

La investigación mexicana sobre medios de comunicación: modas, mitos y propuestas

Raúl Trejo Delarbre*

La reflexión sobre lo que se dice y las maneras como se dicen mensajes en los medios de comunicación, siempre ha estado presente en México. Tratándose de una actividad de efectos evidentemente políticos, y a menudo conflictiva y dificultosa, era natural que los principales protagonistas de la comunicación escrita en México decimonónico —es decir, los propios escritores— se detuvieran con frecuencia a preguntarse sobre los efectos, las restricciones y el sentido de sus tareas profesionales. Fernández de Lizardi, Juan Bautista Morales o Francisco Zarco, son algunos de los periodistas que al reseñar y discutir la actualidad política de su tiempo, se ocupan también de las vicisitudes de la prensa. Esa responsabilidad nunca desaparece en las páginas del periodismo mexicano, pero durante largas décadas son más las autoadulaciones y la complacencia, que el afán analítico o crítico. Afectados por limitaciones numerosas, los trabajadores de la prensa prefieren ocuparse antes de otros problemas, que de los suyos propios. Si acaso, solamente escritores cuya subsistencia no depende de lo que publican en diarios y revistas tienen libertad y distancia para, esporádicamente, juzgar el desarrollo de la prensa mexicana. Así ocurre durante un muy largo trecho hasta transcurrida ya la primera mitad del presente siglo. Para entonces, la comunicación social comienza a recibir ese

* Investigador, en el Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, expresidente de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, A.C. (1985-1987).

nombre y sobre todo, a ser una auténtica industria, próspera, influyente y sobre todo, desconocida desde la academia. Si en la prensa es infrecuente que quienes producen mensajes reflexionen en público, y con rigor sobre la naturaleza de su trabajo, todavía es más inusual que, en los medios electrónicos, haya crítica, documentación, análisis sistemáticos. La historia de la radio mexicana en su primer medio siglo, se encuentra por escribir casi toda, principalmente porque, en los momentos en que se desarrollaba, nadie tuvo la precaución de documentarla. Con la televisión, que comienza a transmitir comercialmente a comienzos de los cincuenta, sucede al principio lo mismo. El caso del cine es diferente, ya que el interés que suscita en la sociedad se refleja en la prensa y porque se trata de un medio mucho más abierto a la pluralidad, que los de difusión electrónica a distancia.

Al mediar este siglo, empiezan a surgir escuelas de periodismo que, entre otras tareas, llegan a preocuparse por investigar, aun cuando de manera pragmática, la situación de los medios en México. En 1943 en la Universidad Femenina se había establecido una carrera técnica en Periodismo, en 1949 nace la Escuela que luego habría de ser llamada Carlos Septién García y en 1951, se formaliza la enseñanza de periodismo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.¹ Un primer, y evidente problema con el que tropiezan estas instituciones, es la falta de textos mexicanos para enseñar periodismo en México. El vacío bibliográfico habría de ser más claro cuando, hacia la década siguiente, se busca enseñar ya no sólo periodismo sino "ciencias de la información" como, pomposamente, se inicia la costumbre de llamar a esa disciplina. Comienzan por ser aceptados, casi siempre acríticamente, los textos y esquemas teóricos formulados por científicos sociales de los Estados Unidos. La necesidad de preparar materiales didácticos para satisfacer la creciente demanda en esta área, así como el establecimiento de pequeños centros de investigación en las escuelas y facultades donde se enseña comunicación, señalan, a fines de los años sesenta, el inicio de la investigación universitaria sobre esta disciplina en nuestro país.

Tratándose de una disciplina que tiene posiblemente, el objeto de estudio más cambiante en la vertiginosa vida contemporánea, la comunicación colectiva como tarea de investigación, ha sido insuficiente, desordenada y en muchos sentidos pobre. Sin recursos constantes, con prioridades variables e irregulares, la investigación sobre los medios de comunicación en México ha estado a cargo, sobre todo, de profesores universitarios que asumen casi como causa personal el despliegue de sus proyectos, o por estudiantes que de

esa forma buscan desarrollar sus tesis de licenciatura o de posgrado. Tratándose además de una disciplina relativamente nueva en nuestro país, todavía está por evaluarse, con detenimiento, lo que se ha logrado en 15 años de investigación mexicana sistemática en ese campo.

Rasgo sobresaliente de la investigación sobre comunicación en México, es su estrecha relación con las escuelas universitarias, lo cual no significa que esté ligada a la práctica profesional, ni al cotidiano y creciente funcionamiento de los principales medios de información. Igual que la docencia, la investigación sobre comunicación colectiva ha estado distanciada de las realidades de este campo en nuestro país. Docencia e investigación corren por una línea, ensimismada y posiblemente crítica, pero alejada del campo profesional, en tanto que la radio, la prensa y la televisión crecen, se reproducen y ganan en arraigo social.

Actualmente existen en México por lo menos 65 escuelas de comunicación a nivel universitario. Según el Rector de la UNAM, es una de las seis carreras con mayor demanda de ingreso.² Gran parte de las deficiencias que hay en la formación de los comunicadores (es lugar común, desdichadamente cierto, que en el campo profesional suele desconfiarse de la preparación de quienes egresan de esas escuelas universitarias) están relacionadas con las carencias en la investigación, y viceversa. Así como existen diversas formas de investigar a la comunicación, también las hay para enseñarla. Hay escuelas —y proyectos de investigación— que ponen el énfasis en modelos teóricos como los norteamericanos, otras, se dedican fundamentalmente al estudio de la sociedad, algunas más, consideran prioritario atender el funcionamiento técnico de los medios. Semiología, análisis de contenido, estudio histórico, privilegio de la técnica sobre la teoría o de la ideología sobre los efectos sociales, son algunas de las muy variadas vertientes de enseñanza e investigación de la comunicación en México. Uno de los más serios estudiosos de estas tendencias, ha considerado que:

La carencia de un 'paradigma' para la tan buscada Ciencia de la Comunicación y la consecuente proliferación de posiciones teórico-metodológicas, diversas y en ocasiones opuestas, parece ser la raíz medular de la indefinición de la carrera y de muchas de las dificultades que enfrentan (y no siempre resuelven) instituciones, maestros, alumnos y egresados.³

Esa proliferación de opciones puede explicarse a partir de la pluralidad que hay en las ciencias sociales y además, en el afán de bús-

queda que con frecuencia existe entre los investigadores de la comunicación. Pero la constante modificación de proyectos —muchos de los cuales nunca concluyen—, el estudio de asuntos poco importantes o sobre todo, el afán por documentar verdades ya conocidas (que la televisión tiene gran influencia, que sus contenidos privilegian el interés mercantil, que las historias entretienen sin educar, etcétera) son parte de lo que podría considerarse sin llevar las cosas a lejanos extremos, como demagogia en este sector de las ciencias sociales.

En cuanto a las características que adquiere la investigación en las escuelas de comunicación —dice un estudio al respecto— se observa que no hay universidad que en sus principios y objetivos no coloque a la investigación como una de sus tareas fundamentales; sin embargo, más allá de las declaraciones formales y con algunas excepciones, la investigación no se traduce en verdaderas condiciones que la posibiliten. Únicamente cuatro instituciones (tres en el D.F.) marcan la existencia de instancias específicas para la realización de este trabajo. Por otro lado, la investigación no es algo que atraviese y dé sentido al currículum, sino que es concebida como una asignatura más, lo cual ocasiona una “enseñanza” de metodologías (funcionalistas, marxistas o estructuralistas) que se desvinculan de las disciplinas que las originan.⁴

Es decir, en el afán por dar solidez teórica a la formación profesional, hay escuelas en donde se enseña a Marx, a Bordieu, a Gramsci o a Lévi-Strauss, sin referencias o aclaraciones que permitan saber, a los estudiantes, cómo traducir esos conocimientos a su aprendizaje de la comunicación. En la mayor parte de los casos esa formación, además de superficial, acaba siendo prescindible para los comunicadores. En otros —y por eso importa consignarla en estas líneas— acaba por constituir el único apoyo teórico, aunque desordenado y general, del que disponen quienes tienen a su cargo la investigación sobre medios de comunicación, y que son, precisamente, egresados de esas mismas escuelas y facultades.

Esa “teorización” sin referencias prácticas, tiene su contraparte en una suerte de “trivialización” en el estudio de los medios. Si por un lado se les ubica en marcos de interpretación tan amplios que el objeto de estudio —los propios medios— acaba por extraviarse, por otra parte se les banaliza en trabajos empíricos sin respaldo teórico. Entre esas dos vertientes se despliega, dificultosamente, el estudio de la comunicación en México.

Que existan investigadores apegados al materialismo histórico, al funcionalismo, al estructuralismo, o que son simplemente pragmáticos no es, ciertamente, extraño en las ciencias sociales. Pero esas identificaciones metodológicas a menudo —y no hacemos cargo, por supuesto, de que esta generalización descarta esfuerzos individuales de clara seriedad— no son más que coberturas para legitimar la vocación ideológica o las afinidades personales de los investigadores de la comunicación. Por ejemplo hay infinidad de estudios dedicados a demostrar que los programas infantiles de la televisión condicionan, desnacionalizan o pervierten a los niños, pero hay muy pocos trabajos que expliquen cómo se hacen, reciben y ubican en el contexto de la televisión esos programas. Además, gran parte de los trabajos en comunicación obedecen más a “modas” que tan pronto suscitan el entusiasmo, como el olvido de los investigadores. No se trata de corrientes teórico-metodológicas, sino de gustos que cambian veleidosamente. Puede decirse, sin riesgo a que nos equivoquemos demasiado, que los estudiosos de la comunicación están entre los primeros seducidos por el efecto de los medios, aun cuando acostumbren guardar distancias críticas respecto de ellos. Nos nos referimos únicamente al hecho de que docenas, quizá centenares de investigadores, acostumbran mirar caricaturas, leer historietas o escuchar radionovelas, con tanto embeleso como cualquier otro mortal, pero disculpándose con una coartada académica: no son receptores acrícos, suelen asegurar, porque consumen mensajes de la TV, la prensa o la radio, como “obligación profesional”. Además de esa simpática actitud, entre los investigadores hay la tendencia a dejarse llevar por temas y preocupaciones que los propios medios, como parte de su desarrollo tecnológico y del crecimiento de su influencia social, van actualizando y, con la misma rapidez, haciendo a un lado. Pero, ¿cómo se desarrolla el trabajo de investigación sobre los medios en México?

Ya hemos indicado que en los años cincuenta, con el surgimiento de los primeros centros de enseñanza, surge la necesidad por contar con textos sobre comunicación. Así aparecen los primeros trabajos de reflexión sobre la comunicación de masas:

Entre éstos se pueden mencionar los escritos de Carlos Sep-tián García, que sin ser propiamente resultado de una investigación sistemática, sí ofrecen criterios valiosos sobre la concepción que se tenía del periodismo y su función, así como los análisis descriptivos de Diego Guzmán Arenas, Mario Rojas Avendaño y Enrique González Casanova. El mérito de estos trabajos, que se refieren más al periodismo que a los medios

electrónicos, radica en que fueron realizados en condiciones desventajosas para sus autores: novedad de la materia, notoria carencia de material bibliográfico y ausencia de un marco teórico interpretativo del nuevo fenómeno.⁵

Esos primeros textos mexicanos sobre comunicación de masas no sustituyen, sin embargo, a los abundantes trabajos norteamericanos. Schramm (que revela sugerentes ligas entre comunicación y sociología), Lazarsfeld (quien ayuda a insistir sobre el papel de los medios como fuentes de poder) y Laswell (con su clásico "quién dice qué, a quién, por qué canal y con qué efecto", como paradigma del flujo comunicacional) son entre otros, los autores con quienes se van formando los primeros investigadores universitarios de nuestra comunicación. Algunos de ellos van al extranjero, en donde reafirman su gusto por esas corrientes, sin duda útiles pero insuficientes para desentrañar las paradojas de la comunicación de masas en un país de por sí contradictorio como es el nuestro. Al mismo tiempo comienza a desarrollarse, pero con lentitud, una corriente que pugna por la latinoamericanización en el estudio de la comunicación. En 1960 se funda en Quito el Centro Internacional de Estudios de Periodismo para América Latina (CIESPAL) copatrocinado por la UNESCO. Esa institución gana prestigio en toda la región, pero no logra ofrecer una alternativa a la influencia norteamericana. Su insistencia en que la capacitación de los comunicadores tenga el mejor nivel profesional posible, llega a traducirse en una creciente atención por la preparación técnica (especialmente para el periodismo escrito), sin atender al desarrollo de modelos de comunicación adecuados a las necesidades y situaciones de América Latina. En México se escriben, entonces, textos sobre comunicación destinados a enseñar los rudimentos del periodismo que son, en muchos casos, meros manuales de redacción o, cuando alcanzan alguna sofisticación, resultan copias de textos de periodismo norteamericanos. No queremos afirmar que no existiera interés por el desarrollo de nuevas líneas de investigación, pero sí, que éstas se encontraban subordinadas a otras necesidades. La mayor parte de esos textos seguían describiendo los estilos tradicionales del quehacer de la prensa escrita, a la cual se asumía como inmodificable (toda nota informativa debía obedecer a descontextualizadores criterios de "objetividad" y, por supuesto, estar estructurada según el a veces útil, pero finalmente rígido, esquema de "pirámide invertida"). No había interpretaciones medianamente críticas sobre ese medio de comunicación.

Esa era la situación general en América Latina hasta que, hacia la segunda mitad de los años sesenta, comienzan a desplegarse

otros enfoques. Algunos autores de la región, con "Antonio Pascual, de Venezuela, y Eliseo Verón y los integradores del Instituto Torcuato di Tella en Argentina a la cabeza, empezaban a impugnar, ahora desde la óptica latinoamericana, las estructuras económicas, políticas o ideológico-culturales de dominación" ⁶ Estas aportaciones estimulan la discusión en centros académicos de nuestro país, aun cuando todavía faltaban algunos años para que las nuevas reflexiones se tradujeran en trabajos originales. A ese viento de renovación que llegó del sur se añadiría el auge que, en la investigación sobre comunicación, empieza a desplegarse en Europa. La obra pionera de Umberto Eco (su *Apocalípticos e Integrados* aparece en español en 1968) indica que el análisis de la comunicación puede ir más allá de la rigidez del estudio histórico, que merece métodos más amplios que el simple análisis de contenido y que, tomando ingredientes de la sociología, la ciencia política y la literatura, está en condiciones de ser original, tan atractivos como los versátiles medios de comunicación de masas. Trabajos como los de Jean Cazaneuve (cuya *Sociología de la radio y la televisión*, aparece en 1967), insisten en la pertinencia de un análisis que, lejos de complacencias, se inscriba dentro de las ciencias sociales. El implacable espíritu provocador del canadiense Marshall McLuhan demuestra que no hay más límites que la imaginación y la creatividad, para enfrentarnos al crecimiento de la comunicación de masas. Su trabajo *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre* (publicado aquí en 1969) suscita desconciertos, arrebatos y enconos, pero nunca indiferencias, con toda su dosis de agresividad y sarcasmo. Y sobre todo, desmitifica tanto a los medios como a los investigadores en torno a ellos. Será frecuente entonces que el análisis de la comunicación salte del salón de clases a las páginas de los diarios, de la cátedra a la trivía, de la discusión oral a la cultura visual.

Quienes a comienzos de los años setenta preparan tesis de licenciatura o se disponen a realizar posgrados en comunicación, no son ajenos a las transformaciones culturales que tienen lugar en México después de 1968 y no lo son, tampoco, a las nuevas tendencias que afectan el estudio de esta disciplina. En Europa, cobra auge el análisis de los discursos, desde los rígidos intentos de Abraham Moles (*La communication*, 1971) hasta las sofisticadas estructuras que diseñan Ferdinand de Saussure, (cuyo *Curso de lingüística general*, muchos comentábamos pero casi nadie entendía), o Roman Jakobson, Roland Barthes (desde sus *Elementos de Semiología*, 1971) sistematiza y traduce, a su gusto, algunas de esas aportaciones, para encabezar una inicialmente productiva y después, habitualmente

crítica corriente en el estudio de los mensajes. Primero por novedosos, luego por falta de crítica en torno a ellos y después por inercia, algunos de esos enfoques son trasladados a la docencia y la investigación mexicanas. Se comienza por el simple análisis de contenido siguiendo, sobre todo, a autores españoles como Juan Beneyto (*Teoría y técnica de la opinión pública*, 1961). Al mismo tiempo artículos como los de Julio del Río Reynaga o investigaciones siempre pioneras como las de María del Carmen Ruiz Castañeda, dan cuenta de la situación actual o de la historia de la prensa mexicana.

La comunicación comienza a ser asumida como un fenómeno cultural, a partir de la influencia de autores entre los que se cuenta Edgar Morin (*La industria cultural*, 1967). Dentro de esta nueva cultura, la función de las imágenes resulta indispensable y fascinante. Román Gubern (*Historia del cine*, 1971; *El lenguaje de los comics*, 1974), Cristian Metz (*Ensayos sobre la significación en el cine*, 1972), Gilo Dorfles (*Símbolo, comunicación y consumo*, 1972), y con un antimperialista sesgo latinoamericano, el venezolano, Ludovico Silva (*Teoría y práctica de la ideología*, 1971), se explayan en esa pasión por las imágenes, cinematográficas o impresas, que en México encuentra eco en obras como las de Irene Herner (*Tarzán, el hombre mito*, 1974, y *Mitos y monitos*, 1979). El cine de los años cuarenta y cincuenta, así como las historietas y fotonovelas, se vuelven temas frecuentes en tesis de licenciatura de universidades como la Nacional Autónoma y la Iberoamericana.

Al mismo tiempo, y todavía antes de la segunda mitad de los años setenta, una segunda vertiente analítica llega del extranjero para suscitar nuevas preocupaciones en la naciente investigación mexicana sobre los medios. La intensión por dar un sesgo distinto del comercial o "burgués" en la comunicación de masas, lleva a ensayar experiencias como las de la Unidad Popular en Chile y a que se reflexione sobre ellas en trabajos como los del Centro de Estudios de la Realidad Nacional en Santiago. Allí surgen ensayos como, destacadamente, los de Armand Mattelart (*La comunicación masiva en el proceso de liberación*, 1973), de Patricio Biedma (*La lucha ideológica en torno a la prensa en Chile*, 1973) o, cerca de ese colectivo, el texto de Camilo Taufic (*Periodismo y lucha de clases*, 1973). Invitaciones a subvertir la orientación tradicional de los medios, como las de Hanz Magnus Enzensberger (*Integrantes de una teoría de los medios de comunicación*, 1972), o búsquedas como las que confieren actualidad al mismo V.I. Lenin (cuyos textos sobre periodismo aparecieron reunidos en *La Información de clase*, 1973), a pesar de sus limitaciones políticas y su afán, espontaneísta, sugieren una nueva veta, atractiva por liberadora, en la investiga-

ción —y también la práctica— de la comunicación en México. Se comienza a hablar entonces de comunicación popular, de cine y prensa marginales, de periodismo comprometido más que objetivo. Los medios son “desmontados” en una operación similar a la que ocurre cuando se les analiza en tanto que productores de imágenes o como fábricas de sueños. sólo que en este caso con un afán claramente político, con signo de izquierda. Sin embargo, ese propósito clarificador experimenta un efecto paradójico. A los medios comerciales se les desmitifica, pero se comienza a erigir un nuevo mito: la comunicación alternativa. Años después, trabajos como los de Daniel Prieto Castillo (*Discurso autoritario y comunicación alternativa*, 1984) o Máximo Simpson (cuya antología *Comunicación alternativa y cambio social en América Latina*, 1981, no apareció completa) se ocupan por recuperar experiencias de comunicación en ese sentido, aunque más para ensalzar la “alternatividad” de algunos medios que para poner a discusión esa nueva terminología. Tales experiencias parecen todavía más necesarias frente al endurecimiento de la vida política en América del Sur. La persecución al trabajo académico y la militancia de izquierda en aquella región permite que, igual que en otras áreas de las ciencias sociales, el estudio de la comunicación en México se enriquezca con la presencia, aquí, de investigadores chilenos, argentinos, bolivianos o peruanos. Para entonces, la influencia del CEREN y sus investigadores había calado fuerte en México. La revista de esa institución, *Comunicación y Cultura*, editada inicialmente en Chile, y dirigida por Hugo Assman, Armand Mattelart y Héctor Schmucler, contaba en su colectivo de redacción con cuatro mexicanos: Raúl Cremoux, Hugo Gutiérrez, Froylán M. López y Carlos Monsiváis (cuya persistente disección de la cultura popular lo ha llevado a incursionar en el análisis de todos los medios, convirtiéndolo, desde el quehacer periodístico, en uno de los clásicos de la investigación sobre comunicación en nuestro país). Hacia 1975 y poco después, buena parte de los estudios sobre comunicación escritos en México, han sido elaborados por investigadores de otras nacionalidades. Esta aportación implica un empuje significativo, aunque por un tiempo se olvide a la comunicación propiamente mexicana. Apenas pequeños trabajos como los de Raúl Cremoux (*¿Televisión o prisión electrónica?*, 1974) o de Hugo Gutiérrez Vega (*Información y sociedad*, 1974), logran señalar algunas vetas originales para el conocimiento de las nuevas tendencias de la comunicación en México: la consolidación del monopolio privado en la televisión, la irresponsabilidad del Estado en el manejo de los medios, la primacía de valores mercantiles sobre el interés de la sociedad. Varias docenas de trabajos, fundamentalmente presentados como tesis de licenciatura e infor-

mes para acceder a ese grado, habrán de explorar los caminos de la "alternatividad" en los años siguientes: prensa sindical, radiodifusoras universitarias, comunicación campesina, teatro, caset y video alternativos constituyen la que, posiblemente, sea la principal tendencia de investigación entre los estudiantes de comunicación en la primera mitad de los años ochenta.

Para los investigadores profesionales, el afán de "ir al pueblo" llega a modificarse, después de 1978 aproximadamente, en un nuevo "ir a los medios". Les ha resultado suficientemente claro entonces, que sin demérito de las experiencias de comunicación popular, a los medios no se les puede cambiar de signo, ni nulificar, sólo con búsquedas alternativas. Ha sido evidente también, para entonces, que los medios masivos de México constituyen no sólo una pujante y adinerada industria, sino también, una compleja fuente de poder político. A desenmarañar sus estructuras, mensajes, programación y discursos, se dedican entonces los principales trabajos sobre comunicación que son, ahora, realizados por egresados de las escuelas de comunicación mexicanas. En 1975 Fátima Hernández Christlieb presenta su *Información colectiva y poder en México*; poco después Miguel Angel Granados Chapa comienza a ocuparse de la radio y la televisión, en ensayos que más tarde aparecerán en *Examen de la comunicación en México*, 1981, y en *Comunicación y política*, 1986. Autores como Florence Toussaint (en *Crítica de la información de masas*, 1981, así como en asiduas colaboraciones periodísticas), Alma Rosa Alba de la Selva (*Radio e Ideología*, 1982), Carola García Calderón (*Revistas femeninas*, 1980) o Regina Jiménez de Ottalengo (en artículos diversos sobre la prensa) dan cuenta de ese retorno a los temas de la comunicación mexicana y, al mismo tiempo, del nulo sexismo entre quienes estudian a los habitualmente sexistas y discriminatorios medios masivos. Es significativo que las dos primeras mesas directivas de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación —institución independiente fundada en 1979— hayan estado presididas por mujeres: Fátima Fernández y Beatriz Solís Leree.

Desde fines de los años setenta, los estudios mexicanos sobre comunicación asumieron temáticas muy variadas. Hay trabajos sobre desarrollos teóricos (como los de Jesús María Cortina), sobre historia de los medios (como la investigación de Fernando Mejía sobre la televisión comercial), sobre el marco económico y social en que se desenvuelven los medios (como los numerosos trabajos, que reiteran esa temática, de Javier Esteinou Madrid, entre los que está *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, 1983), estudios sobre públicos, especialmente infantiles como *Televisión y*

enseñanza media: el caso de la Telesecundaria, de Alberto Montoya y Ma. Antonieta Rebeil, 1983, o el trabajo sobre la violencia televisiva y su influencia en los niños, de Carmen de la Peza, 1977). Hay diagnósticos sobre cada medio (cine, prensa, radio, TV, agencias, etcétera) como los que se realizaron en 1982 por encargo de la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República, y que permanecieron virtualmente inéditos, o como la revisión encomendada por la UAM Xochimilco en 1986 y coordinada por Beatriz Solís y Pablo Casares.

En los años recientes también, han sido abundantes los estudios que se preocupan por conocer, y a veces diseccionar, las políticas gubernamentales de comunicación, obedeciendo en parte a una tendencia, en esa línea, generalizada en América Latina. Trabajos como los de Gustavo Esteva, Fátima Fernández o Miguel Angel Granados, han buscado no sólo explicar qué ocurre con los proyectos, o la falta de ellos, en el gobierno y el Estado mexicanos, sino además influir para que asuman una orientación más amplia, democrática si fuera posible. Se ha insistido en la pertinencia de que puedan afirmarse políticas nacionales (quizá con demasiado optimismo, porque lo más que existe, si acaso, son políticas gubernamentales) frente al poderío de los medios privados y sobre todo, ante la transnacionalización de influyentes espacios de comunicación. Esta vertiente en la investigación y discusión ha sido alentada, también, por el desarrollo de trabajos que documentan la excesiva concentración, en pocas manos y con intereses ajenos al país y a la región, de organismos como las agencias internacionales de prensa. Contribuciones como las que ofrecieron los investigadores del Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, avocados en México hasta 1984 u 85, fortalecieron esa actitud de estudiosos mexicanos, que a su trabajo académico han buscado añadir una orientación democrática.

En términos generales, la mayor parte de la investigación sobre medios sigue realizándose con ese tipo de preocupaciones, sobre todo en universidades, públicas y privadas. Hasta hace muy poco en el gobierno federal no se hacía de manera regular, investigación sobre medios. Por su parte, las empresas privadas de comunicación se han preocupado poco por estudiar la naturaleza de su trabajo, el único seguimiento regular que han tenido, es el análisis de mercados y públicos.

La existencia de nuevos sitios donde se estudia e investiga a la comunicación colectiva ha permitido la apertura de variadas líneas de trabajo. Sin embargo éstas, en muchas ocasiones, dependen más de intereses coyunturales, que de proyectos a largo plazo. En otro sitio hemos comentado que:

la trivía mas que la academia, las ganas de sentirnos contemporáneos de lo que estudiamos más que el diagnóstico científico de las necesidades nacionales, suelen determinar las prioridades en nuestras tareas de investigación y estudio. Y así, posiblemente no son el desarrollo de los medios, ni mucho menos del país, sino las 'modas' académicas, lo que establece nuestros temas para tesis de licenciatura o posgrado, o los títulos de coloquios y conferencias.⁷

En esa preocupación por ocuparse de los asuntos más vigentes los estudiosos de la comunicación ganan en actualidad, pero pierden en congruencia y continuidad, pues su trabajo se vuelve entonces fragmentario.

La atención de los estudiosos de la comunicación estuvo dirigida, entre 1977 y 1980, a la posibilidad, finalmente descartada, de que se reglamentara el derecho a la información. Ponencias, folletos, comparecencias y artículos periodísticos, bordaron en torno a esa demanda muchos investigadores compartían. Más tarde, proliferaron los textos de denuncia sobre los efectos de la radio, la TV y la prensa. Ya entrados los años ochenta, el tema principal fue la expansión de las nuevas tecnologías, fundamentalmente por la puesta en órbita de un satélite de comunicaciones mexicano. Y hacia 1985, el tema en boga comenzó a ser la regionalización, alentada por experiencias locales como las radiodifusoras étnicas o culturales, o los sistemas de televisión en algunos estados de la República. Ha podido decirse, en torno a esta supeditación a las modas, que si resulta cuestionable, es porque "al saltar de uno a otro asunto (hoy las antenas parabólicas, ayer la videocasetera, mañana el satélite continental) no estamos actuando de acuerdo con los nuevos y cambiantes desafíos de la comunicación, sino a la zaga de ellos, y eso redundante en ligereza en nuestro examen".⁸

Sobre las perspectivas de la investigación en comunicación es difícil border. Pero sí es posible señalar algunos rasgos de su condición actual.

1. La mayor parte es desarrollada por investigadores que, desde la academia, suelen asumir una posición crítica respecto de los medios comerciales, sean éstos privados o del gobierno. Esa perspectiva independiente, les da distancia para evaluar y juzgar.

2. Sin embargo, el hecho de que la mayor parte de los investigadores se encuentren alejados del trabajo profesional en los medios, los lleva a veces a sobreideologizar sus análisis, a menospreciar estilos y ritmos de trabajo en el campo profesional y a conformarse con informaciones escasas y superficiales.

3. La mayor parte de la crítica a los medios de comunicación

proviene de autores con vocación de izquierda, o contestataria. Sin embargo esa actitud no les ha ganado mayores auditorios y sí, en cambio, a menudo los confina a formas de expresión restringidas a los ámbitos académicos o, cuando mucho, a diarios y revistas de circulación escasa.

4. La investigación en comunicación ha tomado elementos de la sociología, la historia y la ciencia política. Es previsible que ese estudio sea cada vez más interdisciplinario porque tiene necesidad de apoyarse en la economía, e inclusive en especialidades ajenas a las ciencias sociales, como la ingeniería. Estas aportaciones la enriquecen pero, al mismo tiempo, le impiden tener un perfil propio, suficientemente diferenciado de otras áreas de investigación.

5. Igual que a todo lo demás, la crisis afecta a la investigación. Hay menos recursos para editar, distribuir y hasta para comprar libros, por ejemplo. Una reciente colección de cuatro volúmenes, indispensables para cualquier especialista en comunicación, cuesta casi tanto como media semana de trabajo de un profesor universitario.

6. La crisis también implica menos relaciones con el exterior, lo cual es paradójico para una disciplina que se ha forjado, precisamente, a fuerza de influencias del extranjero (primero de los E.U., luego de Europa, después de países latinoamericanos). No es seguro que la involución a que, en estos términos, obligan las condiciones recientes, se traduzca en un mayor nacionalismo o en perfiles más definidos para la investigación mexicana en comunicación.

7. Pero sí, en cambio, hay un interés creciente para investigar lo que ocurre *en* el interior del país, y *desde* allí mismo. Así como la descentralización y la regionalización de experiencias en comunicación ha sido objeto de la atención reciente de muchos investigadores, en provincia se comienzan a establecer (aunque con las naturales limitaciones) núcleos de estudiosos y hasta centros de investigación en toda forma, con líneas propias de investigación.

8. Las carencias se advierten también en la falta de información confiable y suficiente. La mayor parte de las empresas privadas de prensa, radio y TV, acostumbra cerrar sus puertas —literalmente— a los investigadores universitarios. Algo similar ocurre, aunque con menos frecuencia, en los medios que son propiedad del Estado. La confusión y/o duplicidad en la información sobre medios en México, es asombrosa. Suelen existir discrepancias en los pocos datos disponibles en una y otra dependencia gubernamental, o entre éstas y los medios de propiedad privada.

9. El mismo desinterés hacia un conocimiento científico de qué hacen los medios de México, se advierte en las organizaciones sociales y políticas más significativas. Partidos, sindicatos y agrupaciones

profesionales no han ubicado todavía la problemática de los medios entre sus prioridades a pesar de que, de una y otra forma, les afecta significativamente.

10. La dispersión en la investigación, la ausencia de información suficiente y la todavía sensible falta de interés social sobre esta problemática, ha limitado las posibilidades de intercambio y discusión para los investigadores de los medios. Es notable, entre otros indicadores posibles, la falta de publicaciones sobre comunicación colectiva en México. Hace tres lustros, existía la revista *CS* que editaba la escuela Carlos Septién. Poco después apareció la revista *Cuadernos de Comunicación*, editada por el publicista Eulalio Ferrer, y que ahora ha tenido que transformarse en anuario. Esporádicamente, la FCPS ha editado series de *Cuadernos* como parte de las tareas de su carrera de Comunicación. La revista *Comunicación y Cultura*, fundada en Chile, tuvo que emigrar a México en donde recibió el patrocinio de la UAM-X pero a pesar de su notable calidad, dejó de aparecer. La revista *Connotaciones* de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, desapareció en 1983. Los únicos esfuerzos constantes de información y sistematización se mantienen en pequeños centros como el TICOM de la UAM-X y el centro de documentación del CONEICC, en el ITE-SO Guadalajara. Sigue haciendo falta una publicación especializada en comunicación, así como las hay en economía, sindicalismo, administración pública, relaciones internacionales o tantas otras disciplinas.

La investigación en comunicación avanza, advirtiendo a veces, y a veces no, sus muchas carencias, lugares comunes, simplismos y hábitos. Decir que los investigadores de la comunicación se dejan llevar más por las modas que por las prioridades académicas o nacionales, se está convirtiendo en una moda más.

Notas

¹ Alejandro Avilés, "La enseñanza del periodismo", en *Comunicación Social* No. 6, Preparación profesional. Foro de Consulta Popular sobre Comunicación Social, México, 1983, p. 205.

² Jorge Carpizo, *Fortaleza y debilidad de la UNAM*, documento presentado al Consejo Universitario en abril de 1986.

³ Raúl Fuentes Navarro, "El papel de la investigación dentro de la enseñanza de la comunicación en México", *Estudios del Tercer Mundo*, Col. 3. CEESTEM, septiembre de 1980, p. 132.

⁴ Beatriz Solís, "Notas sobre la enseñanza de la comunicación", *Connotaciones* No. 4, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, abril 1983, pp.

59-60.

⁵ Manuel Corral Corral, *La ciencia de la comunicación en México: origen, desarrollo y situación actual*, Cuadernos del TICOM, UAM Xochimilco, Julio de 1982, p. 74.

⁶ *Ibid.*, p. 71

⁷ Raúl Trejo Delarbre, "La sociedad Televidente", *La Jornada Semanal*, 25 de mayo de 1986.

⁸ *Ibid.*