



Galería de Papel. Susmar Pifiango Pinto. 2004.

# La investigación de la comunicación en México

## I. ENTRADA: LO QUE PUEDE DOCUMENTAR EL PESIMISMO

Los objetivos que persigo con este trabajo son hacer algunas inferencias sobre el estado de la investigación de la comunicación en México, lo que evidentemente guarda estrechas relaciones con el estado de la región, pero justamente intentaré explicitar algunas de esas relaciones. Parto de aceptar que un mapa completo de la investigación en México (no digamos en la región compleja) es prácticamente imposible, entre otras razones porque no existen los recursos como campo académico nacional que permitan realizar tal empresa.

El principal recurso con el que contamos en México para hacer tal labor de sistematización y organización del campo académico es sin duda la base de datos CONEICC<sup>1</sup> y las de Raúl Fuentes Navarro (1988, 1995, 2003). La empresa la inició en 1983 con la fundación del Centro de Documentación CONEICC; en 1988 con la publicación de *La investigación de Comunicación en México, sistematización documental 1956-1986*, donde se recopila las referencias de estudios sobre la comunicación en Comunicación; unos años después (mediados noventa) la base de datos de CONEICC<sup>2</sup> alcanzaba los 8000 documentos. En el campo académico de la comunicación son ampliamente conocidos sus libros y su inusitado esfuerzo por hacer este agrupamiento que se remonta antes de la saga de publicaciones que le caracterizan. Muy recientemente en el último encuentro CONEICC (Guadalaja-

*Tanius Karam inicia su repaso sobre la investigación en comunicación en México deteniéndose en la labor de institutos o personas que han realizado algún tipo de sistematización e indización de los conocimientos. Es el caso del Consejo Nacional para el Estudio e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, y de los registros del profesor Raúl Fuentes Navarro en el ITESO de Guadalajara. Una de las reflexiones que apunta Karam es que en la investigación en México ha predominado los textos ensayísticos antes que la presentación de "datos duros", incluso lanza el autor una provocación, anunciada desde los títulos, al advertir que varios directores o coordinadores de mesas y líneas de investigación de importantes organismos internacionales (ALAIC, ICA, AIERI), más que investigadores, son "notables ensayistas".*

■ Tanius Karam

ra, octubre 2003), Fuentes Navarro presentó su base de datos electrónica, la cual recupera el trabajo de sus textos y presenta la ventaja de su constante actualización. Esta base agrupa hoy día más entradas que la suma de sus tres libros sobre sistematización, entre otras razones porque su actualización es mucho más rápida que la editorial.

Al margen de las críticas de las que esta base puede ser objeto, de sus limitaciones o sesgos, de sus imprecisiones conceptuales, nos parece un esfuerzo muy valioso, justamente por su unicidad; si bien se pueden hallar muchas inconsistencias conceptuales<sup>3</sup>, no puede obviarse el monumental esfuerzo de este investigador. Por fortuna existe aparte de sus publicaciones una base electrónica de datos que puede consultarse en <http://docu.gdl.iteso.mx/cc-doc/> en donde se encuentra también un pequeño porcentaje de la muestra en documentos impresos.

Anuario CONEICC	Año	Total textos
I	1994	13
II	1995	10
III	1996	9
IV	1997	11
V	1998	8
VI	2000	12
VII	2001	12
VIII	2001	11
IX	2002	20
X	2003	17
XI	2004	30
		(aprox.)

Otro lugar para realizar la investigación imposible del todo en la comunicación sería la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), pero por desgracia no cuenta con información sistematizada, lo cual forma una característica del campo académico de la comunicación. La AMIC ha funcionado más como una red interindividual de investigadores (sobre todo de la UNAM) que se hacen visibles en determinadas coyunturas. Si bien no existe un recuento de sus XXV congresos, de manera reciente han comenzado un proyecto de publicación periódica de sus encuentros, que pue-

“

**Hay que resaltar que en las visiones extensas sobre la comunicación en México hay mucho de ensayismo libre; poco datos duros. Un gran pendiente del campo académico de la comunicación mexicana tendría que ser formar estos sistemas de información que permitan conocer con menos incertidumbre la complejísima gama de orientaciones, estudios, temas, preocupaciones.**

”

den ayudar a dar una idea de la gama de intereses que privan en varios investigadores, es por ello que al final de nuestro trabajo hacemos una breve mención a éstos.

Otro espacio que puede aprovecharse dentro de las publicaciones del CONEICC es su anuario, como una muestra empírica de lo que se publica y una mirada sobre lo que los investigadores realizan y piensan. Estos anuarios son la evidencia más empírica que podemos encontrar en este Consejo para ofrecer algunas líneas sobre lo que interesa a los investigadores de la comunicación en México. Desde hace 11 años el CONEICC edita anualmente un Anuario que es quizá el principal texto académico nacional. Recientemente al conversar con el editor de sus dos últimos números, profesor Bernardo Russi, comprobábamos la manera como los números van aumentando; según me ha dicho quedaron para la edición 11 decenas de ensayos y trabajos fuera. En el siguiente cuadro sintetizamos y actualizamos esta información (Cf. Gómez Vargas 2003: 11)

Iniciamos nuestro trabajo con esta mención porque hay que resaltar que en las visiones extensas sobre la comunicación en México hay mucho de ensayismo libre;

poco datos duros. Un gran pendiente del campo académico de la comunicación mexicana tendría que ser formar estos sistemas de información que permitan conocer con menos incertidumbre la complejísima gama de orientaciones, estudios, temas y preocupaciones. Sabemos que está creciendo el campo; cada vez hay más personas y profesores escribiendo sobre temas muy diversos; en ocasiones hay repeticiones de temas y hasta de resultados sin que los investigadores se enteren de tal situación.

## 2. CON LA VENIA DEL LECTOR

### 2.1) Una visita rápida a una noción extensa de la comunicación y de sus objetos (reales y posibles) de estudio

Existe un cierto consenso de que la comunicación no es ciencia, sino al menos una disciplina, un área de estudio, un saber más o menos especializado que tiene en la psicología social y la sociología política sus parientes más cercanos, aun cuando las ciencias del lenguaje, la sociología cultural y la antropología también demandan algún tipo de parentesco en este saber. Esta actitud nos parece la más honesta como la que coloca Sánchez Ruiz en el artículo sobre la investigación latinoamericana. El objeto de estas líneas no es profundizar ese debate epistemológico sobre el que hay escritos ya varios libros<sup>5</sup>, pero es inevitable hacer alguna mención cuando de investigación se trata, porque de acuerdo a la construcción conceptual que se haga, será proporcional al propio estado, a sus rutas de itinerarios, y servirá como elemento comparativo para juicios que se puedan emitir.

Si bien están los medios como realidad empírica, fenómenos sociales popularizan y organizan el campo institucional en torno al cual se agrupan un epíteto de términos (comunicación, información, publicidad, desarrollo humano...), éste es tan solo una primera fundación que se da entre 1930 y 1960. En la segunda mitad del siglo se fortalece la circulación académica de la noción de comunicación; los medios al acaparar la noción olvidan lo dicho antes (y mucho antes) por filósofos, humanistas, ingenieros, biólogos y se constriñen a los fenómenos sociales de la mediación colectiva. En los primeros programas de estudio que aparecen (sobre todo en las carreras que surgen después de la propuesta de la CIESPAL a principios de los sesenta y de manera señalada la propuesta de la Universidad Iberoamericana de

1960) hay un guiño hacia la propuesta más amplia que hacía la CIESPAL. En estos proyectos y propuestas, en el diseño propio de las carreras que pululan en todo el territorio de la región, no hay una política consistente con relación a la investigación, sus prácticas y modos de relación con el conjunto de la vida social. No es casual que hasta hoy se siga hablando de la división teoría-práctica, la desarticulación de mundo académico y social y demás fenómenos que son rezagos de esos problemas de origen.

Si partimos de que la comunicación apela muchos procesos cobijados en sus nombres (al grado de la más amplia equivocación), la salida mediática lejos de ser satisfactoria, redundante en remedo epistemológico de poca monta y limitada perspectiva; es obvio decir que este debate más amplio se ha dado por mucho, lejos del campo académico de la comunicación (y quizá a los denominados “comunicólogos” poco importa). De cualquier forma aceptamos con Galindo (2003) hablar que —ésta es tan solo la “primera fundación—: la del saber mediático sobre todo en EE.UU. entre 1930 y 1960.

La segunda fundación de la comunicación como ciencia: que parte de los fenómenos de interacción, las formas de la vida social, relaciones humanas; se abre la veta a la comunicación humana como interacción social y que cubre desde lo interpersonal hasta lo colectivo; el lugar canónico de este encuentro va ser la “Universidad Invisible” (Cf. Winkin, 1990) y la pléyade de investigadores, teóricos con Bateson a la cabeza, que lejos del campo de los medios ofrecen una primera mirada sistémica aplicada a los estudios de comunicación. Palo Alto es el punto de cristalización de otros proyectos que pueden encontrarse en el camino y que tienen pertinencia desde nuestra perspectiva para los estudios de comunicación: el interaccionismo simbólico (las obras sobre todo de Park quien era periodista y Mead, más filósofo que sociólogo), la micro-sociología de Goffman, la cibernética y sus aplicaciones a las ciencias sociales y los enfoques interpretativos que vienen como aplicaciones en primer lugar de la fenomenología social. Lo interesante de esta “segunda fundación” es su empeño mucho más ambicioso que la “primera”, de autores como G.H. Mead, G. Bateson, quienes ven la comunicación no como una disciplina sino como la “ciencia de ciencias” para conocer la manera como se configura y estructura lo real. En ese sentido la aspiración de una ciencia de la comuni-

66

**La comunicación como campo académico se ha visto principalmente configurado por dos momentos, nodos de organización distintos entre sí: la comunicación y los estudios culturales, los cuales coinciden en tiempo a las fundaciones pero no se identifican a ellas, salvo en el primer caso**

99

cación<sup>6</sup> tiene en estos dos autores una amplísima posibilidad que queda por explorar en nuestro campo académico.

La comunicación como campo académico se ha visto principalmente configurado por dos momentos, nodos de organización distintos entre sí: la comunicación y los estudios culturales, los cuales coinciden en tiempo a las fundaciones pero no se identifican a ellas, salvo en el primer caso. La psicología social y la sociología política crean una tradición de gran importancia para los estudios (quizá la mayor) que se remite al estudio de los efectos psico-sociales de los medios; en esta perspectiva incluimos los estudios de la tradición funcionalista estadounidense, pero también las variedades y modos que han surgido desde otras perspectivas que tienen esta preocupación parecida. En ambos casos, “fundaciones epistémicas” y “organizadores del campo”, se dan los medios como centro y origen. Galindo (2003b) sugiere la imagen de una dona que tiene al centro el estudio de los medios (principalmente psico-sociales y socio-políticos) y después el gran poder aglutinador de los estudios culturales (EC) que tiene muchos objetos, se podría que casi todo les llama la atención; si bien surgen con énfasis en lo local su vocación es de generalización sobre las condiciones de construcción de la vida social y simbólica de los actores que comparten

los fenómenos de lo transnacional, lo internacional, lo multinacional. Los EC son en sí mismos un archipiélago que toca lo mismo los medios y la comunicación mediática que los jóvenes, las mujeres, las minorías, los movimientos sociales; en su ambición abarcadora quiere establecer diálogos y correspondencias con la historia, la globalización, la estética y la ecología.

En suma que el primer triángulo para un estudio extenso de la comunicación lo formarían los medios (con todo lo que significa y cabe, en sus versiones y modos, sus trayectorias, objetivos o efectos a estudiar a nivel micro, medio o macro social), el mundo de las relaciones humanas (terapias, relaciones cara-cara, comunicación grupal, interacción, metodologías de participación grupal, redes, etc.) y los estudios culturales (y su serie de aplicaciones a los estudios de comunicación, que no se reducen por cierto a los medios).

Este debate no nos parece menor toda vez que la investigación se ve alimentada de la reflexión teórica previa, aun cuando no se queda en ella. De este debate emana un programa, unas líneas, unas preocupaciones, una actitud, unas herramientas, unos modos para mirar, entender e intervenir el mundo (físico, simbólico...). Para Lozano (1996: 13-16) la teoría de la comunicación en nuestra región tiene asignado un papel clave en la respuesta a interrogantes sobre el objeto de estudio, la aplicación académica, la definición de la investigación, las dimensiones sociales (participación e intervención) de la misma; la teoría es el punto de encuentro (y desencuentro) de análisis de los procesos de comunicación desde las diversas corrientes y enfoques; el lugar donde se explicita y aclara las formas de convivencia del “inter”, “multi” y “trans” disciplinario.

## **2.2) Sin ánimo de provocar: Breve nota sobre el término “investigación”**

Junto a esta palabra la propia actividad de la investigación pide ser definida. Si bien es un término no tan equivocista como el de comunicación, la experiencia en la práctica docente nos ha hecho en no pocas ocasiones recordarla y precisarla como algo distinto a la mera certificación, al trabajo de tesis como tal o a varios sustitutos que el mundillo universitario (de manera señalada en las universidades privadas aunque no es privativo de ellas) ha inventado para incentivar la titulación. Una de estas confusiones que escuché en una universidad es entender la “investigación

ción” como sinónimo de la demostración o presentación de un trabajo que evidencia la competencia sobre algo. No es aquí el espacio para analizar este problema en profundidad, que por otra parte tiene sus antecedentes en la propia historia del campo académico, pero lo señalamos como otro síntoma de la confusión que priva en no pocas instituciones de lo que es la investigación como proceso de construcción de conocimiento, como práctica social y requisito para certificar que un estudiante que ha pasado por las aulas 4 ó 5 años es apto para algo.

Estos equívocos se extienden de manera menos inocente sobre notables ensayistas, escritores que encabezan los podium en organizaciones (regionales o internacional) de investigadores de la comunicación; pero que no son “formalmente” investigadores si por esto quiere decir la elaboración de una serie de operaciones fundamentales en la definición de dicha actividad intelectual. Es el caso de notables ensayistas que escriben sobre lo que leen, pero que en su vida han hecho una entrevista, una etnografía y no digamos un grupo de discusión o una en-

cuesta, analizado un gráfico (o menos producirlo). Autores con decenas de textos, caracterizados por una gran comunicabilidad, claridad en las ideas, habilidad para auto citarse o parafrasear el pensamiento de otros (por lo general sus amigos) y unas estrategias expositivas que no siempre abundan en la producción académica del campo. En oposición no se encuentra en ninguna página de esos amplios trabajos algún producto o referencia a una investigación; sí en cambio, la libre opinión, el ensayismo literario, juicios más o menos bien articulados, estructurados.

Con todo esto no queremos decir que estos autores y los trabajos que producen no puedan aportar y dar luz sobre el estado de la investigación y la teoría en comunicación, como de hecho ha sucedido en algunos casos. ¿Quién no haya hecho trabajos con extracción de datos de la realidad no es investigador? No es una frontera rígida: el ensayo puede dar luces para preguntas que se hace el investigador, y esta actividad alimenta el trabajo del ensayista. Escribir, ensayar, investigar son actividades intelectuales que pueden dife-

renciarse por sus métodos y modos aproximación, por el discurso que emana, las redes donde circulan sus trabajos, así como los modos de consumo y apropiación por parte de las comunidades interpretantes de usuarios. En principio también el término “investigador” no designa un estatuto de ser humano, es un modo de hacer preguntas y encontrar respuestas, soluciones o alternativas a lo que se plantea. Las investigaciones son trabajos que por lo general siguen ciertos modos y estructuras, es posible identificar operaciones discursivas, mediante procedimientos que producen un discurso auto referencial, en extremo articulado, y aún cuando puede ser producto solamente de opiniones sueltas, o inferencias; la investigación quiere remitir a un conjunto de pasos medianamente ordenados y sistematizados que han sido extraídos-construidos de la realidad social. No todo trabajo abultado e informado es una investigación. El sentido del comentario quiere guardar un poder a la tendencia de llamar a todo investigación, o bautizar seminarios avanzados como “de investigación” o pensar que toda

Gráfico 1

ALAIC	ICA	AIERI
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comunicación, Tecnología y Desarrollo</li> <li>2. Comunicación y Ciudad</li> <li>3. Comunicación Política y Medios</li> <li>4. Economía Política de las Comunicaciones</li> <li>5. Estudios de Recepción</li> <li>6. Estudios sobre Periodismo</li> <li>7. Ética y Derecho de la Comunicación</li> <li>8. Folkcomunicación</li> <li>9. Comunicación y Educación</li> <li>10. Comunicación y Salud</li> <li>11. Discurso y Comunicación</li> <li>12. Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas</li> <li>13. Comunicación Publicitaria</li> <li>14. Historia de la Comunicación</li> <li>15. Medios Comunitarios y Ciudadanía</li> <li>16. Telenovela y Ficción Seriada</li> <li>17. Teorías y Metodologías de la Investigación en Comunicación</li> <li>18. Internet y Sociedad de la Información</li> <li>19. Comunicación Intercultural</li> <li>20. Comunicación y Estudios Socioculturales</li> <li>21. Medios de Comunicación, Niños y Adolescentes</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistemas de información</li> <li>2. Comunicación Interpersonal</li> <li>3. Comunicación Masiva</li> <li>4. Comunicación Organizacional</li> <li>5. Comunicación Intercultural y Desarrollo Comunitario</li> <li>6. Comunicación y Salud</li> <li>7. Filosofía de la Comunicación</li> <li>8. Comunicación y Tecnología</li> <li>9. Comunicación Popular</li> <li>10. Relaciones Públicas</li> <li>11. Estudios de Género</li> <li>12. Aspectos legales y políticos de la comunicación</li> <li>13. Lenguaje e Interacción Social</li> <li>14. Comunicación Visual</li> <li>15. Estudios sobre estudios de trans-género (Gay, lesbianas, bisexuales)</li> <li>16. Comunicación Intergrupala</li> <li>17. Estudios de Periodismo</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Audiencia y Estudios de Recepción</li> <li>2. Comunicación comunitaria</li> <li>3. Género y Comunicación</li> <li>4. Historia</li> <li>5. Comunicación Internacional</li> <li>6. Red de jóvenes (estudiante, profesores)</li> <li>7. Aspectos legales</li> <li>8. Medios y Deporte</li> <li>9. Investigación de la Educación para los medios</li> <li>10. Investigación de comunicación participativa</li> <li>11. Grupo de investigación en comunicación política</li> <li>12. Economía política</li> <li>13. Educación</li> <li>14. Psicología y opinión pública</li> <li>15. Tecnología y políticas de comunicación (<i>grupos de trabajo</i>)</li> <li>16. Comunicación y SIDA</li> <li>17. Diáspora y Medios</li> <li>18. Digital Divide</li> <li>19. Medios ambiente, ciencia y comunicación de riesgos</li> <li>20. Políticas europeas para redes de radio y televisión</li> <li>21. Políticas globales sobre medios</li> <li>22. Salud, tecnología y comunicación</li> <li>23. Grupos islámico sobre medios</li> <li>24. Medios, religión y comunicación</li> <li>25. Análisis de productos mediáticos</li> <li>26. Cultura popular</li> <li>27. Comunicación intercultural y medios después del socialismo</li> </ol>

“tesis” de grado por el hecho de serlo cumple el estatuto de investigación. Creemos que muchos trabajos presentados en coloquios de investigadores o encuentros son básicamente ensayos, no investigaciones. Esto de suyo no es malo, sólo que hay que saberlo para no caer en el error de nombrar a toda investigación (como a todo se le nombra comunicación sin mediar análisis alguno), por el solo hecho de citar algunas fuentes o remitir a algunos datos. Este debate tal vez no resuelva el entuerto y las divisiones, los sutiles modos de intercomunicación que hay entre la investigación conceptual y la aplicada. De manera rápida aceptamos con Ortega y Gasset la idea de que el ensayo es la ciencia menos la prueba explícita; queremos ver en esta “prueba” la diferencia sutil y delicada en ocasión entre estos dos modos de escribir y pensar, de analizar y reflexionar.

Tal vez más de uno salte de su silla ahora para increpar la provocación que aspira solamente a la manera del viejo método fenomenológico “poner comillas” sobre lo sabido para cuestionar y extraer una nueva perspectiva. Ahora bien no es objeto de este trabajo extender la gama de matices que hay sobre el propio concepto de ensayo a lo que suele colgarse de manera desenfadada títulos, adjetivos y definiciones de manera que para cualquier cosa con frecuencia los profesores solicitamos a los estudiantes, “hagan un ensayo”, sin mucha precisión de lo que eso quiere decir.

Coincido con la idea de que la Licenciatura en Comunicación no tiene que formar investigadores, sino promover la formación de personas comprometidas con el conocimiento, con su comunidad y de aquí es que puede surgir una manera para indagar y responder, para trabajar y organizar antes del mundo exterior, el propio universo de lo personal y cotidiano. Esta ha sido una típica pregunta de un campo tibio y mezquino, que se ve a sí mismo (lo cual, tenemos que matizar, no es malo del todo); el problema es el exceso, la parálisis; que el resultado de tanta visita al ombligo<sup>7</sup> siga siendo la vaguedad conceptual.

### 3. ¿QUÉ ES INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN? PRIMER ACERCAMIENTO DESDE LAS ORGANIZACIONES INTERNACIONALES DE COMUNICACIÓN

Como método de trabajo partamos para realizar este mapa, estado del arte o agrupación de algunos temas de lo que viene ya operando en algunas organizaciones

## Sistematización 1956-1986

Descriptor	Categoría	000	%
<b>TAXONOMÍA DE DOCUMENTOS</b>	Investigación de la comunicación	154	17.5
	Política de comunicación	133	15.1
	Planificación y administración de la comunicación	306	34.9
	Personal de la comunicación	143	16.3
	Capacitación del personal de comunicación	96	10.9
	Sociología de la comunicación	298	33.9
	Psicología de la comunicación	68	7.8
	Procesos de comunicación	203	23.1
	Medios de comunicación	553	63
	Tecnologías de comunicaciones	31	3.5
	Industria de las comunicaciones	113	12.9
Usuarios de las comunicaciones	283	32.3	
<b>DE LOS USUARIOS (32.3% DEL TOTAL) POR ACTORES Y SECTORES SOCIALES</b>	Instituciones	113	12.9
	Campesinos	57	6.5
	Sectores populares	31	3.5
	Niños	31	3.5
	Jóvenes	15	1.7
	Trabajadores	14	1.6
	Indígenas	14	1.6
	Mujeres	8	0.9
<b>DE LOS MEDIOS (26% DEL TOTAL)</b>	Medios en general	228	26
	Prensa	108	12.3
	TV	108	12.3
	Radio	41	4.8
	Cine	35	4.0
	Historietas, fotonovelas	22	2.5
	Teatro	5	0.6
	Fotografía	3	0.3
	Audiovisuales	3	0.3
<b>EN CUANTO A LAS FUNCIONES SOCIALES ESTUDIADAS (15.6 DEL TOTAL)</b>	Educación	143	
	Política	133	
	Organización	80	
	Campañas sociales	73	
	Información	63	
	Desarrollo Rural	49	
	Promoción popular	41	
	Publicidad	37	
	Propaganda	13	
	Relaciones Públicas	3	

internacionales. Tomamos como salida las divisiones de los grupos o áreas de investigación o trabajo que existen ya en algunas organizaciones internacionales de comunicación. Si vemos los grupos de trabajo (GT), divisiones y secciones, equipos de proyectos de investigación que aparecen en las páginas de Internet por parte de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), la *Internacional Communication Association* (ICA) (<http://www.ichdq.org/divisions/>) y la Asociación Internacional de Investigadores de la Comunicación (AIE-RI) (<http://www.iamcr.net/>). La lectura de sus grupos y temas que ya funcionan y gozan de cierta articulación las resumimos en el primer gráfico.

Los listados como tal no son homogéneos en su interior, tienen pliegues y evidencian unos determinados intereses que pueden ser producto de las trayectorias propias, la historia de la organización, la propia evolución de sus grupos en relación con su peso institucional. Los grupos además no se excluyen y en ocasiones se repiten o mejor dicho se redefinen, se acercan a temáticas que pueden ser parecidas o cercanas pero que gozan de redes personales e institucionales que les dan consistencia. De la misma forma existen claramente aspectos presentes en una asociación que no se encuentran más que subsumidos en una categoría más amplia, como el caso de los estudios sobre religión que hay en AIERI y no hay en ALAIIC.

En cuanto las constantes en las tres organizaciones vemos en primer lugar las referencias políticas de los medios y a las tecnologías de información (Internet, tecnología, sistemas de reinformación, políticas de comunicación) la cual es sin duda una de las más difundidas y de mayor preocupación desde hace varios lustros. Encontramos referencias a las dimensiones comunitarias, participativas de la comunicación que se nos antojaría más extensa pero que no forman un núcleo denso. Otro tanto sucede con los Estudios Culturales, aparecen vestidos con distintos nombres y aspectos (estudio de recepción, audiencias, cultura popular, comunicación y estudios socio-culturales) y explican cómo se han convertido en organizadores del campo académico. Nos llama gratamente la atención que el área de comunicación y salud se halle presente de forma clara en las tres organizaciones, como un vector importante de lo que en los ochenta se denominada genéricamente "comunicación y desarrollo" (presente pero asociado a otros descriptores como en GT1 de ALAIC).

Si relacionamos el cuadro con lo que hemos llamado con Galindo "la segunda fundación" de la comunicación, vemos que su presencia es mínima, sólo ICA tiene un grupo ex profeso de interacción asociado a estudios del lenguaje e interacción social. En cambio los cuatro grandes centros de interés para los Estudios Culturales (jóvenes, género, minorías, movimientos sociales) se encuentran representados de diverso modo y forma.

#### 4. PRIMERA MIRADA SOBRE MÉXICO: UNA LECTURA DE LA SISTEMATIZACIÓN DE FUENTES NAVARRO

Como señalamos, tenemos las tres obras publicados por el investigador del ITESO en la ciudad de Guadalajara, que nos ofrece, sobre todo en sus cuadros y estudios introductorios a dicha sistematización, elementos para el debate. En el primer trabajo (Fuentes 1988) la muestra es de 877 documentos; en la segunda sistematización 1019 fuentes documentales; y para la más reciente 1661 referencias; en total son más de 3500 lo que supone un promedio anual (entre 1956 y 2001) de 77.3 obras. El descriptor se encuentra tomado de lo que el propio Fuentes Navarro señala en los cuadros que coloca en los estudios introductorios que acompañan a cada una de las tres ediciones. Los porcentajes lo hemos colocado (o dejado de hacerlo) cuando el propio autor así lo hace.

### Sistematización 1986-1995

Categoría	Descriptor	000	%
POR TEMAS-OBJETO DE ESTUDIO (MEDIOS DE COMUNICACIÓN)	Televisión	207	
	Medios de comunicación en general	197	
	Radio	93	
	Nuevas tecnologías	81	
	Prensa	57	
	Cine	49	
	Lenguaje	15	
	video	13	
	Música	11	
	Revistas	8	
	Otros medios	22	
POR TEMAS OBJETOS DE ESTUDIOS (QUE NO SEAN MEDIOS)	Investigación de la comunicación	92	
	Políticas nacionales	77	
	Curriculum en comunicación	42	
	Culturas populares	24	
	Movimientos sociales	23	
	Ciudad / culturas urbanas	20	
	Discurso político / oficial	14	
	Culturas indígenas	11	
	Bandas juveniles	9	
	Culturas campesinas	9	
	Otros objetos	49	
POR MARCOS DE INVESTIGACIÓN	Sociológico	381	37.4
	Comunicacional	158	15.5
	Estructural	82	8
	Histórico	81	8
	Educacional	71	7
	Otros	58	5.8
	Antropológico	56	5.5
	Político	29	2.8
	Metodológico	27	2.6
	Semiótico	26	2.5
	Epistemológico	25	2.5
	Económico	14	1.4
	Literario	11	1.1
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN (228 /1019 TRABAJOS)	Análisis de contenido	62	
	Encuestas	46	
	Etnografía	23	
	Sistematización documental	22	
	Análisis semiótico	15	
	Observación participante	14	
	Análisis del discurso	12	
	Biografía	12	
	Diagnóstico	9	
	Entrevistas	6	
	Análisis comparativo	3	
	Diseño experimental	3	
	Histórico-estructural	2	
Hermenéutica	1		
Prospectiva	1		
FASES O PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN ESTUDIADA (767 / 1019)	Instituciones	348	
	Infraestructura	7	
	Producción	60	
	Mensajes / Discursos	163	
	Circulación	25	
	Recepción	164	

## Sistematización 1986-1995 (Continuación)

Categoría	Descriptor	000	%
GÉNEROS COMUNICATIVOS FUNCIONES SOCIALES INVESTIGADAS (608/1019)	Educación / socialización	147	
	Identidad cultural	98	
	Política	61	
	Regionalización	55	
	Información noticias	45	
	Información electoral	30	
	Información impacto Tratado de Libre Comercio	27	
	Telenovelas	24	
	Consumo / difusión cultural	21	
	Publicidad	21	
	Recepción crítica	19	
	Entretenimiento	15	
	Organización social	12	
Otros	33		
SUJETOS DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACIÓN (935 / 1019)	Sistemas / Instituciones medios	363	
	Academia	226	
	Estado / gobierno	93	
	Audiencias de medios	65	
	Universidades	44	
	Niños	44	
	Jóvenes / adolescentes	19	
	Escuelas	16	
	Familias	13	
	Cineastas	11	
	Estudiantes universitario	11	
	Otros	42	

De la misma manera el descriptor no siempre atiende a la totalidad de la muestra, de hecho se hace cuando la fuente indexada lo señala, lo que permite precisión en algunos aspectos, pero inserta un sesgo para generalizaciones más amplias de la muestra.

Existen muchas posibilidades para analizar esta información. Si bien extensa, la lista por sí sola es descriptiva y ofrece luces para comentar lo que ha interesado a los investigadores mexicanos. Insistimos en no dar un valor absoluto a estos datos toda vez que el mismo lector comprobará algunas imprecisiones, sin embargo, es lo más estructurado que existe en el campo académico mexicano, lo que algunos países de la región de hecho no tienen. La lectura puede ser tanto sincrónica como diacrónica. Fuentes Navarro por desgracia para los objetivos de este cuadro y artículo ha ido cambiando sus propios descriptores, por lo que no es sencillo hacer una lectura transversal, de cualquier manera algunas cuestiones alcanzan a identificarse en cuanto temáticas, métodos y perspectivas. La suma integrada de los descriptores hace un listado de lo más completa para identificar variantes y formas en su dimensión sincrónica y diacrónica; la manera como ciertos temas se inscriben con fuerza en la agenda nacional de

investigación (el caso del acuerdo comercial con Canadá y EE.UU. a principios de los noventa) o bien la manera como algunas categorías (por ejemplo los estudios socio-culturales) se despliegan en otros y completan la reflexión que una comunidad hace.

De forma muy esquemática vertimos algunas observaciones, cada una de ellas desprende ejes de discusión y pediría muchos más detalles; pero como notas que se proponen en estas líneas, son eso, ideas más o menos sueltas para un debate mayor y para ser cotejado con lo que en otros países de la región sucede:

a) En cuanto al tipo de usuario, sujeto de investigación, la base de datos confirma una obviedad: la supremacía de los medios en tanto instituciones sociales como entidad social de mayor interés. El tema central de estudios de la comunicación son los medios; cabe señalar que ha habido otros objetos no mediáticos que han ingresado; en los ochenta pareció que el ámbito de comunicación organizacional podría desplazar la investigación mediática. Ha crecido, es un tema recurrente, pero no alcanza en la preferencia de los investigadores mexicanos a los medios. De los medios tradicionales de comunicación (prensa, TV, cine y radio), éste último

es sobre el que menos trabajos existen en comparación con los otros medios.

b) En cuanto al estudio de los medios (por citar un descriptor) lo que más ha prevalecido son las menciones generales. De la primera a la segunda sistematización la TV y la imagen desplaza a la prensa. En la edición de 2001 se insertan las cuestiones de Internet como uno de los campos-temas crecientes, aun cuando la prensa no desaparece porque de hecho es el siguiente tema de importancia en la reflexión.

c) De los grandes temas de contexto, la globalización aparece como una preocupación, lo que de hecho confirma Pineda como uno de los grandes temas de la investigación de la comunicación. Esta es una tendencia recurrente en la cual globalización se estudia en su relación con las tecnologías de información, especialmente con Internet y sus derivaciones en el campo de la cultura; asimismo los impactos de la globalización sobre la comunicación preocupa no sólo a quienes tienen una perspectiva económica o política, sino sobre todo socio-cultural.

d) En cuanto las dimensiones del proceso de comunicación nos ha llamado la atención confirmar la importancia de los estudios sobre mensajes, es mayor que los propios trabajos sobre producción; Fuentes Navarro por desgracia no desglosa este descriptor en todas las ediciones de su sistematización. De cualquier manera se puede decir que una de las perspectivas más recurrentes ha sido la utilización del análisis de contenido, y de manera alterna los análisis ideológicos, semiótico y del discurso como horizontes de trabajo para conocer el contenido de los medios o actores sociales. La idea del mensaje no parece ser menor, el mismo Manuel Martín Serrano reconoce como objeto privilegiado de su teoría social de comunicación el análisis de lo que denomina productos comunicativos. Ahora bien en la última sistematización las perspectivas cuantitativa y cualitativa se encuentran muy cercanas una de otra; a diferencia de lo que ocurre en el seguimiento 1956-1986 en el que marcadamente el análisis de contenido triplica su recurrencia por sobre los métodos cualitativos. Tal vez asista el campo mexicano (como muy probablemente otros) a un equilibrio más consistente que hace que tanto estudiantes como profesores recurran no sin desparpajo a una u otra.



e) De los aspectos que confirman esta mirada integral es que en México existe una preocupación por los aspectos de campo académico, universidades que enseñan comunicación, aspectos curriculares y demás. Ya hemos mencionado algunas hipótesis y de la misma manera, salvo algunos trabajos e investigadores, predomina mucho el ensayismo y la mirada lírica sobre una realidad de suyo compleja. En la segunda sistematización (1986-1995) la investigación de la comunicación como tema es la más recurrente; y la Academia es el segundo objeto de referencia. Trabajos como el de Galindo y Luna (1995) han analizado la importancia del tema; este libro por cierto cuenta con una extensa bibliografía al final, donde podemos observar que más que una moda es una constante. La tendencia al menos en México es que el campo académico esté constantemente reflexionando sobre sí mismo, indague sobre hitos y modas, sobre filias, fobias, así como sus miedos y retos.

f) Algunos de los temas que podrían suponerse muy superados mantienen una presencia; por ejemplo los estudios sobre prensa en el caso de medio, o bien los estudios de medios aplicados a los niños o adolescentes como grupo de estudio dominante ha sido también una constante. No cabe duda —como se evidencia en la comparación de los tres cuadros— la apertura temática que complejiza más el objeto de la comunicación, aun cuando hay temas que sí han sido desplazados de las bases de datos como el caso del desarrollo rural. Parece que la investigación sigue el principio de la convergencia en las tecnologías en tanto que en lugar de su radical sustitución asistimos a un ensamblaje y modos de convivencia mucho más plurales de lo que podría sospecharse.

## 5. LOS ANUARIOS DEL CONEICC

El primer número salió en 1994, eran momento de cambio para el país (cambio de un régimen, el levantamiento zapatista, el inicio del TLC con América del Norte); cambios en la forma de ver la comunicación<sup>8</sup>. En cuanto a las universidades de adscripción de los autores se observa que en su mayoría son autores provenientes de instituciones ubicadas sobre todo en ciudades y de manera principal ciudad de

## Sistematización 1995-2001

Categoría	Descriptor	000	%
<b>TÓPICO POR ENTORNO SOCIO-ECONÓMICO</b>	Globalización y economía	217	
	Estructuración y cambio social	190	
	Sociedad de la información y cambio tecnológico	160	
	Relaciones comerciales	133	
	Violencia, censura, discriminación social	110	
	Modernización	83	
	Organización del trabajo	71	
	Historia social	54	
	Comunicación institucional y organizacional	32	
	Comunicación internacional e intercultural	12	
<b>TÓPICOS POR ENTORNO POLÍTICO</b> (198 documentos, 11% del total)	Legislación y reforma jurídica	198	
	Democracia	153	
	Política, poder gobierno	148	
	Estado	132	
	Elecciones y partidos políticos	95	
	Derecho a la información	96	
	Políticas culturales y de comunicación	77	
	Libertad de expresión	74	
	Movimientos social y participación	72	
	Comunicación Política	50	
	Cultura política/ opinión pública	38	
<b>TÓPICO POR ENTORNO SOCIO-CULTURAL</b> (198 documentos, 12% del total)	Identidades sociales	171	
	Ciudad y cultura urbana	164	
	Educación	137	
	Identidad nacional	96	
	Códigos, lenguajes, discursos	91	
	Percepción, cognición, aprendizaje	88	
	Religiosidad y creencias	61	
	Educación alternativa	53	
	Vida Cotidiana	48	
	Literatura y teatro	47	
	Multiculturalidad	37	
	Procesos de comunicación	35	
	Arte	24	
	Música	23	
Comunicación interpersonal	21		
Ciencia	13		
<b>POR REFERENCIA SUJETOS SOCIALES ESPECÍFICOS</b> (11% del total)	Adolescentes	54	
	Familias	43	
	Mujeres	28	
	Niños	27	
	Usuarios de información	18	
	Indígenas	14	
<b>POR REFERENCIA A COMUNICACIÓN MASIVA</b>	Comunicación masiva	222	
	Industrias y agentes culturales	89	
	Producción y difusión de noticias	85	
	Publicidad, propaganda y mercadotecnia	35	
	Difusión de la cultura	26	
	Entretenimiento	18	

México (Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad Iberoamericana, Universidad Nacional Autónoma de México) y Guadalajara (Instituto Tecnológico de Estudios de Occidentes, ITESO; Universidad de Guadalajara). Este dato nos permite identificar aquellos centros de donde proviene la principal producción.

Al observar los temas (que ha sido uno de las líneas que hemos seguido en este trabajo queremos responder sobre lo que se estudia de comunicación en México), de entrada, nos dice Gómez Vargas (2003: 13), se puede ver la inquietud por la globalización y la modernidad en la cultura, las identidades, la tecnología de informa-

## Sistematización 1995-2001 (Continuación)

Categoría	Descriptor	000	%
POR REFERENCIA A LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN (12.6 DEL TOTAL)	TV	379	
	Telecomunicaciones, computadoras e internet	260	
	Prensa	179	
	Cine	104	
	Radio	84	
	Libros y publicaciones periódicas	58	
	Material didáctico y juegos educativos	35	
	Historia de la prensa	31	
	Video y videojuegos	23	
	Historia de la TV	21	
	Historia del cine	16	
	Bibliotecas, museos y archivos públicos	12	
	Fotografía, caricatura y comic	10	
Historia de la radio	7		
POR REFERENCIA A MARCOS DISCIPLINARIOS 426, 25% DEL TOTAL	Investigación de la comunicación	147	
	Ciencias sociales	51	
	Historiografía	47	
	Ética	37	
	Sociología de la comunicación	27	
	Semántica y semiótica	23	
	Antropología	15	
	Estudios culturales	15	
	Lingüística	13	
	Estética	12	
	Enfoque interdisciplinario	11	
	Teoría de la información	10	
	Filosofía y humanidades	9	
Psicología de la comunicación			
POR MARCOS Y RECURSOS METODOLÓGICOS 469 documentos, 28% del total	Estudios de audiencia	97	
	Análisis cualitativo	50	
	Análisis de contenido	47	
	Análisis del discurso	43	
	Análisis cuantitativo	29	
	Análisis cultural	28	
	Biografía e historia de vida	28	
	Revisión bibliográfica	28	
	Estudios de recepción	26	
	Cronología y cartografía	25	
	Estudios de mercado	14	
	Historia oral	13	
	Análisis comparativo	12	
	Entrevistas y grupos de discusión	12	
	Encuesta	11	
Documentación y bases de datos	6		

ción, los sujetos sociales, las políticas de comunicación. También, la presencia de una serie de enfoques y objetos de estudio que se planteaban como necesarios y pertinentes a finales de los 80 (la cultura, las tecnologías de información, la ciudad, la recepción, lo cotidiano, los sujetos sociales), pero empleando metodologías de orden cualitativo, o paquetes tecnológicos y multimétodos, que tanto los acercan a explorar por la vía del diálogo con otras disciplinas de lo social, como integran o abordan distintas dimensiones de lo social (economía, política, cultura), niveles de estudio (macro, micro), ángulos de es-

tudio del proceso de la comunicación (producción, distribución, consumo), enfoques (género, recepción, análisis cultural). Ello nos sugiere que las clasificaciones tradicionales se disuelven para poder ubicar con claridad los trabajos, aunque hay muchas tendencias tradicionales que siguen estando presentes. Un abordaje superficial a lo publicado en los nueve anuarios nos puede dar una idea. Asumiendo que se ha empleado una categorización arbitraria, que no refleja la complejidad de los temas, enfoques, objetos, cruces disciplinares, ámbitos y niveles de exposición y análisis, un acercamiento a los

principales temas publicados en el Anuario, nos da el siguiente panorama:

Gómez Vargas señala como hay temas que han conservado el interés y las tendencias de la investigación de la comunicación en el país (televisión, el campo de la comunicación), aunque podemos ver como otros temas han comenzado a despertar el interés (las telecomunicaciones y la vida sociocultural), mientras que el resto continúa con una presencia modesta. Los enfoques han estado permeados por lo que sucede a partir de procesos de globalización o integraciones de los mercados internacionales, las transformaciones en la vida social y cultural, los procesos electorales, las implicaciones políticas y económicas en materia cultural. Las referencias geográficas desde las cuales se trabajan tienden a ser a escala nacional, algunas como producto de comparación con otros países, y otras son reflexiones sobre lo que sucede a nivel general.

## 6. LA ORGANIZACIÓN DE LA AMIC 2004

La Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación celebró en este año su XXV Aniversario. Desde entonces realiza una reunión anual donde se aglutinan sus miembros. Por sus filas han pasado los principales investigadores de la comunicación y varios de ellos han sido sus presidentes

La AMIC surgió en 1979 bajo un contexto político e institucional muy específico de la lucha por el derecho a la información en el sexenio del presidente López Portillo. De unos años a la fecha se ha corroborado un aumento creciente, que se observa desde la reunión 2003 con la presencia de poco más de 100 investigadores; en esta edición participaron 150. Más allá de este dato en sí mismo nimio lo que queremos subrayar es la vertiente temática y su proceso de apertura. En los últimos años la AMIC había funcionado como nueve mesas de trabajo con varias ponencias; estas mesas eran

1. Radio, cine y televisión
2. Estudios culturales y recepción
3. Periodismo y comunicación
4. Modelos teórico-metodológicos
5. Medios de comunicación, legislación y participación ciudadana
6. Tecnologías comunicación-información
7. Política, opinión pública y democracia
8. Novedosas líneas de investigación
9. Educación, comunicación y nuevos tecnologías

Tema	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Totales
Televisión	4	4	4	3	2	1	0	1	2	21
Tecnología y telecomunicaciones	1	2	1	2	1	3	2	1	2	15
Investigación, teoría, institucionalización.	1	1	0	0	2	1	3	1	3	12
Comunicación política, políticas de comunicación	0	0	0	2	1	1	0	3	5	12
Prensa	1	1	0	1	0	3	0	1	1	8
Identidad cultural y medios	2	0	1	0	0	0	1	1	1	6
Ciudad, cultura, comunicación	1	0	1	0	0	0	2	2	0	6
Radio	0	1	0	1	1	0	1	0	1	5
Recepción, audiencias	1	0	0	0	0	0	0	0	2	3
Publicidad, opinión pública	0	0	1	0	1	0	1	0	0	3
Género	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
Cultura y comunicación	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Redes	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
Comunicación y discurso	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2
Familia	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2
Cine	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2
Música	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Comunicación organizacional	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
<b>Totales</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>106</b>

De estos temas la preferencia variaban de año con año, por ejemplo en 2002 participaron 15 investigadores en la mesa de periodismo y solamente lo hicieron 6 en 2004. De las tendencias el tema de las tecnologías, los estudios culturales y los efectos socio-políticos de los medios masivos (con todos sus enfoques) parecen han sido los principales temas de interés en los últimos años, lo cual confirmaría la hipótesis de Galindo en tanto éstos como los dos temas aglutinadores del campo académico. Otro hecho fue la publicación de un libro colectivo<sup>9</sup>, una revisión del índice nos permite confirmar los temas clásicos sobre comunicación política, reflexiones sobre los nuevos métodos, formas y representaciones a la sociedad política en la era de la información, el vínculo de los medios en México con la globalización, la evolución de los medios digitales (sobre todo radio); pero también hallamos acercamientos novedosos o menos comunes como el caso de los trabajos de la Red Familia y Medios coordinada por el Mtro. Guadarrama. La edición del libro AMIC el año pasado agrupó 23 trabajos (a diferencia de los 16 en la edición del año 2002) en el que a diferencia de la edición hallamos reflexiones sobre temas que han sido importantes como comunicación y educación, cuestiones sobre análisis semiótico e incluso algunos aspectos sobre comunicación interpersonal.

En el encuentro de investigadores celebrado este año 2004 en el Puerto de Veracruz, los organizadores de la AMIC decidieron imprimir un cambio, al dejar estas mesas tradicionales, pero permitir la elaboración de otras, lo que permitiría ver más o menos núcleos de trabajo o intereses en los investigadores. En esta convo-

“

**las asociaciones de investigación en México y los investigadores han estado muy circunscritos a los ámbitos académicos e institucionales. Con algunas excepciones (como el caso mismo de la Cátedra Televisa) los investigadores se mueven en círculos endógenos que redundan en escasa importancia social de la investigación**

”

catoria abierta aparecieron líneas emergentes en la que hay el protagonismo de algunos investigadores como el caso de “deporte y comunicación”, “género y comunicación”. Algunos temas siguen apareciendo, el vector educación y comunicación tiene varias rutas: la revisión de aspectos curriculares, los usos y modos de las nuevas tecnologías, aspectos de recepción crítica y reflexiones sobre campo académico, esto la hace como una cons-

tantes en las preocupaciones, aun cuando nos parece esta mirada se centra sobre sí mismo que sobre fenómenos, experiencias, prácticas de reivindicación social o política; ya no digamos experiencias de educación no formal o informal que parecen ausentes de esta preocupación educativa en el campo académico.

A manera de hipótesis y tras revisar el programa del congreso, las mesas que tuvieron más participantes fueron “estudios culturales y de recepción”, y los temas de comunicación política (opinión pública, legislación, política...), lo que parece confirmar el estudio socio-políticos de efectos de los medios / mediaciones / tecnologías y el caso de los estudios culturales como los elementos aglutinadores de la investigación de la comunicación en México.

## 7. UNA PALABRA SOBRE LOS RETOS

De los retos para la investigación mexicana señalamos algunos. Forman parte de una agenda que si bien comentada en voz pública en algunos círculos, no siempre ha habido la capacidad organizativa de ejecución o la consistencia para dar continuidad a proyectos o experiencias aisladas.

- Sistematización de información, establecimiento de bases de datos que permita la realización de estados del arte más efectivos y lo que redundará en un mejor conocimiento del estado del arte. La sistematización se relaciona a una mayor cultura de investigación en nuestras instituciones; no hay investigación sin instrumentos institucionales de apoyo (bases de datos, bibliotecas bien abastecidas con los últimos

textos no solo en inglés, antologías — *Readers*— y documentos que son hechos por los profesores); el que no exista una producción propia es un signo, ni instrumentos que lo promuevan más allá de algunas instituciones. Este aspecto como podemos ver se encuentra relacionado a la misma dinámica de la institución.

- Establecimiento de redes, grupos de trabajo y programas de investigación. Esto ya existe en algunos casos loables como la Red FAMECOM (“Familia y Medios”) coordinada desde la Universidad Autónoma del Estado de México o Programas de Investigación como el *Programa Cultura* de la Universidad de Colima que ha generado muchas redes, o la *Cátedra Televisa* del ITESM-Monterrey el doctor José Carlos Lozano, o el recién aparecido grupo “Hacia una comunicología posible” convocado desde la Universidad Veracruzana por Jesús Galindo. Redes que tengan independencia, investigación, publicación, contactos y presencia con otros interlocutores nacionales interesados en el tema.
- Vinculado a esto último las asociaciones de investigación en México y los investigadores han estado muy circunscritos a los ámbitos académicos e institucionales. Con algunas excepciones (como el caso mismo de la *Cátedra Televisa*) los investigadores se mueven en círculos endógenos que redundan en escasa importancia social de la investigación y el trabajo de académicos e investigadores; y redes de circulación de sus ideas muy estrechas.

Estas notas son justamente eso, atisbos, líneas a partir de algunos datos que no son suficientes para hacer afirmaciones categóricas, pero dan una primera idea de las rutas e itinerarios que más han preocupado a los investigadores (y ensayistas) mexicanos sobre comunicación.

■ **Tanius Karam**  
**Doctor en Ciencias de la Información y profesor e investigador en el área de Comunicación y Cultura de la Universidad de la Ciudad de México**

## Notas y referencias bibliográficas

- FUENTES NAVARRO, Raúl (1988) *La investigación de Comunicación en México. Sistematización documental 1956-1986*, México, EdiCom.
- (1995) *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*, México, U de G / ITESO
- (2003) *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001*, México, ITESO.
- GALINDO, Jesús y Carlos LUNA (coords.) (1995) *Campos académicos de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: CONACULTA.
- GALINDO, Jesús. (2003) *Apuntes de historia de una comunicología posible. Hipótesis de configuración y trayectoria*. En línea, página del autor. Disponible en [www.geocities.com/arewara/galindo19.htm](http://www.geocities.com/arewara/galindo19.htm)
- (2003b) *Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica*. En línea, página del autor. Disponible en [www.geocities.com/arewara.htm](http://www.geocities.com/arewara.htm)
- GÓMEZ VARGAS, Héctor (2003) “Comentarios a diez números del Anuario de Investigación de la Comunicación del CONEICC. Producción de conocimiento en un mundo desbordante” en Russi, Bernardo (ed.) *Anuario X*. México. CONEICC.
- LOPEZ VENERONI, Felipe (1989) *La ciencia de la comunicación. Método y objeto de estudio*. México. Trillas
- LOZANO, José Carlos (1996) *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson-Alambra Mexicana.
- MARTIN SERRANO, Manuel. (1982) *Teoría de la Comunicación*, 2ª ed. Madrid. UCM
- (1993) *La producción social de la comunicación*, 2ª ed. Madrid. Alianza, WALLERSTEIN, Emmanuel (coord.) (1996) *Abrir las ciencias sociales*. México: Siglo XXI
- VASALLO DE LOPES, Inmaculada y FUENTES NAVARRO, Raúl (comps.) (1998) *Comunicación. Campo de Objeto y Estudios. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. México. ITESO.
- WINKIN, Yves (ed.) (1990) *La nueva comunicación* 3ª ed. Barcelona, Kairos.

del discurso y semiótica en la comunicación. En este trabajo hemos partido justamente de esa base datos. El lector puede leer dicho trabajo en el portal del grupo *Hacia una Comunicología Posible*. Karam, Tanius (2003) *Notas para una (im) posible: Revisión teórica y metodológica de los Estudios sobre Discurso, Análisis del Discurso y Ciencias de la Comunicación en México*. En línea. Disponible en <http://www.geocities.com/comunicologiaposible/>

- 4 Al momento de escribir estas líneas el Número 11 del anuario está por salir; el editor nos ha dicho que éste ha sido el más acuciosos de todos los anuarios y ha manejado esa cifra.
- 5 Por señalar algunos Vasallo de Lopes y Fuentes Navarro (2001), Martín Serrano, Manuel (1982, 1993), López Veneroni (1989)
- 6 No “ciencias” o estudios de comunicación circunscritos únicamente a los medios masivos
- 7 No conocemos, este debate tan insistente en América Latina, tenga la misma intensidad en EE.UU., España, eso se debe quizá a que en estos países los campos académicos se encuentran mejor estructurados y no tienen necesidad de indagarse recurrentemente sobre estos temas
- 8 Los índices detallados de los 11 Anuarios se puede consultar en página web del Consejo. Ver <http://www.coneicc.org.mx/default.html>
- 9 El índice de este libro se encuentra en línea, en la página web de la AMIC, <http://hyperlab.politicas.unam.mx/amic/>

1 El CONEICC es el Consejo Nacional para el Estudio e Investigación de las Ciencias de la Comunicación; es el principal órgano académico que hay en el país. El lector puede encontrar más información y detalles en la página web del Consejo. Ver <http://www.coneicc.org.mx/>

2 Cabe distinguir es un poco diferente a la encontrada por Fuentes Navarro en su base hoy informatizada. Estas bases son cercanas, porque ambas se encuentran en la misma institución (ITESO de Guadalajara).

3 La razón por la que decimos estos es a partir de un trabajo que hemos realizado sobre el estado de la cuestión en torno a la investigación de los análisis