley.

El diseño institucional debe garantizar, b) la participación política de tantos ciudadanos interesados como sea posible mediante iguales derechos a la comunicación y a la participación; elecciones (y referendos) periódicos, sobre la base de un sufragio inclusivo; la competencia entre diferentes partidos, plataformas y programas; y el principio de mayorías para las decisiones políticas en órganos representativos.

El diseño institucional debe garantizar, c) una contribución apropiada de una esfera pública política a la formación de opiniones públicas informadas mediante la separación de un estado (basado en impuestos) y una sociedad (basada en el mercado), derechos de comunicación y asociación y una regulación de la estructura de poder de la esfera pública que asegure la diversidad de medios masivos independientes y un acceso general de audiencias masivas inclusivas a la esfera pública (Habermas, 2006: 412).

El contraste del modelo habermasiano de la democracia deliberativa, que ha venido trabajando al menos desde hace 45 años<sup>1</sup>, con los modelos liberal y republicano, permite al autor considerar las *crecientes brechas entre los acercamientos normativo y empírico a la política* (Habermas, 2006: 411) y exponer, más que postulados teóricos que puedan someterse a prueba, marcos conceptuales para la interpretación de resultados empíricos. Según Habermas:

Como un elemento esencial del proceso democrático, se espera que la deliberación cumpla tres funciones: movilizar y acopiar asuntos relevantes y la información requerida, y especificar interpretaciones; procesar tales contribuciones discursivamente, mediante argumentos apropiados, a favor y en contra; y generar actitudes racionalmente motivadas de *sí* y *no*, que se espera que determinen el resultado de decisiones procedimentalmente correctas. En vistas al proceso de legitimación como un todo, el papel facilitador de la esfera pública política consiste principalmente en satisfacer sólo la primera de estas funciones y preparar así las agendas para las instituciones políticas. Para abreviarlo, el modelo deliberativo espera que la esfera pública política asegure la formación de una pluralidad de opiniones públicas informadas (Habermas, 2006: 416).

<sup>1</sup>La primera edición (en alemán), de la obra de Habermas que conocemos en español bajo el título *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública* (1981), es de 1962. Desde entonces, paulatinamente, conforme se ha traducido a otros idiomas, se ha convertido en una obra teórica de referencia obligada en diversos campos, aunque desde lecturas muy distintas.

Pero hay una reserva que resulta obvia: *la estructura de poder de la esfera pública bien puede distorsionar la dinámica de las comunicaciones masivas e interferir con el requerimiento normativo de que se movilicen asuntos relevantes, la información requerida y las contribuciones apropiadas* (cursivas en el original: Habermas, 2006: 418). Hay poder político y poder social, pero también poder económico, que es un tipo especial aunque dominante de éste último. Finalmente, hay un poder mediático, *basado en la tecnología de las comunicaciones masivas* (Habermas, 2006: 419) y que incluye la intervención de diversos agentes especializados (entre ellos, centralmente, profesionales de la *comunicación*<sup>2</sup>). Teórica o normativamente, el modelo deliberativo puede dar cuenta de los procesos de legitimación democrática en que las desiguales oportunidades de *transformar poder en influencia pública a través de los canales de la comunicación mediada* pueden sostener una *sociedad mediática*. Pero:

A final de cuentas, nos confrontamos sin embargo con la fehaciente evidencia de que el tipo de comunicación política que conocemos en nuestra llamada sociedad mediática va en dirección contraria a los requerimientos normativos de la política deliberativa. No obstante, el empleo empírico sugerido del modelo deliberativo tiene un impulso crítico: nos permite leer los datos contradictorios como indicadores de constricciones contingentes que merecen una indagación muy seria. Los requerimientos mencionados, la independencia de un sistema auto-regulado de medios y el tipo correcto de retroalimentación entre la comunicación política mediada y la sociedad civil, pueden servir como detectores para el descubrimiento de las causas específicas de las faltas de legitimidad existentes (Habermas, 2006: 420).

<sup>2</sup>Habermas tipifica a los periodistas (*que editan noticias, reportajes y comentarios*), pero también a otros actores que median en la esfera pública entre los periodistas y los políticos: los cabilderos (lobbyists), los personeros (advocates), los expertos, los empresarios morales y los intelectuales (Habermas, 2006: 416).

La revisión de los casos de los medios italianos pre y post Berlusconi, y de los medios estadounidenses pre y post 11 de septiembre y la guerra de Iraq, bien analizados empíricamente, ilustra para Habermas el problema de la falta de independencia del sistema mediático con respecto al núcleo central del sistema político, sea estructural o coyuntural (aunque siga siendo contingente): *Pero la falta de distancia entre los medios y los grupos de intereses especiales es más frecuente y "normal" que su involucramiento transitorio en los embragues políticos [...] un caso especial de daño a la independencia editorial ocurre cuando los propietarios privados de un imperio mediático desarrollan ambiciones políticas y usan su poder económico para adquirir influencia política* (Habermas, 2006: 421).

Con respecto a la segunda condición, la falta de retroalimentación entre *un sistema mediático auto-regulado y una sociedad civil respondiente*, hay que tomar en cuenta por un lado la *pobreza social y la exclusión cultural de los ciudadanos*, que determinan el acceso selectivo y la participación desigual en la comunicación mediática, pero por otro lado, *la colonización de la esfera pública por los imperativos del mercado*, que conduce a una peculiar parálisis de la sociedad civil (Habermas, 2006: 421-422), cuando una categoría de la comunicación es desplazada por otra:

Los asuntos del discurso político son asimilados y absorbidos por los modos y contenidos del entretenimiento. Además de la personalización, la dramatización de los eventos, la simplificación de temas complejos y la vívida polarización de los conflictos promueven el privatismo cívico y un ambiente antipolítico (Habermas, 2006: 422).

La conclusión a la que llega este discurso habermasiano, en que propone usar el modelo comunicativo de la política deliberativa para la interpretación de hallazgos empíricos, no es muy optimista: *Algunos autores consideran el periodismo político al que estamos acostumbrados como un modelo que está siendo extinguido. Su pérdida nos despojará de la pieza clave de la política deliberativa* (Habermas, 2006: 423).

El pensamiento de Habermas articula, desde sus primeras obras, el desarrollo de las *estructuras normativas* (especialmente el derecho y la moral) con la (inter)acción comunicativa. Su reflexión más reciente, al contrastar explícitamente sus postulados con otras concepciones normativas de la democracia y simultáneamente con resultados de la investigación empírica sobre los sistemas de comunicación, sirve para ilustrar la necesidad de rearticulación crítica de los propios modos y modelos teóricos disponibles para interpretar los fenómenos mediáticos y políticos contemporáneos desde un marco consistente.

Efectivamente, para muchos investigadores de la comunicación, las relaciones entre las teorías normativas y las teorías *científicas* (en el sentido de ciencias sociales empíricas) son cada vez más problemáticas.<sup>3</sup> Para empezar, es indudable que la mayor parte del conocimiento acumulado sobre los *medios de comunicación* en la sociedad está basado en concepciones normativas. Denis McQuail (1994) y Klaus Bruhn Jensen (2002), por ejemplo, mencionan el libro clásico de Siebert, Peterson y Schramm (1956), Cuatro teorías de la prensa, y su influencia en la investigación mediante el contraste de las teorías autoritaria, liberal, totalitaria y de la responsabilidad social para caracterizar los sistemas de comunicación. El contexto de la Guerra Fría y su *final* y la evolución de los propios medios, motivaron después la necesidad de agregar otras *teorías*, como la desarrollista y la participativa, pero la referencia normativa es constante. Para Jensen,

Generalmente hablando, (...) la mayoría de las teorías normativas (y muchas teorías científicas) hoy enfatizan criterios crítico-reformistas o bien pluralista-funcionalistas —modelos sociales de conflicto o de consenso— al evaluar la actuación de los medios. La oposición relacionada con ello entre *estado y mercado*, está presente muy a menudo al discutir las políticas que aseguren la “libertad” de los medios. Parte de la dificultad para debatir los conflictos reales y lo que está en juego detrás de las oposiciones simples, ha sido la ambigüedad del concepto de libertad en las teorías sociopolíticas y, luego, en las de la comunicación (Jensen, 2002: 277).

El análisis, entonces, de las condiciones en que se desarrollan los medios y el análisis de la democracia, son inseparables, al menos en los entornos altamente regulados de las *democracias occidentales*. Muy lejos de Habermas, y con la intención explícita de ir más allá del *maniqueísmo* de Siebert, Peterson y Schramm, Hallin y Mancini (2004) proponen una renovada investigación teórico-empírica de los sistemas mediáticos, basada en métodos comparativos, que no descuida sin embargo las cuestiones normativas:

Trataremos de mostrar, de hecho, que el análisis comparativo puede ser extremadamente útil para encarar los tipos de cuestiones normativas que legítimamente preocupan a los académicos de la comunicación. ¿La comercialización sostiene o coarta la independencia de los medios? ¿La diversidad de voces en una sociedad plural está mejor representada en un sistema mediático con pluralismo externo o interno, es decir, medios noticiosos que representan distintas orientaciones políticas o medios noticiosos que buscan reportar las noticias de una manera *balanceada*? ¿Cuál es más responsable de la emergencia de voces nuevas en la sociedad: una prensa comercial profesionalizada o una más estrechamente vinculada con el sistema político? (Hallin and Mancini, 2004: 14).

<sup>3</sup>Incluyendo, por supuesto, las posturas más críticas. Un ejemplo británico lo ofrece James Curran, en un libro editado por él y David Morley (2006): *Los estudios culturales y mediáticos han sido seducidos por el discurso del liberalismo de mercado, al encorchetar y eliminar la clase. Se han coludido en la perpetuación del mito que enmascara el privilegio heredado y legitima la desigualdad. También han sido distraídos de investigar adecuadamente el papel que juegan los medios en el crecimiento de la desigualdad en las sociedades liberales de mercado* (Curran, 2006: 143).

Hallin y Mancini parten de la definición de cuatro dimensiones de los sistemas mediáticos que estudian: el desarrollo de los mercados mediáticos; el paralelismo político (vínculos medios/partidos); el desarrollo del profesionalismo periodístico; y el grado y carácter de la intervención del estado en el sistema mediático. A partir del desarrollo de categorías analíticas e indicadores empíricos en estas cuatro dimensiones, construyen tres modelos:

*Mediterráneo o pluralista polarizado* (Francia, Grecia, Italia, Portugal, España);

*Noreuropeo o corporativista democrático* (Austria, Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Holanda, Noruega, Suecia, Suiza);

*Atlántico Norte o liberal* (Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá, Irlanda).

Cada uno de estos modelos está caracterizado por variables de los sistemas mediáticos y de los sistemas políticos de los respectivos países (a los cuales, sin embargo, no se ajustan plenamente). En síntesis, en el modelo liberal los medios están más cerca del mundo de los negocios que del de la política; en el pluralista polarizado están más fuertemente integrados en el mundo político, y en el corporativista democrático los medios mantienen fuertes lazos con ambos mundos, aunque tienden a separarse del mundo económico. En general, las fuertes tendencias a la comercialización y a la profesionalización indican una convergencia hacia el modelo liberal (Hallin and Mancini, 2004: 73-76). Es necesario entonces historizar y detallar comparativamente los casos.

Para ello, Hallin y Mancini emplean primordialmente el concepto de *diferenciación* (y de *des-diferenciación*, siguiendo a Habermas y Bourdieu) para analizar e interpretar sus datos, y sustanciar empíricamente los tres modelos (tipos ideales) que construyen y que, advierten, exigen mucho mayor desarrollo teórico, metodológico y empírico, especialmente en

referencia a países diversos, como los latinoamericanos (Hallin and Mancini, 2004: 302-306). Pero a partir de la constatación de que los sistemas mediáticos van quedando menos diferenciados de las instituciones económicas en la medida en que se diferencian de las instituciones políticas, se pueden formular con mayor precisión y agudeza preguntas clave como la siguiente:

¿El giro hacia el modelo liberal hace el flujo de comunicación más abierto e igualitario en la medida en que los grupos políticos atrincherados pierden control del sistema mediático, o menos, al caer los medios más exclusivamente bajo el control de los negocios, y prevalecer el dinero de los consumidores, los inversionistas y los anunciantes sobre el voto de los ciudadanos para cimentar el desarrollo de la estructura mediática? (Hallin and Mancini, 2004: 302).

Dado el carácter multidimensional e histórico de objetos de investigación como los sistemas mediáticos en su vinculación con la *democracia* contemporánea, cuando la *globalización* pone de relieve factores y articulaciones aún insuficientemente comprendidos, es necesaria una (re)contextualización crítica constante, no sólo de los ingredientes normativos presentes en los recursos científicos con los que se construyen y desarrollan, sino también de las condiciones sociales (económicas, políticas, culturales) desde las que se otorga sentido a esas tareas, pues la investigación es también una práctica social institucionalizada.

## LA CIENCIA POLÍTICA Y OTRAS DISCIPLINAS EN CRISIS

En septiembre de 2006, la revista mexicana *Metapolítica* dedicó su número 49 a un tema central: *La muerte de la ciencia política*, incorporándose con fuerza a un debate desencadenado dos años antes por un artículo de Giovanni Sartori (2004), uno de los padres fundadores de esta *ciencia empírica, comparativa, altamente especializada y formalizada*. Según César Cansino, en ese texto, Sartori:

estableció de manera tajante que la disciplina que él contribuyó a crear y desarrollar, la ciencia política, perdió el rumbo, hoy camina con pies de barro, y al abrazar con rigor los métodos cuantitativos y lógico-deductivos para demostrar hipótesis cada vez más irrelevantes para entender lo político, terminó alejándose del pensamiento y la reflexión, hasta hacer de esta ciencia un elefante blanco gigantesco, repleto de datos, pero sin ideas, sin sustancia, atrapada en saberes inútiles para aproximarse a la complejidad del mundo (Cansino, 2006: 27).

Cansino contextualiza con detalle la postura de Sartori, la suya propia, y las dimensiones principales del debate intradisciplinario, referido en buena medida a la separación de la ciencia política y la filosofía política. De esa contextualización retomo solamente la discusión sobre la *obsesión* de la ciencia política por ofrecer una definición empírica de la democracia, la adopción del concepto de *poliarquía* de Robert Dahl (*forma de gobierno caracterizada por la existencia de condiciones reales para la competencia [pluralismo] y la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos [inclusión]*, Cansino, 2006: 33), y el impacto reciente de la noción de *calidad de la democracia*, tema que

surge de la necesidad de introducir criterios más pertinentes y realistas para examinar a las democracias contemporáneas (sobre todo las de América Latina, Europa del Este, África y Asia) muy por debajo de los estándares mínimos de calidad deseables (Cansino, 2006: 33).

El argumento es que así, *la ciencia política ha dejado entrar por la ventana aquello que celosamente intentó expulsar desde su constitución, es decir, elementos abiertamente normativos y prescriptivos* (Cansino, 2006: 34), lo cual implica la negación de su proyecto científico fundacional. Además del debate epistemológico (que según Bourdieu, 2000, es también, necesariamente, político), cabe resaltar la dificultad de la ciencia política para definir la “democracia” en el marco de su objeto central y prioritario de estudio disciplinario, especialmente desde el ángulo empírico.

Unos años antes, se había publicado un libro de revisión colectiva de las condiciones y características de la ciencia política en México (Merino, coord., 1999), donde se reconocen y formulan muchos de los aspectos polémicos y las posiciones que siguen vigentes. Pero llama poderosamente la atención que en esta obra, al igual que en el dossier ya citado de *Metapolítica*, el factor comunicacional o mediático de la democracia como campo de investigación (empírica o teórica) está prácticamente ausente. Sólo en el *postscriptum* del capítulo escrito por Yolanda Meyenberg sobre *La ciencia política y el debate contemporáneo* se hace mención de que *quizá el tema que ha cobrado más auge en los últimos dos años sea el del impacto de los medios de comunicación en la construcción de la esfera pública y en la definición de los procedimientos que rigen a la democracia* (Meyenberg, 1999: 184), aludiendo a dos obras, aparecidas en ese periodo final de la década de los noventa, escritas por Giovanni Sartori (1998) y por Dominique Wolton y otros (1998). Otro pequeño párrafo, no menos marginal, aunque quizá más relevante por citar un trabajo mexicano, es el incluido por Jacqueline Peschard en su capítulo sobre *La cultura política en México*:

Contamos hoy con estudios que destacan la influencia fundamental que están teniendo los medios tanto en el desarrollo de nuevas actitudes y percepciones, como en el afianzamiento o conservación de inclinaciones y comportamientos tradicionales (Trejo, 1997). Los medios no solamente forman opinión, sino que van edificando verdaderos patrones de conducta que permiten que la población se identifique y se sienta parte de la sociedad en la que vive. La problemática de los medios es bastante compleja porque a la vez que alimentan y recrean las creencias e imágenes más arraigadas sobre el poder y las relaciones políticas, van introduciendo ciertos referentes encaminados a la construcción de esquemas de comportamiento que se presentan como el modelo ideal a alcanzar, y que de ninguna manera son neutrales, sino que están orientados por el interés comercial de las empresas y la industria mediática (Peschard, 1999: 205).

Algo muy similar ocurre en otras revisiones (auto)críticas colectivas o individuales publicadas en los últimos años sobre otras *disciplinas* de las ciencias sociales mexicanas. Los trabajos, amplísimos y muy documentados de Alfredo Andrade (1998) y Fernando Castañeda (2004) sobre la sociología en México, no incluyen mención alguna al estudio de los medios o de la comunicación, aunque por supuesto tratan extensamente sobre la democracia en México. Alguna diferencia se percibe en las revisiones de la antropología, contenidas en los libros coordinados por Guillermo de la Peña y Luis Vázquez (2002) (mediante un capítulo de Jorge González sobre las *interfaces* entre antropología y comunicación); y por Néstor García Canclini (2005), en el que el capítulo escrito por Miguel Ángel Aguilar y Rosalía Winocur (2005), entre otros que también tratan enfoques relacionados, comienza significativamente así:

Cuando se plantea el interrogante acerca del estado que guarda la relación entre medios de comunicación y antropología en México, la respuesta es que los medios aún no están legitimados como objeto antropológico dentro de la disciplina (Aguilar y Winocur, 2005: 196).

Algunos puntos adicionales de convergencia hacia el reconocimiento de la comunicación o de las instituciones mediáticas como objeto de estudio (o al menos factor significativo) de las ciencias sociales mexicanas, un poco más variados y promisorios, se encuentran en varios de los capítulos contenidos en el libro *Las ciencias sociales, universidad y sociedad*. Temas para una agenda de posgrado, coordinado por Judit Bokser (2003), aunque predominen los abordajes tecnológicos y culturales, más que los mediáticos, bajo la fórmula de la *sociedad del conocimiento*.<sup>4</sup>

<sup>4</sup>Hay que hacer notar que este libro reúne las participaciones en un foro académico organizado por el Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, programa en el que una de las especialidades es *Ciencias de la Comunicación*, y hay un énfasis muy marcado en la *interdisciplinariedad*. Quizá la ausencia de *los medios* en los debates de la sociología o la ciencia política mexicanas se deban al reconocimiento de que hay una *disciplina* especializada en su estudio, pero en ese caso no se entiende porqué el impulso *interdisciplinario* no la incluye.

Con estas referencias puede quedar elementalmente evidenciado el aislamiento académico en que se han desarrollado las investigaciones mexicanas sobre los factores mediáticos y comunicacionales de la democracia, o de la *democratización*, sea de los medios o de la sociedad. Cuando ocasionalmente aparecen *los medios* (y casi nunca la *comunicación*) en los discursos científicos especializados (sociológicos o politológicos), lo hacen si acaso como instrumentos muy secundarios que están a *disposición* (o no) de ciertos actores políticos, entre los cuales se cuentan algunos de los mismos académicos. Es probable que este aislamiento del campo académico de la comunicación sea una de las “claves” más necesarias para (re)impulsar el aporte a la democratización.

#### HACIA UN BALANCE (EMPÍRICO) DE LA INVESTIGACIÓN (ACADÉMICA) SOBRE LOS “MEDIOS” Y LA DEMOCRACIA EN MÉXICO

En septiembre de 2005, la revista *Etcétera* me solicitó un artículo sobre la investigación académica sobre los *medios* en México (Fuentes, 2005)<sup>5</sup>, del cual reproduzco aquí dos extractos, que me parecen relevantes para contextualizar la parte final de este texto:

Hay muchas evidencias inmediatas para afirmar que la investigación académica mexicana en el campo de la comunicación (y en otros campos de especialidad), en cuanto sistema institucionalizado de producción de conocimiento, acusa un creciente rezago en relación con su *objeto*

<sup>5</sup>De paso, cabe mencionar que el texto fue enviado con el título *La investigación académica sobre los medios de difusión en México: una reflexión sobre las condiciones y tendencias recientes* pero fue publicado como *La investigación es marginal*. Ninguna otra parte del texto enviado fue modificada, excepto el título, seguramente para ajustarse mejor a los criterios editoriales (periodísticos, no académicos) de la publicación.

primordial de estudio: la multidimensional operación social de los medios de difusión masiva. En sus términos más generales, esta afirmación es compartida tanto en los ámbitos académicos como en los demás sectores sociales preocupados por esta *multidimensional operación* y sus implicaciones y consecuencias. Hay una especie de supuesto tácito sobre la importancia del aporte de la investigación académica que no se ve correspondido en los resultados conocidos, desde puntos de vista tan dispares como los de los propios académicos, los estudiantes de comunicación, los profesionales y funcionarios de los medios, los diseñadores de políticas y los tomadores de decisiones en las más diversas esferas de la vida pública.

Y sin embargo, la investigación académica de la comunicación ha crecido sostenida y consistentemente en México durante las últimas tres décadas, al mismo tiempo que ha alcanzado algún grado de legitimidad científica y social. Al menos en la más inmediata de las escalas en que Sánchez y Fuentes propusimos hace algunos años a esta actividad como sujeta a una condición de *triple marginalidad*, algunos avances se han conquistado. Pero el planteamiento general sigue siendo válido: *la investigación de la comunicación es marginal dentro de las ciencias sociales, éstas dentro de la investigación científica en general, y ésta última a su vez entre las prioridades del desarrollo nacional* (Fuentes y Sánchez, 1989: 12).

Señalaba, entonces, que además de la precariedad de las condiciones para la práctica (marginal) de la investigación académica de la comunicación en México, era necesario considerar que, en todo el mundo, estas tareas *están articuladas con cambios en los medios que aportan el contenido y el contexto de los procesos, efectos, sistemas e instituciones que estudiamos* (Bryant and Miron, 2004: 662), citando un diagnóstico estadounidense que enlista así estos cambios en el *objeto*:

- a) todos los medios de comunicación masiva están sufriendo cambios dramáticos en su forma, contenido y sustancia, explicables sólo en parte por la noción de convergencia;

- b) formas más nuevas de medios interactivos, como la Internet, están alterando el modelo tradicional de la comunicación de masas, del de la comunicación de uno a muchos al de la comunicación de muchos a muchos;
- c) los esquemas de propiedad de los medios están modificándose rápidamente y sin considerar a veces que tienden a ignorar las necesidades de entretenimiento, información, educación, políticas y sociales de sus audiencias, y los potenciales problemas mayores que estos movimientos acarrearán para las sociedades en donde se insertan;
- d) los patrones y hábitos de consumo en las audiencias están cambiando rápidamente en todo el mundo;
- e) la propia naturaleza de la unidad primaria en que se consume la mayor parte de los productos mediáticos, -la familia- está sufriendo cambios notables, que afectan a su vez los impactos de los medios en el bienestar psicológico y cultural;
- f) incluso en los ámbitos domésticos más estables y tradicionales, con la mayor parte de la juventud creciendo *conectada*, los medios interactivos están redefiniendo la vida cotidiana (Bryant and Miron, 2004: 662-663).

De manera que —sostenía en ese artículo y lo sostengo aquí—, aun donde la investigación académica de la comunicación cuenta con respaldos estructurales (científicos y financieros, culturales y políticos) incomparablemente más amplios y sólidos que en México<sup>6</sup>, el desajuste entre las *demandas sociales*, las orientaciones y los resultados, en términos del conocimiento sobre los medios y la comunicación masiva, genera también una insatisfacción creciente, que es necesario encarar con base en información precisa (Fuentes, 2005: 84).

<sup>6</sup>Un indicador que podría interpretarse en términos de los recursos (humanos, en este caso) que sostienen la investigación de la comunicación en México, es el número de practicantes reconocidos por el Sistema

El otro extracto de aquel artículo que reproduzco ahora, en tanto avanza el proyecto de investigación de donde provienen los datos citados<sup>7</sup>, tiene que ver con las características de la estructura institucional y las orientaciones de la producción de investigaciones académicas sobre la comunicación, asociadas a la formación de posgrado. Aunque hay más de 300 instituciones en el país donde se imparten licenciaturas en comunicación, la investigación se realiza en muy pocas de ellas.

En estas pocas universidades<sup>8</sup>, donde se concentran desde hace tiempo tanto los investigadores reconocidos como los programas de posgrado acreditados, se ha generado entre dos tercios y tres cuartas partes de la producción de investigación de la comunicación en México. Pero en ninguna de ellas la *comunicación de masas* o los medios de difusión masiva son el objeto exclusivo, aunque sí mayoritario, de estudio. Desde esta constatación queda claro por qué un ámbito de creciente complejidad y extensión, además de su rápida evolución, no puede ni podría ser abarcado en todas sus dimensiones y articulaciones, ni siquiera en las más propiamente *comunicacionales*.<sup>9</sup>

Nacional de Investigadores. En cuanto a las *disciplinas* representadas en el área de ciencias sociales, la sociología (445), las ciencias económicas (425) y las ciencias políticas (423) tienen cada una poco más del 25% de los 1609 investigadores con nombramiento vigente en el área en 2006. Ciencias Jurídicas y Derecho (182), Demografía (77) y Geografía (65), en conjunto, aportan el 20% restante. Aunque en las categorías de clasificación del Sistema, *Comunicación Social* sigue siendo una subdisciplina de la Sociología, hay ya 87 investigadores clasificados ahí, o en la subdisciplina *Opinión Pública*, correspondiente a Ciencias Políticas, además de otros cuatro en Ciencias Jurídicas, para un total de 91, es decir, el 5.6% del área.

<sup>7</sup>La *constitución científica del campo académico de la Comunicación en México y en Brasil: análisis comparativo*, proyecto de ciencia básica apoyado por CONACyT (47377) durante el periodo 2005-2008, basado en el análisis de las bibliografías empleadas en las tesis de posgrado.

<sup>8</sup>Que son la UNAM, la UAM-Xochimilco y la UIA en la ciudad de México, la UdeG y el ITESO en Guadalajara, y la Universidad de Colima o más recientemente el ITESM, campus Monterrey.

<sup>9</sup>Pues es evidente que los *medios*, como instituciones sociales, operan en

A manera de ilustración, podemos identificar la temática cubierta por 314 tesis de maestría en comunicación, presentadas en cinco universidades entre 1995 y 2005<sup>10</sup>:

Tabla 1  
Tesis de maestría en comunicación en México (1995-2005),  
según su temática

Maestría	Tesis sobre sistemas de producción de comunicación masiva	Tesis sobre circulación de productos mediáticos masivos	Tesis sobre recepción de productos mediáticos masivos	Tesis sobre otras temáticas de "comunicación"
UNAM (133)	26 (19.5%)	40 (30.1%)	13 (9.8%)	54 (40.6%)
UIA (85)	10 (11.8%)	10 (11.8%)	9 (10.6%)	56 (65.8%)
ITESM (44)	4 (9.1%)	11 (25.0%)	9 (20.5%)	20 (45.4%)
UdeG (26)	3 (11.5%)	8 (30.8%)	6 (23.1%)	9 (34.6%)
ITESO (26)	6 (23.1%)	2 (7.7%)	7 (26.9%)	11 (42.3%)
Totales: (314)	49 (15.6%)	71 (22.6%)	44 (14.0%)	150 (47.8%)

El primer dato que hay que resaltar de esta tabla es que apenas poco más de la mitad de las tesis de maestría abordan temáticas de comunicación masiva. El resto incluye, entre otras categorías temáticas, los estudios sobre Internet, los de comunicación organizacional, los de culturas urbanas contemporáneas, los referidos a la comunicación en espacios

esferas que la investigación de la *comunicación* no puede abarcar, sino que, por el contrario, requeriría como insumos provenientes de otras especialidades de investigación, como las dimensiones económicas, políticas, tecnológicas, financieras, estéticas, lingüísticas, organizacionales, legales, etcétera. La *interdisciplinarietà* en este campo, en México, ha sido hasta ahora más un tema de discusión que una práctica científica claramente establecida, como lo es en otros países. Por ello quizá tampoco se haya podido desarrollar suficientemente el conocimiento específico sobre la comunicación mediada.

<sup>10</sup>Esta es una muestra incompleta de las tesis presentadas en esas universidades en ese periodo, y la clasificación temática es provisional.

educativos formales (escuelas) o informales (museos), y los estudios sobre el propio campo académico de la comunicación. Todas estas *otras* temáticas tienen, igual que las *mediáticas*, alta pertinencia social y académica.

De las temáticas referidas a la comunicación masiva y sus mediaciones, a pesar de las claras diferencias según la universidad, puede apreciarse que tienen primacía las agrupadas en la categoría *circulación* sobre las correspondientes a *producción* o a *recepción*. Por medios, se ha investigado mucho más sobre televisión que sobre prensa, y casi nada sobre cine o radio, tanto en esta muestra de tesis de maestría como en conjuntos más amplios de datos sobre productos de la investigación académica (Fuentes, 2005).

La preocupación por profundizar y extender el análisis (documental, sociológico, epistemológico) de la producción académica mexicana sobre la comunicación, tiene afortunadamente cada vez mayor *espacio* y resultados que ofrecer a los propios agentes de este campo, y a otros interesados. Un ejemplo de ello es el proyecto de tesis doctoral de Sofía Paláu<sup>11</sup>, de cuyo *estado de la cuestión* vale la pena reproducir algunos avances.

Paláu realizó una búsqueda de artículos publicados sobre *comunicación masiva y medios de comunicación* entre 1996 y 2005 en publicaciones periódicas de alta relevancia académica en cuatro *escalas* geográficas: *Internacional (Media, Culture & Society y European Journal of Communication)*, *Estados Unidos (Journal of Communication y Communication Research)*, *América Latina (Diálogos de la Comunicación)* y *México (Anuario de Investigación de la Comunicación del CONEICC y los libros colectivos anuales de la AMIC)*. Detectó un total de 1110 artículos, que clasificó según los *recortes* de sus objetos de estudio en dos ejes: desde las instancias de producción/transmisión,

<sup>11</sup>Proyecto con el título tentativo de *La relación medios de comunicación – Estado: un acercamiento sociocultural a los agentes, prácticas y redes de producción de conocimiento en México*, realizado en el Doctorado en Estudios Científico-sociales del ITESO a partir de agosto de 2004.

construcción simbólica o recepción/apropiación de formas simbólicas (Thompson, 1998: 440-442), y desde las dimensiones de análisis: económica, política o cultural (Downing, 2004: 311-324). Sobre ambos ejes, tomó cuenta también de los artículos que perseguían integrar las tres instancias y/o las tres dimensiones. Los resultados de este primer análisis de las publicaciones mexicanas se muestran en la tabla No. 2:

Tabla 2  
Artículos de investigación mexicana publicados por CONEICC y AMIC (1995-2005) en sus anuarios, según las instancias y dimensiones estudiadas N=152 (Paláu, 2006)

	Producción/ Transmisión	Construcción simbólica	Recepción/ Apropiación	3 instancias	Total
Económica	8.6%	0.5%	3.4%	0.5%	13.0%
Política	26.7%	3.4%	5.2%	0.5%	35.8%
Cultural	7.8%	16.5%	16.6%	5.7%	46.6%
Tres dimensiones	0.5%	0.5%	1.7%	1.9%	4.6%
<b>Total</b>	<b>43.6%</b>	<b>20.9%</b>	<b>26.9%</b>	<b>8.6%</b>	<b>100%</b>

Como puede verse, en esta muestra de artículos la dimensión cultural es la más atendida, y la instancia de producción/transmisión la más frecuentemente investigada. Llama la atención el escaso número de trabajos que buscan integrar las tres instancias o las tres dimensiones en una misma investigación, pero también que el número más alto de productos se encuentra en la intersección entre la dimensión política y la instancia de la producción.

Después de concentrar el análisis en la elaboración de un *mapa de los objetos de investigación y sus referentes teóricos y metodológicos* con mucho mayor detalle<sup>12</sup>, Paláu sintetiza en los siguientes puntos sus principales hallazgos en este ejercicio:

<sup>12</sup>Por ejemplo, quiénes son los autores más frecuentemente citados como

- Los estudios de medios de comunicación en México, en los últimos años, se caracterizan por un gran interés en atender a las condiciones y transformaciones del ámbito sociopolítico mexicano y el papel que los medios masivos de comunicación han tomado en estos procesos;
- Son pocos los trabajos que, explícitamente, buscan integrar las tres dimensiones (económica, política y cultural) y las tres instancias (procesos de producción, mensajes y recepción) del proceso de la comunicación;
- La mayor parte de los estudios de medios de comunicación, que abordan las dimensiones económica y política, lo hacen desde tres enfoques teóricos, a saber: Comunicación Política, Economía Política de los Medios y *Agenda Setting*;
- Aunque existe concordancia respecto de los enfoques teóricos relevantes para el estudio de los medios de comunicación, hay una gran dispersión en términos de los conceptos rectores y los autores de referencia de las investigaciones que se realizan. Es decir, no existen líneas o ejes teórico-conceptuales claros que orienten los estudios de medios en sus dimensiones política y económica;
- En los últimos años es prácticamente inexistente la investigación empírica referida a los medios de comunicación en general. La investigación empírica que se ha realizado está referida siempre a uno o dos medios en particular. Los artículos publicados que hacen referencia al conjunto de medios masivos de comunicación son ensayos teóricos o ensayos políticos. Esto me lleva a pensar que es necesario construir un modelo teórico que fundamente un posible acercamiento empírico a los sistemas de medios masivos de comunicación.

---

como soporte de los estudios centrados en la dimensión política de los medios: Jürgen Habermas (7), Niklas Luhmann (6), Manuel Castells (5), John B. Thompson (4), Giovanni Sartori (4), Dominique Wolton (3), Elizabeth Noelle-Newman (3), Marshall McLuhan (2), Manuel Martín Serrano (2), Maxwell McCombs (2). (Paláu, 2006: 19).

- Existe una importante laguna en términos de contar con una metodología adecuada para el acercamiento empírico a los medios masivos de comunicación. Se requiere un modelo metodológico que permita un mejor acercamiento.
- Una línea del debate académico, entre los estudiosos de los medios, es la consideración de la configuración estatal en la que operan los medios, es decir, construir acercamientos teórico-metodológicos que tomen en cuenta las condiciones sociohistóricas particulares en las que los medios masivos operan (Paláu, 2007).

Es difícil elaborar *conclusiones* sobre la base de datos incipientemente analizados. Los proyectos en proceso citados en esta sección tienen solamente la intención de apuntar hacia algunas *claves* sugeridas para continuar la tarea colectiva de reconocer e impulsar, sistemáticamente, los avances mexicanos en la producción de conocimiento científico sobre las múltiples y complejas relaciones entre la comunicación, los medios y la democracia. Pueden quedar claras, al menos, tres de esas claves: la urgencia de profundizar los debates éticos y epistemológicos sobre las implicaciones de los modelos teóricos disponibles (normativos y empíricos) para el estudio de la *sociedad mediática*, condición que se comparte con investigadores de otras latitudes; la necesidad de superar el aislamiento de los estudios de la comunicación en el marco (¿interdisciplinario?) de las ciencias sociales mexicanas, tarea para la cual parece haber recursos y justificaciones (aunque no es claro si disposiciones) suficientes; y la conveniencia de aprovechar los análisis auto-reflexivos del campo académico para reconocer (y potenciar) sus posibilidades. Estas tres claves son propiamente académicas, y pueden contribuir desde esta especificidad a una tarea más amplia: democratizar la democracia mexicana.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, M. y Winocour, R. *Ciudad y medios de comunicación: un recorrido desde la antropología*, en García Canclini (coord), *La antropología urbana en México*, Fondo de Cultura Económica (Biblioteca Mexicana), México, 2005, pp. 196-220.
- Andrade Carreño, A., *La sociología en México: temas, campos científicos y tradición disciplinaria*, UNAM FCPyS, México, 1998.
- Bokser M. Liwerant, J. (coord.), *Las ciencias sociales, universidad y sociedad*. Temas para una agenda de posgrado, UNAM, México, 2003.
- Bourdieu, P., *Los usos sociales de la ciencia*, Nueva Visión, Buenos Aires, 2000.
- Bryant, J. and Miron, D., *Theory and Research in Mass Communication*, Journal of Communication, Vol. 54 No. 4, 2004, pp.662-704.
- Cansino, C., *Adiós a la ciencia política. Crónica de una muerte anunciada*. Metapolítica Vol.10, No. 49, 2006, pp.27-37.
- Castañeda Sabido, F., *La crisis de la sociología académica en México*, UNAM FCPyS/ Miguel Ángel Porrúa, México, 2004.
- Curran, J. *Media and Cultural Theory in the age of market liberalism*, Curran and Morley (eds.), *Media Cultural Theory*, Routledge, Londres y Nueva York, 2006.
- Curran, J. y Morley, D. (eds.), *Media Cultural Theory*, Routledge, Londres y Nueva York, 2006.
- De la Peña, G. y Vázquez León, L. (coords.), *La antropología sociocultural en el México del Milenio*. Búsquedas, encuentros y transiciones, Fondo de Cultura Económica (Biblioteca Mexicana), México, 2002.
- Downing, J. D.H., et al (eds.) *The Sage Handbook of Media Studies*.: Sage, Thousand Oaks California, 2004.
- Fuentes Navarro, R., *La investigación es marginal*, Etcétera No. 61 (quinto aniversario), (Noviembre), 2005, p.83-90.
- Fuentes Navarro, R. y Sánchez Ruiz, E., *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México*. ITESO (Cuadernos Huella No. 17), Guadalajara, 1989.
- García Canclini, N. (coord.), *La antropología urbana en México*, Fondo de Cultura Económica (Biblioteca Mexicana), México, 1995.
- González, J., *Convergencias paralelas: desafíos, desamores y desatinos entre antropología y comunicación*, en De la Peña y Vázquez (coords.), *La antropología sociocultural en el México del Milenio*. Búsquedas, encuentros y transiciones, Fondo de Cultura Económica (Biblioteca Mexicana), México, 2002, pp. 509-539.
- Habermas, J., *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- Habermas, J., *Political Communication in Media Society: does Democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research*. Communication Theory Vol. 16, 2006, pp.411-426.
- Hallin, D. and Mancini, P., *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*, Cambridge University Press, Nueva York, 2004.
- Jensen, K. (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research*. Qualitative and Quantitative Methodologies, Routledge, Londres y Nueva York, 2002.

Mayenberg, Y., *La ciencia política y el debate contemporáneo*, en Merino (coord.), *La ciencia política en México*, Fondo de Cultura Económica (Biblioteca Mexicana), México, 1999, pp.161-185.

McQuail, D., *Mass Communication Theory. An Introduction*, Sage, Londres, 1994.

Merino, M. (coord.), *La ciencia política en México*, Fondo de Cultura Económica (Biblioteca Mexicana), México, 1999.

Paláu, S., *Medios masivos de comunicación: un acercamiento sociocultural a los agentes y las prácticas de producción de conocimiento en México*, Documento de trabajo no publicado. ITESO, Doctorado en Estudios Científico-sociales, Guadalajara, 2006.

Paláu, S. *La relación medios de comunicación – Estado: un acercamiento sociocultural a los agentes, prácticas y redes de producción de conocimiento en México*. Documento de trabajo no publicado. ITESO, Doctorado en Estudios Científico-sociales, Guadalajara, 2007.

Peschard, J., *La cultura política en México*, en Merino (coord.), *La ciencia política en México*, Fondo de Cultura Económica (Biblioteca Mexicana), México, 1999, pp.186-210.

Roncagliolo, R., *La democratización de la democracia*, en Alvarez (ed.), *Comunicación, democracia y ciudadanía*, CICOM, Escuela de Comunicación, Universidad de Puerto Rico, San Juan (Río Piedras), 2005, pp. 3-16.

Sartori, G., *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, Madrid, 1998.

Sartori, G., *Where is Political Science going?*, *Political Science and Politics* Vol. 37 no. 4, pp.785-789. Traducción al español: “¿Hacia dónde va la ciencia política?”, *Política y Gobierno* Vol. 11 No. 2, México, 2004.

Siebert, F., Peterson, T. and Schramm, W. , *Four Theories of the Press*, University of Illinois Press, Urbana, 1956.

Thompson, J. B., *Ideología y Cultura Moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, UAM Xochimilco (segunda edición), México, 1998.

Trejo Delarbre, R., *Volver a los medios*, Cal y Arena, México, 1997.

Wolton, D. et. al., *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1998.