

# Comentario a diez números del Anuario de Investigación de la Comunicación del CONEICC. Producción de conocimiento en un mundo desbordante.

Hace diez años se publicó el primer número del **Anuario de Investigación de la Comunicación del CONEICC**. Diez años pueden parecer un periodo de tiempo muy corto, pero también sumamente significativo por mucho de lo que ha sucedido en esa década, tanto en el mundo, en el país, y en el mismo campo académico de la comunicación en México. Ante esos contextos, su corta vida puede ser vista como una producción social, es decir, tanto un producto histórico y cultural de una época, como un acto comunicativo y reflexivo que intenta dar cuenta colectivamente de ese mismo contexto general. Explorar o dar cuenta de ello requiere de un esfuerzo mayor que no puede ser realizado en este trabajo de presentación, y solamente se esbozan dos imágenes.

Una primera imagen sería el mismo periodo en el cual ha estado presente el **Anuario**. El año de 1994 marca la fecha de publicación del primer número, y me parece que eso lo hace sumamente significativo, pues coincide con una serie de procesos políticos, económicos, sociales, culturales y tecnológicos que vendrían a señalar una serie de transiciones en el sistema mundo, en el mismo país. Son momentos de crisis, de transiciones hacia un nuevo modelo económico y político a nivel mundial, pero también en México y América Latina, que propiciará una serie de renovaciones en las maneras de encarar el estudio de la comunicación y de las culturas, a los medios de comunicación y las tecnologías de información, a los procesos mundiales y nacionales, la inquietud por el presente en un nuevo diálogo con el pasado y con nuevas perspectivas del futuro. Una manera de ver esto son los estudios de la comunicación desde la cultura, donde, en términos de Jesús Martín Barbero, los cambios y cuestionamientos que desde ahí comenzaron a realizarse no sólo han sido necesarios para “diseñar un nuevo mapa de problemas en el que quepa la cuestión de los sujetos y las temporalidades sociales”, sino que también ha implicado el cuestionamiento de su legitimidad teórica, que también

cambió, pues lo que se pone en tensión es la cuestión de su “legitimidad intelectual, esto es la posibilidad de que la comunicación sea un lugar estratégico desde el que pensar la sociedad y de que el comunicador asuma el rol intelectual” (Martín Barbero 2002, 211).-

No es gratuito pensar desde estas perspectivas una serie de elementos importantes para el campo de la comunicación, pero que principalmente apuntan al proyecto intelectual e institucional del mismo campo y a la búsqueda de un pensamiento y una metodología comunicacional (Fuentes Navarro 1999; Márques de Melo 2001; Sánchez Ruiz 2002), en tiempos en que se debate el “impensar la comunicación” (Fuentes Navarro 2000). Los escenarios de producción de conocimiento se han movido y han intentado construir un diálogo entre los cambios en el mundo social, la necesidad de una actitud intelectual, científica y académica que corresponda y den cuenta a los nuevos escenarios, y el tipo de producción social de conocimiento, en mucho vinculado a lo que sucede en el campo científico en general, y en particular de las ciencias sociales. En este punto, es interesante señalar las observaciones realizadas por Immacolata Vasallo de Lopes, quien al señalar tres contextos para conocer las condiciones de producción del conocimiento, el discursivo, el institucional y el social o histórico-cultural, en el primero el escenario ha tendido a crecer, en el segundo su condición es pobre, y en el tercero, principalmente teniendo como objeto a la globalización, se ha convertido en el dominante (Vasallo de Lopes 1999 y 2003).

Otra imagen puede ser lo que ha sucedido en la producción de conocimiento del campo académico de la comunicación en México. Puede señalarse que la etapa que inicia a mediados de los noventas, representa para el campo académico de la comunicación la transición de su institucionalización a la de su reestructuración, caracterizada por tres tendencias: la postdisciplinarización, la búsqueda de una solvencia metodológica y la reconfiguración del sentido mismo del campo académico de la comunicación (Fuentes Navarro 1997). Este escenario nos hace ver tanto la dispersión, fragmentación y explosión en el campo a través del tipo de pensamiento y proyectos para pensar la comunicación, pero que también mucho de lo realizado en la fase de su institucionalización pervive mediante muchas de las tendencias que estaban desde los inicios de los estudios de la comunicación (centralismo, generalismo, los medios como epicentro de estudio, atención preferencial a algunos medios de comunicación en particular),

como por las condiciones estructurales para poder producir conocimiento.

De manera sumamente sintética, esas dos imágenes nos dan pistas para pensar parte del contexto del *Anuario* del CONEICC que desde sus inicios se propuso ser un medio de difusión y de diálogo, en tiempos de profundas transformaciones, como un espacio que pudiera reflejar los estados de la cuestión en los estudios de la comunicación y esto la torna sumamente importante, pues si bien no es la única revista sobre comunicación en el país, si es una que permite reflejar en parte lo que se está produciendo en diferentes regiones de México. A lo largo de los nueve anuarios, se han publicado la siguiente cantidad de artículos y reportes de investigación<sup>1</sup>:

**TABLA I**  
**TEXTOS PUBLICADOS EN EL ANUARIO DE**  
**INVESTIGACION DE LA COMUNICACIÓN CONEICC.**

Anuario:	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
Total:	9	106

La publicación de documentos no sólo ha sido considerable, lo cual no sólo habla de consistencia, sino que se está convirtiendo en un espacio de interés por difundir por parte de un grupo que se va manifestando como más amplio, pues la inquietud de publicar se vislumbra en crecimiento. Esto se puede pensar si observamos el lugar de producción de esos documentos, es decir, la institución de adscripción de los autores, sin contar a los foráneos o a aquellos

<sup>1</sup> No se toman en cuenta reseñas bibliográficas ni documentos particulares o especiales.

quienes no mencionan adscripción, podemos ver que 41 documentos publicaron personas pertenecientes a universidades del Distrito Federal, y alrededores, mientras que 48 fueron producidas por personas de universidades del interior del país, y ésto, me parece, es algo que pocas veces se había visto en el campo académico de la comunicación. Si observamos a las universidades que más han publicado, tenemos la siguiente tabla:

**TABLA II**  
**UNIVERSIDADES QUE HAN PUBLICADO MAS EN EL**  
**ANUARIO DE INVESTIGACION DEL CONEICC**

UNIVERSIDAD:	NUMERO DE ARTICULOS:
UAM-X	17
UIA Santa Fe	12
Universidad de Guadalajara	8
ITESO	8
ITESM, Monterrey	6
UNAM	6
ITESM, Morelos	5
UIA León	5
Totales:	66

Este cuadro, en parte nos habla de la tendencia que ha tenido el campo académico de la comunicación en México, en el sentido de que aparecen aquellas instituciones que han sido centrales en su institucionalización, pero también implica otras observaciones: la presencia de otras instituciones que no son de la capital del país, que en ocho instituciones se ha producido más de la mitad de los documentos publicados, aunque gran parte de los documentos publicados en cada universidad es obra de uno o dos autores, por eso se puede pensar que el peso de la producción de conocimiento se sigue dando alrededor de algunos sujetos concretos, y no necesariamente de las instituciones, pero también, que en algunos casos, nuevos autores aparecen y lo que presentan es producto de sus estudios de maestría y/o doctorado.

Respecto a lo que se ha publicado en los nueve números del Anuario, también se puede ver el peso de las tendencias primeras del

campo académico de la comunicación, pero asimismo algunas transiciones que se han dado en estos diez años. De entrada, se puede ver la inquietud por la globalización y la modernidad en la cultura, las identidades, la tecnología de información, 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 ochentas (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 estudio 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:

TABLA III

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
Totales	13	10	9	11	8	12	12	11	20	106

### TEMAS ABORDADOS EN EL ANUARIO DE INVESTIGACION CONEICC

Podemos ver cómo 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 cómo 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.

El Anuario manifiesta una serie de transiciones y permanencias, zonas de transición, de tensión, de búsqueda, de encuentro, de crecimiento y de nuevos límites y retos, por donde ha transitado en parte el pensamiento académico de la comunicación en México en los últimos diez años. Los efectos de los trazos de su institu-

cionalización se pueden observar, pero también los de su reestructuración, así como las sendas que comienzan a abrirse de una comunidad que, pese a los obstáculos y limitaciones, también comienza a crecer y a abrir nuevas rendijas para pensar la comunicación en un mundo cada vez más desbordante.

Las preguntas sobre el campo académico de la comunicación en México a través de lo que se vislumbra a través del **Anuario** pueden ser muchas, y algunas sería conveniente responder para su continuidad. Una es sobre los mapas para entender a la comunicación que se han ido construyendo para percibir lo que se está abriendo o cerrando, la comunidad académica que se ha estado constituyendo, no sólo de productores de conocimiento, sino de lectores y los relevos generacionales, las realidades que han construido y difundido a través de sus productos de conocimiento al socializarlos, así como el proyecto intelectual que se ha ido formando y del cual dependen muchas cosas, no sólo el lograr encontrar un pensamiento comunicacional, también el no renunciar a seguir interrogando, cuestionando e indagando el presente, pues en los tiempos que corren, mucho se pone en juego, y como lo ha expresado Jesús Ibáñez sobre los intelectuales, éstos cumplen un rol en las maneras como se dan y construyen las reglas de lo que se pone en juego, ya que “los intelectuales son jardineros, o pastores de los códigos. Si nos abandonamos a los códigos, o abandonamos a los códigos, el mundo está en peligro” (Ibáñez 1997, 251).

Héctor Gómez Vargas  
Universidad Iberoamericana León.