

UNA DÉCADA DE LOS ESTUDIOS DE MEDIOS EN MÉXICO, ESTADOS UNIDOS, AMÉRICA LATINA Y EL MUNDO

Magdalena Sofia Paláu Cardona

Abstract

El presente artículo pretende construir una mirada amplia sobre los estudios de medios de comunicación que se han realizado en los últimos 10 años en cuatro zonas geográficas: México, América Latina, Estados Unidos y en el plano internacional. A partir de la revisión y clasificación de los artículos sobre medios de comunicación publicados en siete reconocidas revistas arbitradas, se presenta un panorama general sobre las dimensiones (económica, política y cultural) e instancias del proceso de comunicación (producción, mensaje, recepción) que abordan los 1,123 que conformaron el corpus de la presente revisión.

Palabras clave: Estudios de medios, investigación, medios de comunicación, revistas.

Abstract

This article proposes a broad look at media studies in the past ten years in four geographical areas: Mexico, Latin America, the United States and the international scene. After a review and classification of articles on media published in seven recognized academic journals, the author presents a general overview of the dimensions (economic, political and cultural) and the instances of the communication process (production, message, reception) covered by the 1,123 articles that make up the corpus of this investigation.

Key words: Media studies, research, communication media, journals.

Introducción

Las primeras concepciones respecto de la comunicación que se desarrollaron durante el auge del capitalismo están muy relacionadas, por un lado, con la idea de vías de comunicación para el flujo de bienes y, por el otro, como un factor de integración del organismo-sociedad. Estas dos concepciones son denominadas por Carey (1989) como la visión de “transmisión” y la visión “ritual” de la comunicación y han estado presentes desde el siglo XIX, antes de la aparición de los medios masivos de comunicación.

Con el auge y crecimiento de los medios de comunicación masiva se desarrollaron también algunas teorías que intentan explicar este fenómeno social (Pietilä, 1994). Al mismo tiempo comienza a desarrollarse, dentro de las Ciencias Sociales, la

· Profesora del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO. Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el ITESO, Maestra en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Actualmente estudia el Doctorado en Estudios Científico – Sociales, línea de Comunicación, cultura y sociedad en el ITESO. Correo electrónico: spalau@iteso.mx

disciplina de la sociología. Estos dos elementos intervinieron en los primeros desarrollos teóricos que, sobre la comunicación, surgieron en Estados Unidos y Europa.

Después de la Segunda Guerra Mundial la estructura de las ciencias sociales colapsó por diversas razones y comenzaron a expandirse los campos de estudio. El campo referido específicamente a la comunicación estaba en una etapa inicial de constitución y en el intento por allegarse el reconocimiento como una disciplina con límites bien definidos. Al colapsar la división disciplinaria de las ciencias sociales, los estudios de comunicación se enfrentaron a la disyuntiva de consolidarse como una disciplina específica o abrirse (Wallerstein, 2004) al reto de pensarse, junto al resto de las disciplinas de las ciencias sociales, de un modo nuevo.

El presente artículo pretende construir una mirada amplia sobre los estudios de comunicación recientes tanto en la escala internacional como en lo que se refiere a nuestro país. En el primer apartado expondré, detalladamente, el proceso que he seguido para construir esta mirada comprensiva de los estudios de comunicación en los últimos diez años. En el segundo apartado pretendo presentar los resultados comparados, de los artículos publicados en revistas arbitradas, clasificados por las dimensiones e instancias del proceso de comunicación que abordan, la síntesis y contraste de las dimensiones combinadas por región de los estudios de comunicación. En un tercer apartado apunto algunas conclusiones que se pueden construir a partir de los datos presentados.

La construcción de una mirada sobre los estudios de medios de comunicación

Caracterización del material que se revisa. Las fuentes.

Existe una gran diversidad de publicaciones sobre estudios de medios en el mundo y en México. Esto implica un necesario recorte en relación con las fuentes a consultar. Para la elaboración del presente trabajo decidí hacer una revisión de publicaciones de diferentes países, es decir, elegir publicaciones bajo el criterio geográfico, reconociendo aquellos lugares en los que se presentan desarrollos sistemáticos de investigación sobre medios de comunicación. La selección geográfica recupera la producción académica de carácter internacional, además de la publicada en Estados Unidos, en América Latina y en México.

Un segundo criterio de selección fue el temporal. Decidí consultar la producción académica sobre medios de comunicación referida a los últimos diez años. Es decir, se

consideran documentos publicados entre 1996 y 2005. El tercer criterio fue la selección de artículos que aparecen en publicaciones periódicas (revistas) de reconocida calidad y relevancia académica, prefiriendo revistas arbitradas. Las publicaciones seleccionadas fueron:

Nivel internacional: *Media, Culture & Society* y *European Journal of Communication*.

Estados Unidos: *Journal of communication* y *Communication Research*.

Latinoamérica: *Diálogos de la comunicación*.

México: *Anuario de Investigación de la Comunicación* del CONEICC, libros colectivos de AMIC.

Por último la búsqueda está guiada, en términos temáticos, por aquellos artículos que responden a la clasificación: comunicación masiva, medios de comunicación (medios, medios masivos, sistemas de comunicación). Se han recuperado y procesado un total de 1,123 artículos que responden a los criterios anteriormente señalados.¹

Criterios para el análisis del material

Como señalé líneas arriba, uno de los propósitos de esta revisión bibliográfica es la construcción de un mapa amplio de los estudios de medios en México y otros países. Este mapa, de carácter general, pretende poner en relación las instancias básicas del proceso de comunicación, propuestas por Thompson, con las dimensiones que abordan las investigaciones.

Es decir, se analiza si una investigación particular centra su interés en alguna de las siguientes *instancias* del proceso de comunicación:

- La *producción y transmisión* o difusión de las formas simbólicas / contextos e instituciones: pretende “reconstruir las condiciones socio - históricas y los contextos de producción de las formas simbólicas; las reglas y convenciones, las relaciones e instituciones sociales y la distribución del poder, los recursos y las oportunidades en virtud de los cuales estos contextos forman campos diferenciados y socialmente estructurados.” (Thompson, 1995)

- La construcción del *mensaje* de los medios / discursos, contenidos: pretende “develar la estructura articulada de los objetos y expresiones significativas que circulan en los

¹ Pongo a disposición del lector el listado completo de las referencias bibliográficas de los artículos consultados, que por razones de espacio es imposible incluir en esta publicación.

campos simbólicos, entendiéndolas como construcciones simbólicas complejas” (Thompson, 1995)

- La *recepción y apropiación* de los mensajes de los medios / efectos / subjetividades-prácticas / consumo: pretende reconstruir cómo “los mensajes son recibidos por individuos o grupos de individuos, que se sitúan en circunstancias socio – históricas específicas y que emplean los recursos que tienen a su disposición para entender los mensajes recibidos y para incorporarlos en sus vidas diarias” (Thompson, 1995)

Una vez definida la instancia del proceso de comunicación que interesa al investigador, se analiza si su investigación responde con mayor énfasis a alguna de las *dimensiones* en las que operan los medios de comunicación²:

- *Dimensión económica*: el interés central es iluminar el carácter material y económico de las instituciones de medios como forma distinta a sus aspectos cultural y político. Los medios son comprendidos como empresas comerciales, que requieren de capital, trabajo y otros recursos materiales de producción y distribución. Se reconoce un sector industrial de medios que está relacionado con otros poderosos intereses económicos. Algunos elementos claves a considerar para comprender la expansión y control de los medios de comunicación son la publicidad y el desarrollo de tecnología que modifica los procesos de producción y distribución. Finalmente la estructura de los sistemas de medios en términos nacionales y la internacionalización (globalización) de los mercados (consumidores-usuarios), de las estructuras organizacionales y del financiamiento de la producción y distribución son temas de interés para quienes desarrollan esta dimensión en sus investigaciones. Se ha establecido, desde esta dimensión, contacto con la economía y la economía política para el estudio de medios.

- *Dimensión política*: el interés está puesto fundamentalmente en la relación entre los medios y la política, desde la concepción de que los medios masivos son una herramienta de propaganda hasta los aportes o el papel de los medios en la consolidación de una sociedad democrática cumpliendo las funciones de informar o de proveer una comunicación bidireccional entre los ciudadanos y los gobiernos, pasando por la pregunta por la contribución de los medios en la conformación de una esfera pública fuerte, los arreglos institucionales entre los medios y los gobiernos, la participación de

² Para esta descripción de las dimensiones recojo algunas ideas básicas planteadas por John D.H. Downing (2004) en la introducción al libro *The SAGE handbook of media studies*.

los medios en las campañas políticas, así como el ámbito de las leyes, la regulación y las políticas de comunicación y cómo estas afectan las libertades y obligaciones de los medios en relación con los actores políticos y la sociedad. Existen puntos de contacto con otras disciplinas de las ciencias sociales como son las ciencias políticas, la sociología, la economía política, entre otras.

- *Dimensión cultural*: el interés central está en develar la relación entre los medios y la cultura. Algunos acercamientos pretenden reconocer el papel cultural de los medios identificando los tipos de contenido, distinguiendo su valor cultural a partir de jerarquías sociales y culturales o a partir de la etnicidad, la localización o las diferencias de gusto. Se atiende, desde esta dimensión, al proceso de internacionalización (globalización) de los productos simbólicos desde la perspectiva del imperialismo, desde la diversidad cultural, desde la relevancia y cercanía de los procesos de comunicación masiva a la experiencia social y cultural en la vida cotidiana. Estos acercamientos integran una variedad de perspectivas incluidas el feminismo, la contestataria (subversiva), la étnica, entre otras. Los acercamientos centrados en la dimensión cultural han abierto espacios de contacto con el conocimiento producido desde otros campos o disciplinas como las humanidades, la literatura y la antropología.

A partir de estas categorías básicas y generales, se analizaron y clasificaron los abstracts de todos los artículos seleccionados.³ Desde el principio se consideró que algunos de los trabajos por revisar podrían abordar más de una dimensión o más de una de las instancias del proceso de comunicación, sin embargo se trató de identificar el énfasis central de cada artículo – investigación para clasificarlo. Algunos de los artículos tienen un claro énfasis integrador. El análisis se realizó tanto en términos cuantitativos como cualitativos. En principio se reconocen las frecuencias de cada una de las clasificaciones posibles, la proporción en relación con el conjunto y la distribución temporal de las publicaciones. En términos cualitativos se recogieron las preguntas de investigación que se formuló cada uno de los investigadores y que pueden reconocerse en los títulos o abstracts de los artículos revisados. Se agruparon los resultados y se presentan aquellos que resultan más significativos.

³ Los abstracts se consultaron directamente de los ejemplares de las revistas para los casos de las publicaciones internacionales y mexicanas. En el caso de las revistas Estadounidenses y de América Latina, la consulta se realizó en línea a través de ProQuest.

Algunos límites de la selección y clasificación

El primer gran límite está en la cantidad de publicaciones periódicas que incluyen temas de comunicación, en cada una de las zonas geográficas de interés. La decisión respecto de qué publicaciones considerar descansa en los criterios señalados anteriormente (publicaciones de relevancia, arbitradas, periódicas y por región). En el caso de las publicaciones mexicanas, se siguió un criterio distinto, orientado en las publicaciones de las dos asociaciones nacionales de estudios de la comunicación más importantes: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Estas dos asociaciones no cuentan con revistas para difundir el trabajo de investigación de sus agremiados, sin embargo las dos tienen publicaciones anuales, que nos permiten rastrear con bastante claridad aquellos temas y problemas que son abordados por los investigadores de la comunicación en nuestro país. Por lo anteriormente señalado se puede cuestionar la comparabilidad entre estas publicaciones y aquellas correspondientes a otras zonas geográficas que tienen una mayor periodicidad. Sin embargo el propósito de este trabajo es armar un mapa amplio de los ámbitos de interés de los investigadores de la comunicación. Las publicaciones mexicanas elegidas, a juicio de la autora, permiten cumplir dicho propósito.

Otro elemento que representa una limitación importante al presente trabajo, es que algunos de los mapas se han construido a partir de los abstracts de los artículos, pues la gran cantidad de textos hace casi imposible una revisión de los textos completos de todos los artículos pertinentes.

Hay que señalar que se entra a la revisión de las publicaciones y textos, con categorías previamente armadas, sin embargo con la flexibilidad necesaria para reconocer que pueden surgir otros elementos importantes para el análisis.

Otro límite está en los parámetros de la clasificación misma. La clasificación la hace la autora desde su punto de vista particular. Muy probablemente no haya coincidencia con el criterio que otro investigador aplicaría al momento de definir los énfasis de cada uno de los textos revisados, sin embargo creo que, aunque con esta limitación, el trabajo puede ser de ayuda a otros investigadores interesados en el estudio de los medios.

Las publicaciones sobre estudios de medios en el mundo

Descripción general de las fuentes consultadas

Para la elaboración de este análisis han sido seleccionadas dos de las publicaciones más reconocidas en el campo de los estudios de comunicación a nivel internacional. Ambas revistas son editadas en Inglaterra, que es uno de los principales polos de desarrollo, junto con Estados Unidos, de la investigación en comunicación.

Las revistas internacionales seleccionadas son *Media, Culture & Society* (MCS) y *European Journal of communication* (EJC). Estas revistas se consideran “publicaciones internacionales” debido a que en ellas aparecen artículos cuyos temas y autores son de países tan diversos como Argentina, Australia, Colombia, Corea, España, Estados Unidos, Francia, India, Inglaterra, Irlanda, Israel, Malasia y Nueva Zelanda, entre otros. Adicionalmente comparten la característica de ser revistas arbitradas lo que, de algún modo, garantiza la calidad académica de los artículos publicados en ellas.

Para el desarrollo del análisis referido a Estados Unidos se han seleccionado dos publicaciones de reconocida calidad académica, ambas son arbitradas y publican, en su mayoría, trabajos de autores estadounidenses y sobre estudios de medios realizados en Estados Unidos. Las revistas son *Journal of Communication* (JC) y *Communication Research* (CR). La primera es editada en Nueva York, es una revista cuatrimestral y una de las tres más antiguas publicaciones en el campo de los estudios de comunicación, además de representar a la corriente predominante del trabajo académico en comunicación. La segunda es editada en California desde hace relativamente poco, es una revista bimestral que ha sostenido una calidad consistente en el tiempo que lleva publicándose y que pone especial énfasis en teoría de la comunicación de masas como directriz de la investigación.

Para la elaboración del análisis referido a América Latina se seleccionó la revista *Diá-logos de la comunicación*. Ésta es una publicación de la Federación Latinoamericana de Escuelas y Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), organización a la que están adscritas la mayor parte de las asociaciones nacionales de escuelas de comunicación. Es una revista teórica, integrante de la Red Iberoamericana de revistas de Comunicación y Cultura. Aunque existen muchas otras publicaciones del campo de la comunicación, *Diá-logos* es quizá, la única publicación de carácter

marcadamente latinoamericano y con suficiente trayectoria para incluirla en esta revisión. Actualmente existe otra publicación de carácter latinoamericano que pertenece a la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, pero aún cuenta con pocos números. El resto de las revistas que se publican en la región corresponden a los diversos países y responden a necesidades y experiencias predominantemente nacionales, aún cuando incluyen algunos textos de autores de otros países de la región.

Para la elaboración del análisis referido a México se seleccionaron dos publicaciones periódicas arbitradas y reconocidas en el campo académico de la comunicación en México. Las dos publicaciones son editadas anualmente por las dos asociaciones nacionales más importantes del campo académico.

En primer lugar se seleccionó el *Anuario de Investigación de la Comunicación* del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Esta asociación agrupa a cerca de 70 de las más importantes escuelas de comunicación del país. En segundo lugar se seleccionó la publicación anual (libros colectivos) editados por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), en ella se agrupan los investigadores de la comunicación más destacados del país. El libro colectivo de AMIC tiene apenas 5 ediciones, es decir a partir del 2001.

Ambas publicaciones cumplen con la característica de difundir, en sus ediciones, artículos de discusión académica o informes de investigación que provienen de diversos académicos y que tienen como centro de interés los procesos de comunicación en México. Adicionalmente ambas publicaciones cuentan con consejos editoriales que revisan, dictaminan y sancionan la calidad académica de los artículos que se publican.

Las instancias del proceso de comunicación abordadas en los artículos analizados

El análisis y clasificación respecto de las instancias del proceso de comunicación que centralmente trabaja cada uno de los artículos que, sobre medios de comunicación, se publicaron en las siete revistas señaladas en el apartado anterior, nos permitieron conformar una tabla en la que se muestran el número de artículos por cada una de las instancias y la zona geográfica de la publicación en la que aparecen. Así, la Tabla 1 es un mapa que nos permite reconocer, muy rápidamente y en conjunto, cómo se han

trabajado los medios de comunicación en el campo científico de la comunicación, en la última década.

Tabla 1
Frecuencias de distribución de los artículos publicados:
Instancias del proceso de comunicación⁴

	Inter.	EE. UU.	A.L.	México	Total
Producción	282	37	92	70	481
Mensaje	135	48	42	35	260
Recepción	85	149	22	45	301
3 instancias	37	27	2	15	81
Total	539	261	158	165	1,123

Como muestra la primera columna de la tabla, en las publicaciones internacionales un poco más de la mitad de los artículos publicados abordan temas relacionados con el momento de producción del proceso de comunicación. La segunda mayor incidencia son los artículos relacionados con el análisis de los mensajes en sí mismos, alrededor de una cuarta parte de los artículos se dedican a este tipo de análisis. Esto demuestra que las tendencias predominantes generales de los estudios de medios, desde su origen, se conservan aún. Llama la atención el menor interés, en las publicaciones internacionales, respecto de los procesos de recepción, dada la percepción generalizada de que este tipo de estudios está en ascenso. También es importante señalar que el esfuerzo por realizar investigación que integre los tres momentos del proceso de comunicación es aún incipiente y corresponde a 6.8% de los artículos publicados en las revistas internacionales analizadas.

Contrario a lo que sucede con las publicaciones internacionales los artículos publicados en los últimos 10 años en revistas estadounidenses (columna 2 de la tabla 1) han centrado su preocupación en el momento de la recepción. En las revistas estadounidenses analizadas aparece como el segundo foco de interés la instancia del proceso de comunicación referida al mensaje, seguida muy de cerca por los artículos que centran su atención en la instancia de la producción. Es muy significativo, para el caso de las revistas estadounidenses, que el 10% del total de artículos analizados intentan articular las tres instancias del proceso de comunicación, siendo las estadounidenses las

⁴ Esta y todas las tablas presentadas en este artículo han sido elaboradas por la autora.

publicaciones que alcanzan el mayor porcentaje en relación con las publicaciones de las otras zonas geográficas analizadas en este estudio.

La tercera columna de la Tabla 1 nos muestra que los artículos publicados en América Latina, en los últimos 10 años, están centralmente interesados en abordar el momento de la producción de comunicación. La información nos muestra que uno de cada tres artículos sobre medios de comunicación, publicados en la revista *Diá – logos de la comunicación* atienden al momento del mensaje de la comunicación. Mientras que sólo 1.5 de cada 10 artículos atienden al momento de la recepción. Este es un dato que sorprende, si consideramos que en el ámbito latinoamericano se tiene la percepción generalizada de que los estudios de recepción de comunicación han sido centrales en la última década. Por otro lado, es importante resaltar que los esfuerzos por hacer un trabajo de investigación que integre los tres momentos del proceso de comunicación son muy marginales en los artículos publicados en esta revista latinoamericana, sólo uno de cada 100 artículos publicados en esta revista latinoamericana, tienen un carácter explícitamente integrador.

Si revisamos la cuarta columna de la Tabla 1, encontramos que en las publicaciones mexicanas sobre estudios de medios, al igual que en los del ámbito internacional, hay una mayor presencia de artículos que tienen como foco de interés los procesos de producción. Sin embargo, en contraste con lo que sucede en las publicaciones internacionales, en México el segundo lugar en incidencia lo ocupa el momento de la recepción y no el momento de la construcción de mensajes. Adicionalmente se puede afirmar que, a partir de los datos recogidos sobre los artículos publicados en las revistas analizadas, nos encontramos con que en México cerca del 9% de artículos sobre medios de comunicación publicados en los textos analizados pretenden articular los tres momentos del proceso de comunicación.

Las dimensiones analizadas en los artículos revisados

En un trabajo similar al presentado en el apartado anterior, se clasificaron todos los artículos revisados, de acuerdo a las dimensiones económica, política y cultural que centralmente se trabajaron en las publicaciones de cada región. Esta tabla 2 constituye un segundo mapa general que nos permite reconocer cómo se han trabajado los medios de comunicación y su relación con cada una de estas dimensiones.

Tabla 2
Frecuencias de distribución de artículos publicados:
Dimensiones analizadas

	Inter.	EE. UU.	A.L.	México	Total
Económica	68	9	21	24	122
Política	190	73	50	58	371
Cultural	236	163	83	74	556
3 dimensiones	45	16	4	9	74
Total	539	261	158	165	1,123

La primera columna de la Tabla 2 muestra, con mucha claridad, que tanto la dimensión cultural como la dimensión política reciben mucha atención por parte de los investigadores que publican en las revistas internacionales analizadas, mientras que la dimensión económica y los artículos que pretenden integrar las tres dimensiones aparecen en menos del 10% de los casos.

Si centramos nuestra atención en las revistas estadounidenses encontramos que la segunda columna muestra el predominio de la dimensión cultural en el total de artículos publicados, seguida por la dimensión política como foco de atención por parte de los investigadores, mientras que la dimensión económica y los artículos que pretenden integrar las tres dimensiones reciben una atención similar (4% y 5% respectivamente).

Si nos detenemos a considerar la dimensión del proceso que atienden los artículos sobre medios de comunicación publicados en la revista latinoamericana *Diá - logos de la comunicación*, nos encontramos con que hay un claro predominio en el trabajo sobre la dimensión cultural de los medios de comunicación, lo cual responde claramente a uno de los intereses compartidos en el campo de los estudios de medios en la región. La información, trabajada en términos de porcentajes, nos muestra que un poco más de la mitad de los artículos publicados atienden la dimensión cultural de la comunicación mientras que uno de cada tres artículos trabajan la dimensión política. Es evidente que la dimensión económica es la menos trabajada por los estudiosos de medios de comunicación en la región. Adicionalmente resulta significativo que hay un esfuerzo marginal por articular las tres dimensiones en las investigaciones que, sobre medios de comunicación, aparecen publicadas en esta revista.

La cuarta columna de la Tabla 2 nos permite ver cómo se distribuyen, en términos generales, los artículos que sobre medios de comunicación se publican en nuestro país. Es la dimensión cultural la que ha contado, en la última década, con mayor atención de los académicos del campo si consideramos el número de artículos publicados; mientras que la dimensión política alcanza el segundo lugar de interés por parte de los académicos de este subcampo de los estudios de medios. En cambio la dimensión económica y la integración de las tres dimensiones aparecen como elementos marginales en relación con el conjunto de artículos publicados. El comportamiento de la distribución de los artículos publicados en México es similar al comportamiento de los artículos publicados en la revista latinoamericana analizada.

La articulación de instancias del proceso de comunicación y las dimensiones.

Revistas internacionales

Si atendemos a los porcentajes de la distribución combinada del conjunto de artículos publicados, encontramos una clara tendencia, en el ámbito internacional, a publicar artículos que indagan sobre la dimensión política de la producción.

Tabla 3.
Porcentajes de la distribución combinada en publicaciones internacionales:
elemento del proceso y dimensión que atiende. N= 539

	Producción	Mensaje	Recepción	3 momentos	Total
Económica	8.5	0.4	2	0.1	11
Política	19.9	12.5	3.1	2	37.5
Cultural	15.7	12.5	11	2.3	41.5
3 dimensiones	6.8	0.5	1.5	1.2	10
Total	50.9	25.9	17.6	5.6	100

Como muestra la Tabla 3 uno de cada cinco artículos publicados cumple con estas características. Un segundo gran foco de interés es la dimensión cultural del proceso de producción de comunicación. En un tercer nivel de atención se encuentran los artículos que se centran en la dimensión política o la dimensión cultural de los mensajes. Respecto del proceso de recepción, se presta mayor atención a su dimensión cultural. En una posición marginal se encuentran los artículos que atienden la dimensión económica de los mensajes y la recepción así como los que atienden la dimensión cultural de la recepción.

Si nos enfocamos en las tendencias de integración, encontramos que 10 de cada 100 artículos publicados buscan integrar las tres dimensiones (política, económica y cultural) mientras que poco más de 6 de cada 100 artículos integra los tres momentos del proceso de comunicación. Quizá el dato más relevante de este análisis combinado es que sólo uno de cada 100 artículos publicados en estas revistas internacionales busca integrar, en su análisis, las tres dimensiones en los tres momentos del proceso de comunicación.

Revistas Estadounidenses

Podemos constatar que la tendencia general en las publicaciones estadounidenses sobre estudios de medios (tabla 4) es atender la dimensión cultural de los procesos de recepción. El conjunto de artículos que cumplen con esta característica es de 46%, por lo que se puede afirmar que hay mayor consistencia y acuerdo respecto de los objetos prioritarios en la investigación.

Tabla 4.
Porcentaje de la distribución combinada en publicaciones estadounidenses:
momento del proceso y dimensión que atiende. N= 261

	Producción	Mensaje	Recepción	3 momentos	Total
Económica	0.6	0.5	2.5	0	3.6
Política	4.4	8.4	13	3.1	28.9
Cultural	6.7	7.7	46.2	2	62.6
3 dimensiones	0	0.3	0.9	3.7	4.9
Total	11.7	16.9	62.6	8.8	100

Llama la atención que en el conjunto de los artículos publicados la dimensión política y cultural de los mensajes cuenten con una atención similar (alrededor de 8%) mientras que la atención prestada a la dimensión económica sea tan marginal.

Por último encontramos que en el conjunto de artículos publicados en las revistas estadounidenses revisadas los esfuerzos por la integración entre momentos del proceso de producción es relativamente significativo y en todo caso mayor a lo que muestran los datos de las revistas internacionales analizadas, mientras que lo inverso ocurre en relación con la integración de las dimensiones en donde los estadounidenses muestran un mayor interés.

Revista Latinoamericana

En el caso de la revista *Diálogos de la Comunicación* cuando realizamos un análisis que combina tanto el momento del procesos de comunicación como la dimensión que centralmente atiende cada uno de los artículos publicados, nos encontramos (Tabla 5) con que uno de cada tres textos abordan la dimensión política de la comunicación, siendo este cruce el más trabajado por los investigadores.

Es claro que el predominio de la dimensión cultural se constituye del agregado de artículos que atienden esa dimensión desde los distintos momentos del proceso de comunicación. Lo que resulta más interesante es que el componente mayor del trabajo sobre la dimensión cultural no lo aportan los trabajos de recepción, como podría esperarse a partir de los aportes que se han hecho a este campo, sino desde la instancia del mensaje que es atendido por el 23% de los artículos publicados en la revista *Diálogos*.

Otro aspecto interesante que se puede rescatar de la información presentada en la tabla 5 es que el trabajo sobre la dimensión económica está totalmente concentrado en el momento de la producción, es decir, no se ha trabajado, como en otros países, la dimensión económica de la recepción de comunicación.

Tabla 5.
Porcentaje de distribución combinada revista latinoamericana:
Momento del proceso y dimensión que atiende. N=158

	Producción	Mensaje	Recepción	3 momentos
Económica	13.3	-	-	-
Política	27.8	3.2	0.6	-
Cultural	15.8	23.4	13.3	-
3 dimensiones	1.3	-	-	1.3

Un último ingrediente a resaltar respecto de la misma tabla 5 es que no hay un esfuerzo claro por integrar los tres momentos del proceso de comunicación y que los esfuerzos por integrar las tres dimensiones están concentrados en el momento de la producción. Los textos que explícitamente intentan articular tanto los tres momentos como las tres dimensiones son realmente muy escasos.

Publicaciones mexicanas

Si atendemos a los porcentajes de la distribución combinada del conjunto de artículos de las publicaciones mexicanas revisadas encontramos que uno de cada cuatro artículos

publicados sobre medios de comunicación atienden la dimensión política de los procesos de producción.

Tabla 6.
Porcentajes de distribución combinada en publicaciones mexicanas:
momento del proceso y dimensión que atiende. N= 165

	Producción	Mensaje	Recepción	3 momentos	Total
Económica	8.6	0.5	3.4	0.5	13
Política	26.7	3.4	5.2	0.5	35.8
Cultural	7.8	16.5	16.6	5.7	46.6
3 dimensiones	0.5	0.5	1.7	1.9	4.6
Total	43.6	20.9	26.9	8.6	100

También podemos ver en esta tabla de conjunto (Tabla 6) que la dimensión cultural de cada uno de los momentos del proceso de comunicación así como de la articulación de los tres, es la más atendida.

La investigación de la comunicación en México, en los últimos 10 años, reflejada en 2 de sus publicaciones nacionales más importantes atiende relativamente poco la dimensión económica de la producción y de la recepción, así como la dimensión política del mensaje y de la recepción.

Finalmente se puede afirmar que los esfuerzos por articular los momentos o por integrar las dimensiones (a excepción de la cultural) son muy marginales. Sólo 4 de cada 100 artículos difundidos por estas publicaciones mexicanas integran las dimensiones y los momentos de los procesos de comunicación.

Conclusiones

Tendencias de los estudios de medios de comunicación en el mundo

En la información que se ha presentado a lo largo de este artículo se constata una gran diversidad y fragmentación del campo de los estudios de comunicación, en general, y de los estudios de medios en particular.

El origen del campo académico de la comunicación está en el trabajo sistemático de investigación relacionado con los estudios de medios y la comunicación masiva. Sin embargo el desarrollo posterior de este campo ha generado una gran diversidad de intereses en relación con objetos de estudio no relacionados con los medios de

comunicación o con la comunicación masiva sino desde el ámbito de los procesos sociales de comunicación.

El campo de los estudios de medios tiene, a su vez, una multiplicidad de subcampos que se agrupan o aglutinan en torno a las preocupaciones centrales, a los referentes teóricos a los que recurren los investigadores o a las perspectivas metodológicas con que se acercan a sus objetos.

Contrario a un esperado consenso, después de más de setenta años de estudios de medios, que contribuyera a la acumulación de conocimiento de forma sistemática e integrada, nos encontramos con un amplio desacuerdo (y poco debate y discusión) tanto en relación con los objetos pertinentes como en relación con las perspectivas teórico – metodológicas más adecuadas.

Esta fragmentación tiene diversas explicaciones posibles. Entre los factores más significativos, que pueden ayudar a comprender esta dispersión, podemos señalar los siguientes:

- Los medios de comunicación, por su propia naturaleza, son un objeto de operación social multidimensional, lo que permite una gran diversidad de acercamientos.
- La transformación acelerada de los medios, por el desarrollo y avance tecnológico de los últimos años, hacen emerger temas o núcleos de interés muy diversos y cambiantes.
- La transformación de las realidades sociales en las que operan los sistemas de comunicación, tanto en términos macrosociales (instituciones, sistemas, esferas sociales) como en los ámbitos microsociales (la familia o las formas de consumo individual) generan continuamente preguntas nuevas.
- Los medios, y los procesos de comunicación que generan, son objeto de interés de diversas disciplinas o campos de las ciencias sociales y las humanidades, como pueden ser la economía, la política, la sociología, la antropología, la literatura, la semiótica. Adicionalmente las ciencias sociales se han transformado mucho con el desarrollo de perspectivas

nuevas como las de los sistemas mundo, el post-colonialismo, la modernidad reflexiva, entre otras.

- La diversidad de intereses extra-académicos (económicos, políticos y sociales) que intervienen en los procesos de investigación académica.
- Las características propias del proceso de institucionalización del campo académico de la comunicación.
- Los rasgos individuales de los agentes del propio campo.

La operación multidimensional de los medios de comunicación y la consecuente multiplicidad de formas de acercamiento a éstos como objetos empíricos ha generado esta amplia gama de enfoques teórico – metodológicos así como una gran diversidad de temas – objetos construidos.

Tomando en cuenta las regiones que se consideraron para el presente estudio podemos señalar algunas conclusiones particulares para cada una de ellas:

Ámbito internacional

Podemos afirmar que en los últimos diez años, en los estudios de medios a nivel internacional, se conservan las tendencias de investigación que dieron origen al campo, es decir, investigaciones más centradas en el momento de la producción del proceso de comunicación y especialmente en su dimensión política. A pesar de lo anterior hay esfuerzos sistemáticos relevantes por analizar su dimensión cultural. La tendencia también se puede corroborar si atendemos a que uno de cada dos de los artículos publicados está centralmente interesado en el proceso de producción.

Siguiendo el proceso de desarrollo histórico del campo que pasó de atender el proceso de producción a centrar su interés en los mensajes y posteriormente los procesos de recepción, podemos afirmar que los datos muestran una tendencia similar, en donde uno de cada cuatro artículos publicados analiza los mensajes y sólo uno de cada cinco atiende los procesos de recepción.

Los datos presentados son una muestra de la diversidad y fragmentación de los estudios de medios. Aunque aparecen aspectos más estudiados, ninguno alcanza más de 20%. Es evidente que no hay un acuerdo respecto de las dimensiones o momentos del proceso de comunicación que se han de investigar prioritariamente.

Lo que sí aparece como una constante, en relación a los estudios de medios en la última década, es su interés y preocupación por dar cuenta de la dinámica de los medios en relación a grandes procesos sociales como la constitución de la Unión Europea y su impacto en términos políticos y normativos, culturales, y en menor grado, económicos, sobre los sistemas de comunicación. Lo mismo se puede constatar al reconocer el interés que ha generado entre los académicos que estudian los medios, el desarrollo tecnológico, específicamente el impacto político y cultural de la emergencia y desarrollo de la Internet, los nuevos medios y la convergencia tecnológica.

En términos de la discusión académica, encontramos también una preocupación constante por incorporar las discusiones más amplias de las ciencias sociales, a los estudios de comunicación. Es por ello que encontramos esfuerzos por investigar los medios desde perspectivas como el post-colonialismo, el feminismo o la modernidad reflexiva.

Del mismo modo se puede afirmar que las perspectivas teórico – metodológicas con las que se ha investigado los medios de comunicación son parciales, por ello se requiere articular nuevas perspectivas que permitan construir objetos multidimensionales y que integren los tres momentos del proceso de comunicación.

Estados Unidos

Las tendencias de los estudios de medios, que se pueden recuperar a partir del análisis de los datos aquí presentados, muestran un predominio claro por ciertas áreas de investigación. El estudio de la dimensión cultural de la recepción, evidente en estas publicaciones, parecería mostrar un cierto avance en el acuerdo respecto de los temas y problemas pertinentes para la investigación y estudios de medios. Sin embargo sería necesario realizar una revisión más amplia de otras publicaciones para poder afirmar esto con certeza.

Por lo menos podemos aventurarnos a afirmar que, para el caso de dos publicaciones influyentes en el campo de los estudios de comunicación en Estados Unidos, hay una clara tendencia, estable durante la última década, en el interés por estudiar la dimensión cultural de los procesos de recepción de la comunicación.

Se puede formular la hipótesis tentativa de que en los estudios de medios estadounidenses ha tenido un gran impacto la propuesta, formulada en las décadas de

1970 y 1980, de los estudios culturales de la Escuela de Birmingham y recuperada, como una visión crítica hacia los estudios de medios en Estados Unidos, por J. Carey (1989).

En última instancia, queda claro que para el caso de las publicaciones estadounidenses analizadas, la fragmentación de los estudios de medios es significativamente menor que la que aparece en las publicaciones internacionales. Para algunos esto puede resultar esperanzador aunque para otros esto significa dejar de lado temas muy importantes y tradicionales en el estudio de medios.

Llama mucho la atención que los datos presentados demuestren que hay realmente muy poco interés en aquellos aspectos que dieron origen al campo. Es muy marginal la presencia de artículos que busquen explicar a dar cuenta de la dimensión política y / o económica de los procesos de producción. Hay en los estudios de medios estadounidenses una larga trayectoria y experiencia de investigaciones de este tipo, aunque casi no aparecen en el corpus revisado.

Lo anterior puede quizá explicarse si indagamos un poco más respecto de las políticas editoriales de las dos revistas analizadas. También podríamos pensar que en la sociedad estadounidense cobran cada vez mayor relevancia temas sociales como la migración, el feminismo, los problemas raciales, entre otros y que ello ha llevado a los investigadores de la comunicación a abordar con mayor interés estos temas. Esto sería consistente con el comportamiento de la investigación internacional en la que encontramos, como quedó señalado anteriormente, un gran interés y preocupación por dar cuenta de la dinámica de los medios en relación con grandes procesos sociales.

La nota esperanzadora en estas conclusiones es, quizá, que hay una clara tendencia, en los estudios estadounidenses sobre los medios, a hacer trabajos que integren o articulen los tres momentos de los procesos de comunicación o las tres dimensiones sociales en sus análisis. No es despreciable el dato de que, en ambos casos, se ha duplicado el número de artículos publicados que cumplen con estas características, en los cinco años más recientes de la década.

México

En México durante la última década los estudios de medios han abordado prioritariamente la dimensión política de los procesos de producción de comunicación.

Considero que este desplazamiento de interés, que se ve reflejado en los cinco años más recientes, está relacionado con la transición política que ha experimentado el país.

Con la llegada de un presidente del partido Acción Nacional al poder ejecutivo federal, después de casi 70 años de gobierno unipartidista en México, se dio un paso muy importante en términos de apertura política. Esto se vio reflejado tanto en los medios como en los estudios de medios.

Desde unos años antes, pero con mayor intensidad durante el gobierno panista, las expresiones críticas hacia los políticos se incrementaron, tanto en forma de sátira y humor (que ya estaba presente) como a través de la espectacularización de noticias que involucran a importantes agentes políticos. Expresión de ello son los video – escándalos o las multipublicadas llamadas telefónicas secretas como las del “gober precioso” y otras. Adicionalmente, con la llegada de un nuevo gobierno al poder se alimentaron las esperanzas de contar con una legislación más adecuada y actualizada que reglamentara los medios de comunicación.

Estos elementos del contexto sociopolítico mexicano llevaron a los estudiosos de los medios a trabajar sobre estos temas y a regresar a una de las preguntas que dieron origen al campo, el papel político de los medios de comunicación.

Por otro lado, desde el contexto académico más amplio de las ciencias sociales, los esfuerzos inter y transdisciplinarios se hicieron presentes en los estudios de medios. Este contexto particular y el impacto de los estudios culturales se ve reflejado en el incremento del interés, en los estudios de medios, por abordar la dimensión cultural de los mismos, así como a buscar una articulación e integración mayor. Sin embargo es notable el descuido respecto de la dimensión económica de los medios, en un contexto neoliberal y de globalización económica que impacta considerablemente la operación de los sistemas de comunicación en México y sus relaciones con los sistemas de comunicación mundiales.

Los estudios de medios en México coinciden con la tendencia internacional a centrar su atención en la dimensión política de los procesos de producción, atención que quizá esté marcada, para ambos casos, en los procesos sociopolíticos de los países en los que se realiza la investigación.

Además los estudios de medios en México coinciden con la tendencia estadounidense a darle mayor importancia a la dimensión cultural, quizá este desplazamiento esté influenciado tanto en México como en Estados Unidos por el dinamismo propio de las ciencias sociales.

Algunas consideraciones finales

Aunque en la historia del campo se pueden reconocer trabajos sistemáticos y consistentes a lo largo del tiempo y que han generado acumulación de conocimiento, es evidente que en muchas ocasiones cada uno trabaja aislado de los otros.

Se han consolidado, a lo largo del tiempo, algunas perspectivas para abordar los medios de comunicación, como los estudios de economía política, estudios de opinión pública, estudios culturales, estudios de la recepción, estudios de las industrias culturales, y muchos otros, sin embargo la dificultad para construir una perspectiva más integradora permanece.

Una de las constantes más notables en los estudios de comunicación de los últimos 10 años, y quizá una de las características de este subcampo, es la atención a los procesos sociales de los países en los que se realiza la investigación. Los cambios sociopolíticos y socioculturales de estas sociedades han llevado a los estudios de medios a modificar sus centros de atención y temas – objeto de trabajo, aún cuando la velocidad con la que estos procesos ocurren en la sociedad no es ‘alcanzada’ por la investigación.

Esto es quizá una señal de que en el fondo se comparte la idea de que la comunicación es un proceso estructurante de la sociedad y aunque no se ha logrado construir una perspectiva teórico – metodológica que ayude a comprender y explicar el fenómeno en toda su complejidad, hay evidencia de que hacia allá habrá que dirigir los esfuerzos de la investigación. Quizá una de las vías para lograrlo es, por lo menos en el campo académico de la comunicación en México, abrirnos a un debate crítico que nos permita construir en común.

Referencias Bibliográficas

Bryant, J. & D. Miron. (2004). “Theory and Research in Mass Communication” en *Journal of Communication*. Nueva York: Sage Publications.

Carey J. W. (1989). *Communication as Culture. Essays on Media and Society*. New York & London: Routledge

Ortiz, R. (1999). "Ciencias sociales, globalización y paradigmas", en Reguillo y Ffuentes (coords.), *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*. Guadalajara: ITESO, pp.17-46.

Downing, J. D.H. et al (2004). *The Sage handbook of media studies*. Thousand Oaks, California: Sage publications.

Pietilä V. (1994). "Perspectivas on our past: charting the histories of mass communication studies" *Critical studies in mass communication Vol. 11 no. 4* Pp. 346 – 361.

Thompson, J. B. (1995). *Ideología y Cultura Moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: UAM-UX.

Thompson, J. B. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. España: Paidós.

Wallerstein. I. (2004). *The uncertainties of knowledge*. Phildalephia: Temple University Press. pp.7-58