

INNOVACIONES Y FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Coordinadora
Lizy Navarro Zamora

Prólogo
Fernando Oliveira Paulino

INNOVACIONES Y FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

INNOVACIONES Y FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

LIZY NAVARRO ZAMORA
(coordinadora)

FERNANDO OLIVEIRA PAULINO
(prólogo)

RAÚL FUENTES NAVARRO

RAÚL TREJO DELARBRE

ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ

INÉS CORNEJO PORTUGAL

JOSÉ CARLOS LOZANO RENDÓN

JAVIER ESTEINOU MADRID

LIZY NAVARRO ZAMORA

ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA

Innovaciones y fundamentos de la Comunicación

Primera edición: México, 2025

D.R. © Asociación Mexicana de Investigadores
de la Comunicación (AMIC)

D.R. © Alma Rosa Alva de la Selva

D.R. © Inés Cornejo Portugal

D.R. © Javier Esteinou Madrid

D.R. © Raúl Fuentes Navarro

D.R. © José Carlos Lozano Rendón

D.R. © Lizy Navarro Zamora

D.R. © Fernando Oliveira Paulino

D.R. © Enrique E. Sánchez Ruiz

D.R. © Raúl Trejo Delarbre

ISBN para libro físico: 978-607-69781-8-4

ISBN para libro digital: 978-607-69781-9-1

Editor: Alexandro Roque

Se permite la reproducción citando la fuente.

Impreso y hecho en México / *Printed and made in México*

Índice

Prólogo: AMIC: un faro esencial para la Comunicación dentro y fuera de América Latina FERNANDO OLIVEIRA PAULINO	7
Prsentación: AMIC: LIZY NAVARRO ZAMORA	13
Campo académico de la comunicación, cuestiones a refrendar y renovar RAÚL FUENTES NAVARRO	17
La academia pública. El comprometido ejemplo de Beatriz Solís RAÚL TREJO DELARBRE	39
El Marco Histórico-Estructural: una propuesta crítica para el estudio de la economía política de los medios y las industrias culturales ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ	61
Involucrarse, escucharse y acompañarse: la horizontalidad como anhelo INÉS CORNEJO PORTUGAL	73
¿Y los estudios de flujos? Retomando la investigación de los flujos audiovisuales transnacionales en tiempos de las plataformas de video bajo demanda JOSÉ CARLOS LOZANO RENDÓN	85

Segundo piso de la Cuarta Transformación: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?	
JAVIER ESTEINOU MADRID	93
El ciberperiodismo y la Inteligencia Artificial, así como la comunicación de la ciencia, temas emergentes e innovadores	
LIZY NAVARRO ZAMORA	119
Innovación tecnológica e investigación: el fenómeno del IdC	
ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA	149
Acerca de los autores	163

Prólogo

AMIC: un faro esencial para la Comunicación dentro y fuera de América Latina

FERNANDO OLIVEIRA PAULINO¹

La comunicación es un concepto multidimensional y puede ser comprendida tanto como campo académico y como práctica social, constituyendo uno de los ejes más dinámicos de las transformaciones contemporáneas dentro y fuera de América Latina.

Para contribuir con análisis y reflexiones sobre actividades de enseñanza, investigación y extensión, asociaciones científicas y académicas han buscado organizar eventos y sistematizar publicaciones. Tal es el caso de esta obra.

Este libro colectivo, impulsado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), reúne a reconocidos académicos, quienes, desde distintas perspectivas, exploran los dilemas, tensiones y horizontes de la investigación en comunicación.

El presente prólogo busca situar estas contribuciones en un marco común, subrayando la relevancia de sus propuestas y ofreciendo al lector un recorrido inicial por los temas que se abordan en los capítulos.

Desde una retrospectiva histórica, Raúl Fuentes Navarro ofrece una mirada autocrítica sobre la institucionalización académica de la comunicación en México, un “ejercicio de retrospección y revisión autocrítica del trabajo académico desarrollado a lo largo de más de cuatro décadas en México”. En estas palabras se condensa la experiencia de un investigador que no sólo ha sido testigo, sino protagonista de la consolidación del campo, enfatizando los retos de renovarlo en un contexto de creciente digitalización y diversificación temática.

Al abordar la problematización del campo académico de la comunicación, Fuentes Navarro propone una visión que se fundamenta en la teoría de Pierre Bourdieu, la cual define el *campo* como un “espa-

¹ Profesor de la Universidad de Brasilia, investigador del CNPq, presidente de la Asociación de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC). Email: paulino@unb.br

cio” sociocultural de posiciones objetivas, donde los agentes luchan por la apropiación de un capital común. Esta perspectiva autorreflexiva permite un análisis más profundo de las dinámicas de poder que subyacen a la producción de conocimiento y a las tensiones entre los investigadores, sus instituciones y su entorno.

El libro igualmente cuenta con un texto de Raúl Trejo Delarbre, quien aporta una mirada sobre la responsabilidad social de la academia pública, tomando como referencia la figura de Beatriz Solís, persona que reúne acciones y estímulos como resultado de sus contribuciones académicas, profesionales y personales. El planteamiento de Raúl Trejo es claro: “la participación de los académicos en los asuntos públicos asume diversas modalidades e intensidades pero siempre implica ir más allá del campo, reconocerse en la realidad de la que forman parte”.

De esta manera, el autor coloca en el centro del debate la vocación pública del conocimiento y la necesidad de un compromiso ético con la sociedad, y en ello Beatriz Solís es una referencia en muchos niveles.

El marco histórico-estructural, presentado por Enrique Sánchez Ruiz, aporta un andamiaje crítico para el estudio de la economía política de los medios y las industrias culturales. Sánchez Ruiz señala que “la invitación de Lizy Navarro para contribuir a este volumen presuponía generosamente que uno habría hecho alguna ‘contribución’ al desarrollo del campo en nuestro país”. Con esta afirmación, el autor subraya la importancia de reconocer trayectorias colectivas, al mismo tiempo que se revisan críticamente los modelos teóricos que han orientado la disciplina.

Su aporte se inscribe en una tradición de pensamiento que busca develar las estructuras de poder detrás de las industrias mediáticas, sin perder de vista la especificidad de los contextos latinoamericanos que, en síntesis, están dentro y fuera de las iniciativas y deben ser tomados como parte constitutiva de las análisis.

El libro *Innovaciones y fundamentos de la comunicación* también abre espacio para pensar en la investigación como práctica participativa y transformadora. Inés Cornejo Portugal plantea la horizontalidad como anhelo, en un esfuerzo por cuestionar los marcos normativos heredados de la academia.

La investigadora recuerda que “la investigación en Comunicación vive una tensión constante entre los enfoques estandarizados y normativos heredados de la formación académica y las propuestas teórico-metodológicas innovadoras”. Al proponer un involucramiento activo y dialógico, la autora invita a reconectar la investigación con la escucha, la cercanía y el acompañamiento, valores imprescindibles

para un campo que estudia fenómenos profundamente humanos.

La contribución de la doctora es esencial para fortalecer una interpretación y una práctica relacionada a la participación, no solo como acción de interacción. Participación presupone compartir el poder.

José Carlos Lozano Rendón propone retomar los estudios de flujos audiovisuales desde una dimensión transnacional, frente a la irrupción de las plataformas de video bajo demanda (*streaming*). Según advierte, “la investigación de la comunicación en México en particular y en América Latina en general se ha caracterizado por tender a ser coyuntural y a seguir modas teóricas”.

Al traer de vuelta la agenda de los flujos, Lozano resalta la necesidad de mirar más allá de las fronteras nacionales y de los intereses inmediatos, proponiendo un análisis que reconozca la interdependencia global en el consumo cultural e, igualmente, estimule reflexiones no apenas sobre los contenidos audiovisuales, sino los flujos y procesos de producción, distribución y acceso.

Desde una visión crítica, Javier Esteinou se detiene en el papel de los medios públicos en el México actual, cuestionando la delgada línea entre información gubernamental y auténtico servicio a la democracia.

El autor afirma que “la existencia de una sociedad democrática exige la indispensable presencia de medios de comunicación independientes de los aparatos gubernamentales”. Esta observación no sólo interpela a la tradición latinoamericana de sistemas mediáticos, sino que coloca al lector frente a un dilema persistente: ¿cómo garantizar la autonomía comunicativa en contextos de profundas asimetrías políticas? Encontrar respuestas para tal cuestión es esencial para fortalecer la Comunicación Pública, todavía pendiente de soporte, comprensión e institucionalidad.

En su texto, Lizy Navarro Zamora aborda la profunda transformación que el periodismo ha experimentado con el surgimiento del ciberperiodismo y, más recientemente, con la irrupción de la Inteligencia Artificial (IA). La autora destaca la disparidad tecnológica entre los países desarrollados y América Latina. Mientras en Europa y otras naciones el periodismo electrónico evolucionó a través de sistemas como el videotexto y el teletexto, en la región latinoamericana estos no fueron implementados.

El capítulo analiza cómo la IA, desde la creación de la primera noticia automatizada en 2014, ha impactado en las rutinas de los periodistas, planteando preguntas sobre la ética, el derecho a la información y la brecha entre quienes tienen acceso a estas herramientas

y quienes no. Se subraya que, a pesar de los avances, la IA aún no puede reemplazar las actividades humanas, ya que carece de la ética y la capacidad de juicio crítico inherentes al ser humano.

El documento presenta una investigación rigurosa para ofrecer un diagnóstico detallado. A través de un análisis morfológico se revela que el inglés es el idioma dominante, y que la mayoría de las iniciativas provienen de países desarrollados, dejando a América Latina en una posición más de consumidora que de productora. La investigación también identifica nuevos roles laborales en las redacciones digitales, como el “jefe de estrategias de comunicación emergente con IA” o el “jefe de ingeniería y verificación de datos”. Vemos que la personalización es el futuro del ciberperiodismo, un modelo de negocio impulsado por la IA que debe equilibrarse con la responsabilidad social de informar sobre temas esenciales para el bienestar de la sociedad.

Navarro propone la creación de un plan estratégico para la incorporación de la IA en los medios de comunicación latinoamericanos, y destaca la necesidad urgente de capacitación para los periodistas, quienes en su gran mayoría (97.30 %) no se sienten preparados para utilizar estas herramientas. Enfatiza que la colaboración entre universidades, centros de investigación y empresas es crucial para cerrar la brecha tecnológica y asegurar que el periodismo en la región no se quede rezagado. El texto es una valiosa herramienta que busca generar conocimiento científico y ser un recurso de capacitación para colegas y empresas, al promover un periodismo innovador y socialmente relevante en un contexto de constantes desafíos y transformaciones.

La reflexión sobre innovación tecnológica aparece con fuerza en el capítulo de Alma Rosa Alva de la Selva, quien analiza el fenómeno del Internet de las Cosas (IdC) como parte de la llamada *sociedad de la información*. En sus palabras, “en los inicios de los dos miles, en el marco del surgimiento de la llamada Sociedad de la Información, en paralelo a otros investigadores, Bérnard Miége analizó un fenómeno entonces incipiente”.

La autora resalta cómo el IdC no es sólo un avance técnico, sino una transformación que redefine las relaciones sociales, económicas y culturales, exigiendo nuevas metodologías para comprender la interacción entre sujetos, datos y dispositivos. La autora añade que esta perspectiva se enmarca en la Economía Política de la Comunicación (EPC), la cual ha reforzado sus postulados teóricos para abarcar fenómenos comunicacionales contemporáneos.

La EPC, de acuerdo con Alva de la Selva, se enfoca en el estudio de las relaciones sociales y de poder en la producción, distribución y consumo de recursos, incluyendo los de comunicación, y permite un análisis más profundo de las estructuras de concentración, las políticas de comunicación y otros aspectos económicos del funcionamiento de los medios.

Este conjunto de aportes permite advertir la vitalidad de la investigación en comunicación en México y su permanente contribución para la enseñanza, la investigación y la extensión en América Latina. Desde los dilemas de los medios públicos hasta la economía política, desde los flujos audiovisuales hasta la innovación tecnológica, desde la institucionalización académica hasta la vocación pública de los investigadores, se configura un mosaico plural que refleja la riqueza y la complejidad del campo.

Las/os lectoras/es encontrarán en estas páginas no sólo diagnósticos, sino también propuestas y horizontes para el futuro. El desafío aquí planteado es cómo articular estas miradas para fortalecer la comunicación como disciplina crítica, socialmente responsable y atenta a los cambios de la era digital.

Cada vez más cerca de sus cincuenta años de actividades continuas, AMIC reafirma, con esta obra colectiva, su papel como espacio de encuentro, debate y construcción de saberes en un momento en que las sociedades latinoamericanas requieren, más que nunca, una comunicación plural, autónoma y comprometida con la democracia.

Que la Asociación Mexicana de Investigadores/as de la Comunicación siga siendo un faro para la región, estimulando cada vez más actividades de promoción del intercambio científico, la reciprocidad académica, la Comunicación Pública de la Ciencia, el Acceso a la Información, el Derecho a la Comunicación y la promoción de la Ciudadanía y de la Democracia.

Larga vida a AMIC y sus integrantes. Mucho futuro habrá siempre para quienes reconocen su pasado, interpretan su presente, debaten y programan actividades futuras.

Presentación

Innovaciones y Fundamentos de la Comunicación

En este libro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) reconocemos que las innovaciones no funcionan sin el reconocimiento de los fundamentos de nuestro quehacer, de sus orígenes; por ello, se ubican los conceptos de innovación y fundamentos, ambos elementos esenciales en la investigación científica básica y en la aplicada de la comunicación e incidencia social.

Cada decisión de investigación científica conlleva diferentes desafíos para quienes nos dedicamos al campo de la comunicación en problemáticas específicas y con propuestas innovadoras, desde aspectos básicos como la diversidad de las coexistencias del ser humano, los usos públicos de las mediaciones y sus formas de organizarse, hasta temas emergentes, como el uso de la inteligencia artificial generativa (IAG).

Es importante contextualizar la formalidad académica y científica como Asociación Civil de la AMIC, la cual fue constituida el día 24 de abril del año 1979, en una Asamblea realizada en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco; en dicho acto se definió la investigación científica como uno de los ejes centrales de la organización.

AMIC fue registrada formalmente como Asociación Civil en el año 1993, con todo el reconocimiento que ello representa en México, y con una vigencia de 99 años. En el país existen otras organizaciones; sin embargo, AMIC es la que tiene la mayor solidez en torno a la investigación científica del campo de la comunicación, con una presencia en América Latina y en otros espacios mundiales.

La investigación científica es parte de la esencia de AMIC. Con

base en los Estatutos de la Asociación, se establece en el Artículo Cuarto, Punto 1: “Promover todo tipo de actividades relacionadas con la investigación y difusión de la cultura en el área de las denominadas Ciencias de la Comunicación, tanto a nivel nacional, como internacional”.*

Para integrar este libro, se invitó a miembros del Comité Científico, a pilares de la Comunicación y a ex Presidentes anteriores al año 2000. Como un gran resultado, se recibieron las reflexiones que aquí se presentan del: Dr. Raúl Fuentes Navarro, Dr. Raúl Trejo Delarbre, Dr. Enrique E. Sánchez Ruiz, Dra. Inés Cornejo Portugal, Dr. José Carlos Lozano Rendón, Dr. Javier Esteinou Madrid, Dra. Alma Alva de la Selva y quien escribe esta presentación.

La trayectoria de las autoras y los autores son indiscutibles en la investigación científica de la comunicación; sus aportaciones siempre han sido y serán brújulas en nuestras carreras como investigadores e investigadoras, sus reflexiones cobran una trascendencia de aprendizaje colectivo y a partir de la experiencia de ellos y ellas.

Agradezco al Dr. Fernando Oliveira Paulino, Presidente de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), escribir el prólogo del libro y que finaliza con el siguiente texto: “Larga vida a AMIC y sus integrantes. Mucho futuro habrá siempre para quienes reconocen su pasado, interpretan su presente, debaten y programan actividades futuras”.

Es importante dejar testimonio aquí de que este proyecto es paralelo a lo que hemos llamado “Las Cápsulas del Tiempo AMIC”, las cuales son reflexiones profundas en torno a lo que más ocupa en el campo de la comunicación y que serán guardadas durante 20 años, escritas tanto en español como en lengua pame, este mes de septiembre del año 2025 y se quedarán en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Univesridad Autónoma de San Luis Potosí. La y lo invitamos a visitar ya este espacio, y esperemos ver su apertura en el año 2045.

En las “Cápsulas del Tiempo” están las reflexiones de (en orden alfabético): Dra. Carmen de la Peza Casares; Dra. Fátima Fernández Christlieb; Dr. Guillermo Orozco Gómez; Dra. Inés Cornejo Portugal; Dr. Javier Esteinou Madrid; Dr. José Carlos Lozano Rendón; Dra. Patricia Ortega Ramírez; Dr. Raúl Fuentes Navarro; Dr.

Raúl Trejo Delarbre; Dra. Sarah Corona Berkin y de quien escribe esta presentación.

Lo anterior es parte de la gestión del Comité actual, en este periodo se han realizado actividades de difusión como conferencias virtuales, llamadas “webinarios”; se tuvo el Encuentro de Puebla, en la UPAEP en el año 2024, “Encuentro Nacional e Internacional Comunicación e Inteligencia Artificial”; el congreso en la Universidad de Sonora del año 2025 nombrado “Encuentro Nacional e Internacional Comunicación e Incidencia Social”; los boletines de investigación científica; las presentaciones de libros en las Vocalías Noreste, Noroeste y Sureste, etcétera.

En el ámbito editorial, en el año 2024 se publicaron los siguientes libros científicos en los cuales participaron investigadores miembros AMIC y quienes desarrollan esta tarea en lo largo y ancho de México: *Inteligencia Artificial y Comunicación*; *Comunicación de la Ciencia y Educación*; *Comunicación e Incidencia Social*; así como *Periodismo*, *Comunicación Política y Política de la Comunicación*.

En este año 2025 se lograron dos obras muy importantes, el libro de *Resúmenes de Ponencias Presentadas del XXXVI Encuentro Nacional e Internacional AMIC. Comunicación e Incidencia Social* y con esta obra *Innovaciones y Fundamentos de la Comunicación* finalizamos el plan de trabajo del Comité que fue presentado en septiembre del año 2023.

La importancia del trabajo de AMIC también radica en que de los y las Miembros AMIC que pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores (SNI) de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (Secihti) de México, tenemos los siguientes datos: Candidatos, 9.6 %; Nivel 1, 29.1 %; Nivel 2, 8.3 %; Nivel 3, 1.5 %, Emérit@, 1.5 %; y 50 % no tienen la distinción. Del total de miembros 43.1 % son hombres y 56.9 % mujeres.

De las y los participantes con ponencia en el reciente XXXVI Encuentro Nacional e Internacional AMIC. Comunicación e Incidencia Social, la pertenencia al SNI es la siguiente: Candidatos, 12 %; Nivel 1, 20.8 %; Nivel 2, 4.1 %; Nivel 3, 1.1 %, Emérit@ 0.3 %; y 62 % son investigadores e investigadoras sin reconocimiento. Con la participación de 42.4 % hombres y 57.6 % mujeres.

Al ser de acceso libre, *Innovaciones y Fundamentos de la Comunicación* podrá ser consultado por estudiantes de licenciatura y de posgrado, el cuerpo docente, las y los investigadores, las ins-

tituciones, las empresas, las organizaciones del tercer sector y la sociedad en general. Gracias a las y los miembros AMIC que han colaborado en los proyectos del Comité y a las y los investigadores que aún no forman parte de esta comunidad.

Hoy enfrentamos nuevos retos científicos, en la investigación básica de la comunicación y en la investigación con incidencia social, cada vez se hace más necesario disponer de estos libros para atender las problemáticas que atañen en diferentes esferas sociales.

¡Las y los invitamos a leer esta obra!

Dra. Lizy Navarro Zamora*
Presidenta AMIC 2023-2025
lizy@uaslp.mx

*Dra. Lizy Navarro Zamora (lizy@uaslp.mx). Presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), miembro del Sistema Nacional de Investigadores nivel 2 del SNI de la Secihti. y Perfil Prodep. Doctora por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), Profesora de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) y Psicología de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP). Líneas de Investigación Científica: IA, Ciberperiodismo, Comunicación de la Ciencia, Educación-TIC. Divulgadora de la Ciencia, Periodista, Profesora, Investigadora Científica Social.

Campo académico de la comunicación, cuestiones a refrendar y renovar

RAÚL FUENTES NAVARRO

Este ensayo forma parte de un ejercicio de retrospección y revisión autocrítica del trabajo académico desarrollado a lo largo de más de cuatro décadas en México, con el propósito general de *interpretar* los procesos de institucionalización académica del estudio de la comunicación, los factores y circunstancias más influyentes que han determinado esos procesos, y los límites de la comprensión que esas interpretaciones han demostrado. Más específicamente, se trata de someter a revisión algunas de las preguntas que han orientado el trabajo, para evaluar cómo ese recurso metodológico esencial podría o debería ser modificado o renovado. Para facilitar la exposición, se retoman fragmentos de textos publicados anteriormente, que son debidamente referidos y reformulados, acerca de tres ángulos problemáticos centrales.

La problematización del *campo académico* de la comunicación en México¹

¿Qué provecho científico puede haber en tratar de descubrir lo que implica el hecho de pertenecer al campo académico, ese lugar de permanente pugna por la verdad del mundo social y del campo académico mismo, y el hecho de ocupar una determinada posición dentro de él, definida por un cierto número de propiedades, una educación y un entrenamiento, cualificaciones y estatus, con todas sus formas concomitantes de solidaridad o membresía? En primer lugar, es una oportunidad para neutralizar conscientemente las probabilidades de error que son inherentes a una posición, entendida como un punto de vista que implica un cierto ángulo de visión y por ello una forma particular de introspección y de ceguera. Pero sobre todo, revela los fundamentos sociales de la propensión a teorizar o a intelectualizar, inherente

¹ Textos básicos de referencia de esta sección: Fuentes (1995 y 2005).

a la postura misma del académico que se siente libre de apartarse del juego para conceptualizarlo y asumir el objetivo, que atrae el reconocimiento social de ser científico, de lograr una panorámica del mundo obtenida desde un punto de vista externo y superior
(Bourdieu, 1988a: xiii).

Siguiendo el ejemplo del espíritu inquisitivo del sociólogo francés Pierre Bourdieu (1930-2002) sobre “las categorías de pensamiento con las que pensamos”, conviene fundamentar el objetivo principal de este trabajo, la revisión de las dinámicas de constitución social de los estudios sobre la comunicación y sus condiciones de desarrollo como proyecto académico-social en México, en el reconocimiento de la propia categoría *bourdieuana* de “campo”, aunque esto refuerce el desplazamiento de fundamentos teóricos de disciplinas relativamente más sólidas (como las sociologías) hacia un campo con acusada debilidad disciplinaria (el de la comunicación).

El término “campo”, como muchos otros empleados en las ciencias sociales y las humanidades, y en la revisión misma de las condiciones de desarrollo de sus especialidades, es peligrosamente polisémico. Entre sus diversas acepciones, se ha utilizado traducido del inglés (*field*) para denominar simple y territorialmente un área de estudio o una disciplina. En mis propios análisis de la institucionalización (social e intelectual) de los estudios académicos sobre la comunicación en México, he preferido el empleo que en francés (*champ*) le dio Bourdieu, como “espacio” sociocultural de posiciones objetivas donde los agentes luchan por la apropiación del capital común.

Los “campos”, estructuradores y reproductores de la vida social en las sociedades modernas, son para Bourdieu espacios estructurados en los que hay reglas del juego y objetos por los que se juega. Es decir, en cada campo hay intereses específicos que son irreductibles a los objetos e intereses propios de otros campos, y que sólo son percibidos por quienes están dotados del *habitus* correspondiente, o cultura (de una época, de una clase o de un grupo) en tanto que interiorizada (“incorporada”) por el individuo, bajo la forma de “disposiciones duraderas que constituyen el principio de su acción” (Bourdieu, 1988b: 22).

De manera que, al considerar los campos científicos como campos de producción simbólica, no pueden entenderse sus productos (el conocimiento) sin tomar en cuenta a los agentes productores (investigadores) y las condiciones sociales (institucionalizadas) de su pro-

ducción (Bourdieu, 1975, 2000). En este sentido, el *habitus* es a la vez un “oficio”, un capital de técnicas, de referencias, y un conjunto de creencias que comparten los investigadores que integran un campo.

El *habitus* es a la vez un sistema de esquemas de producción de prácticas y un sistema de esquemas de percepción y de apreciación de las prácticas y, en los dos casos, sus operaciones expresan la posición social en la cual se ha construido. En consecuencia, el *habitus* produce prácticas y representaciones que están disponibles para la clasificación, que están objetivamente diferenciadas; pero que no son inmediatamente percibidas como tales más que por los agentes que poseen el código, los esquemas clasificatorios necesarios para comprender su sentido social (Bourdieu, 1988b: 134).

La teoría de los campos concibe, entonces, a la actividad científica como generadora de productos simbólicos cuyo sentido compartido es la clave primordial de su propia transformación, y la caracteriza como un proceso sociocultural e ideológico fundado en la trama de las relaciones sociales (Bourdieu, 1988a), es decir, como *una red de prácticas de comunicación*. La especificidad del campo científico radica en el “interés” que pone en juego: en él se lucha por el “monopolio de la competencia científica”, según proyectos que son “a la vez teóricos y políticos”. En otras palabras, no pueden distinguirse determinaciones de las prácticas que sean puramente científicas o puramente sociales: en la lucha por la autoridad científica, la “única singularidad es que opone entre sí a productores que tienden a no tener otros clientes que sus mismos competidores” (Bourdieu, 1975: 117).

La relación entre “habitus” e “instituciones” (historia *encarnada* e historia *objetivada* del campo, respectivamente) según Bourdieu, así como la relación entre “actores” y “estructuras” según Giddens (1984), permiten sustentar teóricamente, por un lado, el carácter dialéctico de la mutua constitución entre prácticas e identidades subjetivas y los campos o sistemas objetivos, es decir, la dinámica de la *reproducción sociocultural*, y por otro, la posibilidad de objetivar esas relaciones mediante el análisis de las formaciones discursivas con que los sujetos se las representan como “significados” (que son el producto de la interpretación subjetiva de la información del entorno) y las comparten como “sentido” (que es el producto pragmático de la interacción comunicativa entre sujetos).

De esta manera, el concepto de *campo académico* (homologable al de “campo científico”), operado auto-reflexivamente desde su corres-

pondiente *habitus* en un proceso de “objetivación participante” (Bourdieu, 1989), sirve para captar analíticamente las relaciones entre los sistemas de representaciones que subyacen a las prácticas de sujetos empíricos. Estas prácticas, a su vez, constituyen el propio campo como “espacio” de tensiones entre sujetos, entre sujetos y estructura, y entre la estructura y el entorno sociocultural en que se constituye el campo.

Así, el estudio realizado como tesis doctoral entre 1991 y 1995 (Fuentes, 1995, 1998) sobre la emergencia del campo académico de la comunicación en México, diseñado como un análisis sociológico realizado “desde adentro” del propio campo y con pretensiones de influir (*praxeológicamente*) sobre él, supuso un ejercicio de apropiación crítica de los aportes teórico-metodológicos de Bourdieu y los de Anthony Giddens (1984) y John B. Thompson (1993) entre otros autores, y se desarrolló mediante la construcción de *modelos heurísticos*, uno de los cuales definió nueve procesos de estructuración, sobre los cuales había que acopiar e interpretar información empírica:

Escala individual de estructuración:

- Procesos de constitución de los sujetos (trayectorias académicas, opciones vocacionales, orígenes sociales).
- Procesos de formación/conformación del *habitus* (esquemas de percepción, valoración y acción).
- Procesos de profesionalización (como apropiación de recursos y esquemas de competencia académica y como calificación y ubicación laboral en una institución específica).

Escala institucional de estructuración:

- Procesos de institucionalización social u organización (como programas institucionales y como formación de una “comunidad científica” a través de asociaciones y publicaciones académicas).
- Procesos de institucionalización cognoscitiva (conformación de una “matriz disciplinaria” articuladora y generadora del sentido de las prácticas científicas legítimas).
- Procesos de especialización de la producción científica (en términos de intercambios intra- e interdisciplinarios).

Escala sociocultural de estructuración:

- Procesos de auto-reproducción del propio campo, mediante la formación e incorporación de investigadores en el mercado laboral académico.

- Procesos de legitimación social del campo ante el Estado y la sociedad civil, manifestos en la obtención de “autoridad científica” y de “autonomía relativa” y en los usos sociales de sus productos.
- Procesos de asimilación/acomodación del sentido (utópico) del campo y de las prácticas en el cambiante entorno sociocultural de la “realidad” (Fuentes, 1995: 140).

En el estudio referido se utilizaron tres fuentes principales de información empírica: una extensa sistematización documental de la producción académica del campo (Fuentes, 1988; 1996); una encuesta que incluía tres cuestionarios de diversa índole, respondida por 41 de los 80 sujetos abordados; y una serie de 24 entrevistas abiertas con investigadores de la comunicación, además de una gran cantidad de fuentes secundarias. Sobra decir que, a pesar de su gran volumen, esa información estuvo lejos de ser exhaustiva, además de que corresponde al periodo de su recolección “en campo” (1992-1994). También, por supuesto, que las interpretaciones elaboradas por el autor sobre el objeto son discutibles y “parciales”, tanto en el sentido de limitadas como de “interesadas”. Hay, sin duda, otras versiones, aunque más escasas que las que se consideraría deseable que hubiera “en circulación”, publicadas a partir de 1995, y que en su oportunidad han sido cuidadosamente revisadas.

El trabajo de tesis formuló la pretensión de explicar cómo es que en el entorno sociocultural de México, “en transición” global, dentro de un sistema nacional de educación superior caracterizado por fuertes tensiones tanto internas como externas, la investigación académica de la comunicación emergió en los años setenta en algunas universidades como un proyecto *articulado por la utopía*, atravesó la “crisis” de los ochenta sentando paradójicamente las bases de su *institucionalización*, y enfrentó, en los años noventa, los retos de su consolidación como práctica académica profesionalizada y legitimada (Fuentes, 1995: 105). La *hipótesis* general, diseñada para orientar el estudio a partir de una pregunta central, fue la siguiente:

La estructuración del campo académico de la investigación de la comunicación en México ha estado determinada por la *agencia de sujetos que comparten un proyecto generacional utópico*, fuente primordial del sentido de sus prácticas y de su identidad profesional; esta agencia ha estado a su vez determinada por su situación

en un entorno institucional, disciplinario y social caracterizados por la escasez de recursos, la inestabilidad y la marginalidad, que han limitado su crecimiento, y por su desarticulación de la generación de saberes instrumentales sobre la comunicación, que ha obstaculizado su legitimación social (Fuentes, 1995: 141).

Cinco hipótesis específicas dieron pie, respectivamente, a análisis de los programas de enseñanza e investigación, las asociaciones académicas, las publicaciones, la configuración cognoscitiva del campo y la profesionalización de los investigadores, cuyas tendencias se articulaban en la hipótesis general y en un *modelo heurístico* de la estructuración del campo, con el que concluyó la tesis. Desde el proceso mismo se reconoció como una de las limitaciones del diseño la ausencia de un *análisis prosopográfico* riguroso, que quedó solamente insinuado en la hipótesis al señalar en primer término la determinación de “la agencia de sujetos que comparten un proyecto generacional utópico, fuente primordial del sentido de sus prácticas y de su identidad profesional” y sería el referente de preguntas adicionales a formular. Parte de los bosquejos iniciales de ese análisis se habían producido y publicado ya, antes de la tesis, como producto de un proyecto comparativo de los estudios de comunicación en México y en Brasil, bajo el título *La Comunidad Desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México* (Fuentes, 1991), pero es evidente que durante las más de tres décadas transcurridas esa “comunidad” creció y se diversificó, siguiendo los cambios ocurridos en los entornos socioculturales y en los sistemas educativos y científicos directamente concernidos.

La problematización *postdisciplinaria* del estudio de la comunicación²

Hoy la extensión y el significado de la comunicación se han vuelto virtualmente incontenibles. Estudiar comunicación, como se evidencia cada vez más ampliamente, no es sólo ocuparse de los aportes de un conjunto restringido de medios, sea a la socialización de los niños o los jóvenes, sea a las decisiones de compra o de votación. Ni es sólo involucrarse con las legitimaciones ideológicas del Estado moderno. Estudiar comunicación consiste, más bien, en elaborar argumentos sobre las formas y determinaciones del desarrollo sociocultural como tal. El potencial del estudio de la comunicación, en suma, converge

² Textos básicos de referencia de esta sección: Fuentes, 2003 y 2021.

directamente, y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades
(Schiller, 1996: vii).

La década de 1990, enfática y repetidamente caracterizada en muy diversos ámbitos discursivos por la recomposición de casi todas las estructuras económicas, políticas y culturales del mundo contemporáneo, y por un insidioso “espíritu” de cambio de época, de transición histórica, instaló en muchos círculos intelectuales la urgencia ineludible del cuestionamiento de las premisas sobre las que se habían fundado el trabajo académico y las articulaciones de la producción y la circulación social del conocimiento científico con la toma de decisiones y la distribución del poder en y entre las sociedades. Bajo la imprecisa pero sugerente noción de “globalización”, se congregó un enorme conjunto de debates, cada vez más implicados entre sí, y las certezas disminuyeron, tanto en número como en distinción y alcance práctico.

Una conclusión pareció imponerse hacia el cambio de siglo: la relativa “estabilidad” de los esquemas de pensamiento con respecto al mundo estaba lejos de reestablecerse, suponiendo que se reconociera en el pasado algún momento de equilibrio. La Comisión Gulbenkian (Wallerstein, 1996), por ejemplo, ubicó el origen de las transformaciones históricas requeridas para “abrir las ciencias sociales” en 1945, conforme a la reestructuración del *Sistema-Mundo* resultante de la II Guerra Mundial. Al mismo tiempo, tendió a preferirse una concepción de la ciencia como *práctica sociocultural* (Pickering, 1992) y no como un sistema abstracto de formalizaciones del conocimiento, desde donde se privilegió la atención a los procesos de institucionalización por encima de la configuración de “paradigmas”, y sobre los actores antes que las “estructuras”.

A propósito del movimiento orientado a repensar las ciencias sociales, el investigador brasileño Renato Ortiz advirtió oportunamente, con razón, que

deben evitarse dos actitudes [...] una de ellas, la más conservadora, consiste en tomar a los clásicos como fundadores de un saber acabado, lo que nos conduciría por necesidad a una mineralización del pensamiento. [...] La actitud inversa la representaría el creer que todo ha cambiado, que los tiempos actuales, flexibles, demandarían una ciencia social radicalmente distinta e incompatible con lo que hasta entonces se ha practicado (Ortiz, 1999: 20-21).

En ese sentido, Ortiz se sumaba a las posturas críticas que abogan por una visión histórica amplia y una consideración renovada de los procesos de institucionalización, profesionalización y legitimación de las ciencias sociales, a partir de las cuales habría que emprender su reestructuración.

En el núcleo de estos debates se ubicó la cuestión de la *disciplinariedad*, es decir, de la especialización del trabajo de investigación y de enseñanza y de la erección consecuente de “fronteras” entre especialidades que, institucionalizadas, estructuran el desarrollo científico, una premisa que la sociología de las ciencias había adoptado como postulado básico (Lemaine *et al.*, 1976: 17) y ante la cual la Comisión Gulbenkian formuló como el dilema central de las ciencias sociales precisamente “la superación de la actual estructura de la disciplina” y por ello analizó históricamente los procesos de disciplinarización desde el siglo XVIII, argumentando que “lo que parece necesario no es tanto un intento de transformar las fronteras organizativas como una ampliación de la organización de la actividad intelectual sin atención a las actuales fronteras disciplinarias” (Wallerstein, 1996: 105-106).

Esta Comisión, coordinada por el sociólogo estadounidense Immanuel Wallerstein (1930-2019), incluyó a los estudios de la comunicación, las ciencias administrativas y las ciencias del comportamiento entre los campos “interdisciplinarios” que, después de la segunda guerra mundial, manifestaron un “cuestionamiento interno considerable en torno a la coherencia de las disciplinas y la legitimidad de las premisas intelectuales que cada una de ellas había utilizado para defender su derecho a una existencia separada” (Wallerstein, 1996: 52), y a los estudios culturales como uno de los principales impulsores de la reestructuración tanto de las disciplinas “tradicionales” (la economía, la sociología y la ciencia política) como de la integración de los “supercampos” de las ciencias naturales, las ciencias sociales y las humanidades, en un nuevo patrón emergente, que puede llamarse *postdisciplinarización*, es decir, un movimiento hacia la superación de los límites entre especialidades cerradas y jerarquizadas, y el establecimiento de un campo de discursos y prácticas sociales cuya legitimidad académica y social depende más de la profundidad, extensión, pertinencia y solidez de las explicaciones que produzca, que del prestigio institucional acumulado por un gremio encerrado en sí mismo. Al bosquejar esta reestructuración de las ciencias sociales, el Informe de la Comisión Gulbenkian centró su interés, autorreflexivo, en la praxis: “al tiempo que empezamos a resolver los debates intelectuales, debemos decidir qué hacer en

el nivel organizacional. Es posible que lo primero sea más fácil que lo segundo” (Wallerstein, 1996: 76).

Y, no obstante la dificultad, la tarea de “abrir las ciencias sociales” en una escala mundial desde el espacio de los departamentos universitarios se volvió prioritaria e implicó la discusión tanto como la acción: “nosotros no nos encontramos en un momento en que la estructura disciplinaria existente se haya derrumbado. Nos encontramos en un momento en que ha sido cuestionada y están tratando de surgir estructuras rivales. Creemos que la tarea más urgente es que haya una discusión completa de los problemas subyacentes”, por lo que hay que impulsar las relaciones interinstitucionales, los programas integrados de investigación interdepartamental, la adscripción simultánea de los profesores y de los estudiantes de posgrado a dos departamentos y otros mecanismos que fomenten la autoorganización, la clarificación intelectual y “la eventual reestructuración completa de las ciencias sociales” (Wallerstein, 1996: 111-114).

En México, como en otros países, pueden identificarse desde el cambio de siglo algunos movimientos hacia esa reestructuración “postdisciplinaria” de las ciencias sociales que, con el tiempo, el apoyo y el consenso suficientes para fortalecerse y extenderse, lleguen a bosquejar una situación más promisorio para la investigación. Uno de los signos del movimiento en tal sentido lo representa, precisamente, la proliferación de análisis y diagnósticos de las disciplinas dentro de las cuales se han generado proyectos y hasta programas completos de investigación que rompen sus fronteras tradicionales, tanto por el lado de los objetos como por el de los métodos, reforzando la especialización y la fragmentación, y al mismo tiempo, socavando la identidad profesional de las disciplinas.

A su vez, la necesidad de responder a los desafíos de los entornos socioculturales de cambios tan veloces en el país y en el mundo, ha obligado a muchos investigadores sociales a establecer diálogos y debates *transdisciplinarios* y a incorporar visiones antes ajenas a su trabajo. También, sin duda, han contribuido a ello los mecanismos oficiales de evaluación y de reconocimiento que interpelan y afectan intereses prácticos e inmediatos, que resultan comunes a todos los investigadores. Pero el signo que pudiera ser más elocuente está en los programas de doctorado. Una proporción cada vez mayor, entre los programas de doctorado incluidos en el *Sistema Nacional de Posgrado* de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI) (antes de 2024 denominado *Padrón de Excelencia*

de CONACyT), en el área de Ciencias Sociales y Humanidades, se denominan “en ciencias sociales” y no ya en alguna de las disciplinas.

La mayor parte de los programas de formación doctoral sobre la comunicación, aunque no todos, están hoy sustentados en organizaciones como éstas, y prácticamente la totalidad, aunque se denominen “en Comunicación”, están de hecho abiertos a la transdisciplinariedad o la postdisciplinariedad. Si la formación de investigadores en el nivel académico más alto del sistema educativo reconoce en la práctica que especialización y disciplinarización no son sinónimos, sino que la segunda es una forma propia del siglo XIX para controlar a la primera, y que está abierta la puerta para la reestructuración postdisciplinaria de las ciencias sociales en una forma adecuada al siglo XXI, esta hipótesis puede extenderse y profundizarse para la comprensión de las tendencias que convendría impulsar estratégicamente, pues como señala el ya citado Renato Ortiz, trascender las divisiones disciplinarias “significaría un contrapeso necesario a los mecanismos de institucionalización y a los procesos rutinarios del saber, a la fragmentación del pensamiento y a la reproducción de las luchas por el poder al interior del campo intelectual” (Ortiz, 1999: 35).

Visto desde los estudios de la comunicación, este “panorama” permite —y exige— una revisión crítica de las implicaciones que, para su desarrollo y legitimación académica y social, es necesario reconocer como fundamentos de su institucionalización, no sólo, pero particularmente en México.

Desde esta perspectiva, puede afirmarse que la investigación de la comunicación aparece en las décadas más recientes enfrentada en la práctica a la disyuntiva de reforzarse en cuanto “especialidad” institucionalizada, o cuestionarse reflexivamente (comunicativamente) en búsqueda de nuevos modelos teóricos y metodológicos, que le permitan dar cuenta de fenómenos socioculturales que “novedades históricas” como la globalización y la telemática han venido a poner en evidencia. Tal disyuntiva pasa centralmente por el debate metodológico, que a su vez exige una recuperación crítica de la propia historia del campo. Esta recuperación, a su vez, supone una reinterpretación reflexiva de los rasgos y las determinaciones que lo constituyen. Al igual que sucede en otros países latinoamericanos, y de alguna manera en Estados Unidos y en Europa, la disyuntiva entre la disciplinarización y la disolución disciplinaria de los estudios de comunicación es el desafío fundamental que el campo habrá de seguir enfrentando en México.

Hace más de una década se asumía en el contexto de los orga-

nismos internacionales, por cierto, que “las ciencias sociales pronto entrarán en una era postdisciplinaria” (UNESCO, 2012), entendiendo por ello que la investigación se diseñe, ejecute y evalúe en función de “problemas de conocimiento situados” antes que de premisas y protocolos teórico-metodológicos disciplinarios tradicionales, los que necesariamente resultarán a su vez transformados en ese proceso. Dependiendo de la interpretación, este cambio puede ser el causante de una nueva integración de las ciencias sociales y las naturales, o puede significar que el conocimiento estará cada vez más orientado hacia “comunidades epistémicas integradas” cuyo interés sea la solución de problemas locales y contextuales (UNESCO, 2012: 197), con el riesgo, claramente presente, de la fragmentación. En esta perspectiva de incertidumbre histórica, los estudios de comunicación aparecen, con naturalidad y dignidad, en muchos de los recuentos y revisiones del estado de las ciencias sociales, como referencia de la transformación en curso de los “territorios disciplinarios”. Se puede leer en el *Informe de la UNESCO sobre las Ciencias Sociales en el mundo* el conjunto de tensiones que esta referencia implica:

Los estudios de la comunicación [...] tienen algunos de los rasgos de un campo transdisciplinario e interdisciplinario; sin embargo, recientemente han adquirido mucha de la parafernalia institucional y profesional de una disciplina académica, incluyendo crecientes ofertas de cursos universitarios, lo cual resulta en un número mayor de académicos contratados, departamentos en universidades, asociaciones profesionales nuevas y conferencias. Actualmente ‘comunicación’ es identificada como una categoría separada en las bases de datos bibliográficas de ciencias sociales como el SSCI Thomson Reuters, y el número de artículos publicados en esta categoría muestra una tendencia a aumentar. Incluso esto puede no reflejar el número aún mayor de libros de texto publicados anualmente en este campo (UNESCO, 2012: 204).

Pero, a pesar de la fuerza política y económica empleada por algunos gobiernos iberoamericanos para impulsar una institucionalización “productiva, vinculada, e internacional” de la ciencia y la educación superior, las tensiones organizacionales siguen siendo clave para el desarrollo de las muy pobladas ciencias sociales. Por ello, una pregunta metodológica que el propio *Informe* formula en relación con los “cruces” de las fronteras disciplinarias en ciencias sociales podría ser, quizá, mejor respondida atendiendo a la experiencia de los estudios de

comunicación: “¿Cómo puede ser fortalecida la formación interdisciplinaria mientras que las disciplinas se fortalecen? Esta puede ser la pregunta práctica de mañana para la investigación en ciencias sociales” (UNESCO, 2012: 213).

Desde la región iberoamericana, voces autorizadas en los estudios de comunicación, como la de Miquel de Moragas, refuerzan una de las opciones: “la historia de la investigación sobre la comunicación nos pone de manifiesto que los planteamientos que han pretendido constituir una ‘disciplina independiente’, para obtener reconocimiento y prestigio académicos, han resultado ser muy poco rentables en términos de desarrollo de nuestros conocimientos sobre la comunicación” (Moragas, 2011: 19). En consecuencia, la prioridad no es la descripción del objeto (la comunicación), “sino, más bien, sus interpretaciones. La prioridad será la historia de la investigación, analizando su evolución, pero sobre todo la intertextualidad entre teorías que se ha ido produciendo a lo largo de más de medio siglo de investigaciones”, para de esa manera responder desde una perspectiva sociocultural “a los grandes cambios que se han producido tanto en la comunicación como en sus estudios”. Al considerar a los estudios de comunicación al mismo tiempo, aunque desde distintos ángulos, como un campo y una disciplina, para Moragas es fundamental reconocer cómo “en cada época histórica, en cada país y en cada región, la investigación recibe demandas sociales distintas, dependientes de los centros de decisión política, económica y cultural” (Moragas, 2011: 15).

Más recientemente, al menos dos autores destacados desarrollan seriamente en sendos libros y argumentan desde dos posturas epistemológicas y dos contextos académicos y sociales diferentes, aunque eventualmente convergentes, cómo formular más adecuadamente el carácter *postdisciplinario* de los estudios de comunicación: el brasileño Muniz Sodré en *A Ciência do Comum* (2014, 2019), y el estadounidense de origen argentino Silvio Waisbord en *Communication: A Post-Discipline* (2019). El primero enfatiza la constitución de un “método comunicacional” para la “organización de lo común” a partir del “*bios* virtual” o “mediático”. El segundo la “construcción de puentes” entre lo teórico y lo analítico, para impulsar una “imaginación comunicativa”, paráfrasis de *la imaginación sociológica* (1959) de C. Wright-Mills (1916-1962). Ambos son ejemplos de erudita y lúcida reflexión sobre el estudio de la comunicación y sus alternativas de reconstitución crítica y socialmente comprometida desde una práctica

académica *postdisciplinaria*, que merecen ser debatidos desde todas las perspectivas involucradas en el campo.

La problematización de la investigación latinoamericana de la comunicación³

A lo largo del tiempo, América Latina ha sido una idea, un espacio geográfico, un proyecto político, un mito marcado por violentas turbulencias, pero también por ininterrumpidos encuentros, a veces terriblemente reales, otras, sugestivamente simbólicos. Como en un juego de cajas chinas, América Latina contiene dentro de sí una inmensidad de nombres y definiciones que se han acumulado con el tiempo y han aprendido a convivir entre sí...
(Giuseppe y La Bella, 2022: 7).

A propósito de la “comunicación y las identidades histórico-culturales” y de los “derechos a la paz, la diferencia y la ciudadanía”, temas de la sesión de cierre del XVII Congreso Iberoamericano de Comunicación, realizado en 2022 en Porto, puede recurrirse a las reflexiones, investigaciones, propuestas y experiencias iberoamericanas de décadas, quizá mal asimiladas y cada vez más divergentes entre sí en la práctica académica internacional y en los diversos horizontes socioculturales donde se han ubicado las preguntas básicas y los ánimos para debatir las siempre parciales e incompletas respuestas. Es necesario ordenar mejor esos productos de la investigación y ponerlos a disposición abierta y libre de los interesados en el espacio donde confluyen prácticas y perspectivas que, enraizadas institucionalmente en dos continentes, apelan al reconocimiento de identidades históricas complejas.

Tengo que insistir, en ese sentido, en que podríamos aprovechar, más de lo que ya lo hacemos, ejemplos como los de Luis Ramiro Beltrán (1930-2015) y Jesús Martín Barbero (1937-2021) en la historización rigurosamente documentada y argumentada de las líneas temáticas y teórico-metodológicas de investigación de la comunicación en América Latina, situadas y articuladas con las políticas y las prácticas respectivas, con los contextos y los propósitos subyacentes, para incidir en las transformaciones sociales y al mismo tiempo en el fortalecimiento de la comunidad de practicantes de este complejo entramado de problemas, recursos, proyectos y memoria que es el campo de la comunicación, sobre todo en Latinoamérica, aunque quizá algunos

³ Textos básicos de referencia de esta sección: Fuentes, 2023a, 2023b y 2025.

juicios puedan coincidir con los que puedan hacerse sobre *Iberoamérica*, es decir, sobre América Latina más España y Portugal. Sin embargo, los vínculos entre los campos académicos de la comunicación a un lado y otro del Atlántico son todavía muy escasos y las condiciones de desarrollo bastante diferentes. Aunque es verdad también que esas disparidades pueden caracterizar igualmente la relación entre países latinoamericanos, donde la homogeneidad es más que dudosa.

Desde hace ya un buen número de años he expresado y documentado mis dudas de que por ello pudiera reconocerse en rigor un campo académico común y, con mayor razón una “Escuela” latinoamericana de investigación de la comunicación (Fuentes, 2014). No obstante que hay procesos paralelos y articulados, como los del notable crecimiento y posterior estancamiento del número de instituciones, programas y estudiantes de comunicación (Moyano, 2014) o el acentuado predominio de los modelos de la “difusión masiva de mensajes” y la referencia centrada en la “opinión pública”, desprendidos del periodismo industrializado y comercializado de la primera mitad del siglo XX, con poca o ninguna consideración de las innovaciones tecnológicas, socioculturales, económico-políticas o teóricas experimentadas por lo que sigue llamándose, indiscriminadamente, “comunicación”, se ha avanzado muy poco en ese ideal de hace décadas, en la “integración” latinoamericana o, si se quiere, iberoamericana (Fuentes, 2016).

En varias ocasiones he podido clarificar mi —no muy popular— convicción de no es viable ni conveniente una reconstrucción solo o primordialmente “epistemológica” sobre la evolución de las ideas en el campo académico de la comunicación, o solo una serie de reconocimientos de los méritos y los aportes de autores individuales, por más extraordinarios que fueran, o solo la explicación determinista, por factores macroeconómicos o geopolíticos, de modalidades específicas de reproducción cultural o incluso ideológica de nociones reduccionistas de comunicación. En cambio, he sostenido que la elaboración de un relato histórico consistente y orientador necesita reconocer la complejidad y la multiplicidad de los factores involucrados, de los procesos histórico-sociales que se han entretendido e interdeterminado en cada una de las escalas espacio-temporales que resulta pertinente definir como propias.

Con Andrew Abbott (2016) sostengo que como parte del mundo social, “que se hace, se deshace, se rehace continuamente”, el discurso científico-social implica una perpetua auto-revisión de sus premisas y sus propuestas, sus métodos y sus articulaciones con las demás

prácticas y estructuras sociales que toma por objeto. Y aunque en términos de investigación el “movimiento comunicacional” más intenso de las décadas de 1960 y 1970 en América Latina sucedió mayormente al margen de las escuelas universitarias, la institucionalización del campo académico avanzó considerablemente en los años setenta y ochenta ya dentro de ellas, sobre la base de dos “pilares” fundamentales: el de los procesos de integración continental canalizados por organizaciones académicas internacionales como el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo (luego, Comunicación) para América Latina (CIESPAL) desde 1959, la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), constituida en 1978 y reconstituida en 1989, y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), instituida en 1981.

El otro “pilar” es el conformado por las revistas académicas y científicas de vocación explícitamente latinoamericana, de las cuales habría que destacar cuatro: la más durable, *Chasqui*, *Revista Latinoamericana de Comunicación*, editada por CIESPAL desde 1972; la mítica *Comunicación y Cultura*, editada sucesivamente en Chile, Argentina y México entre 1973 y 1985; *Diálogos de la Comunicación*, publicada por FELAFACS desde 1987; y la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, editada por ALAIC a partir de 2004. Existen, además, otras revistas con trayectorias ejemplares, editadas por universidades o asociaciones nacionales en Brasil, México, Colombia, Argentina, Chile, Perú y otros países latinoamericanos.

Sin descartar otros vectores de influencia, sostengo que estas asociaciones académicas y revistas científicas, junto a otras de carácter nacional, han contribuido centralmente para que el campo académico, en esa escala internacional que identificamos como “América Latina”, haya adquirido algunas características distintivas en los procesos de su constitución, a lo largo de las décadas, como una instancia indispensable para el conocimiento y la acción colectivas sobre la comunicación. Evidentemente, numerosos individuos y grupos han sido los agentes responsables de las acciones, las propuestas, los movimientos, las reflexiones y las iniciativas de organización influyentes para la institucionalización de los estudios de la comunicación y la consolidación y difusión del conocimiento académico apropiado en América Latina, no solo mediante las asociaciones y las publicaciones.

Evidentemente también, múltiples acontecimientos contextuales han exacerbado la manifestación en todas partes, de diferentes maneras, de transformaciones de diverso alcance y profundidad en

las estructuras y en las prácticas sociales referidas a la comunicación desde la economía, la política y la cultura. “Crisis” es un término que se asocia comúnmente a estas transformaciones, no siempre como sinónimo de “catástrofe” o de “desgracia” y quienes estudiamos comunicación, dentro y fuera de América Latina, nos hemos acostumbrado, desde hace décadas, a pensar y trabajar en situaciones de crisis, de cambio, a veces brusco y muchas veces inesperado, aunque rara vez catastrófico. Formular y enfrentar desafíos de todo tipo en nuestros entornos socioculturales, sobre todo los que se presentan como novedades, es, quizá, la más universal y constante de nuestras tareas, aunque muchas veces nos hemos equivocado al insistir en explicaciones que ya no tendrían por qué tener vigencia (Fuentes, 2024).

La meta-investigación sobre el campo latinoamericano de los estudios de comunicación ha identificado algunas tendencias relevantes en su institucionalización, que pueden analizarse como procesos de estructuración diferencial y sus influencias mutuas, así como su *internacionalización*, tanto a nivel regional como, cada vez más, a nivel global. Como practicante de tal meta-investigación, propuse recientemente (Fuentes, 2025), en un seminario internacional, cuatro afirmaciones heurísticas sobre la historia del campo en América Latina: a) el campo se localiza en un territorio de más de 20 millones de kilómetros cuadrados, que contiene diecinueve países y más de 650 millones de habitantes; b) incluye más de 3000 programas de licenciatura y unos trescientos programas de posgrado en estudios de comunicación (bajo diferentes nombres y dentro de diferentes sistemas de acreditación); c) operan múltiples *redes académicas*, activas desde hace al menos 25 años, en forma de asociaciones académicas, conferencias y revistas con una definición “latinoamericana” y una fuerte identidad regional; y d) se ha desarrollado simultáneamente como campo científico y profesional, en entornos institucionales diversos y cambiantes en el tiempo, según cada país.

Existen algunos paralelismos interesantes entre la *institucionalización* del campo en Europa, la América anglosajona y América Latina, relaciones históricas que no pueden reducirse a influencias unidireccionales o incluso a una “colonización”, sino que quizá se expliquen mejor como una tensión crítica multidimensional entre diferentes proyectos políticos, intelectuales y socioculturales, aunque no siempre y necesariamente opuestos. Pero también existen algunas diferencias radicales en la institucionalización de las prácticas científicas en América Latina en cuanto a sus orientaciones y justificaciones

sociales. Los enfoques socioculturales, de comunicación popular y de economía política de los medios de comunicación han sido las orientaciones preferidas a lo largo de las décadas, pero también se han desarrollado investigaciones sobre otros modelos teóricos.

Es evidente que no existe una única “visión latinoamericana de la comunicación”, al igual que no existe una visión única europea o estadounidense, aunque en algún momento haya sido conveniente imaginar tal reducción. Al igual que en el resto del mundo, la investigación sobre la comunicación en América Latina muestra diversas experiencias históricas, culturales y demográficas (Crovi y Trejo, 2018). El hecho de que algunos procesos históricos fueran compartidos entre los años sesenta y ochenta como punto de referencia común para el trabajo académico y político sobre la comunicación, como fueron las luchas contra las dictaduras, la pobreza y la dominación en varios países, permitió generar “alternativas” a las perspectivas importadas de Estados Unidos y Europa, como “apropiaciones creativas”, a través del desarrollo de diferentes enfoques teóricos y metodológicos de *la comunicación para el cambio social*.

A lo largo de la historia de los estudios de comunicación en las Américas, diversas tradiciones y proyecciones europeas se tradujeron al inglés y se adoptaron como base académica del campo en Estados Unidos, mientras que las traducciones al español y al portugués de estas y otras obras europeas también llegaron a las universidades latinoamericanas, donde las influencias estadounidenses han tenido, no obstante, una importancia constitutiva decisiva, ya que los sistemas de medios de comunicación se desarrollaron en la región bajo el modelo comercial y no el de servicio público europeo. Sin embargo, el complejo desarrollo de los procesos de comunicación mediada, abordados a nivel internacional, generó nuevos “desafíos para la investigación en comunicación” en la década de 1990, y la controvertida relación entre la investigación y las políticas públicas en el sector estalló en pleno apogeo de la globalización emergente.

Dentro del ámbito académico, un número cada vez mayor de investigadores latinoamericanos ha adquirido y adoptado los hábitos y las habilidades especializadas para participar en los círculos científicos dominantes, especialmente en las revistas más prestigiosas de los índices internacionales. Sin embargo, es obvio que la mayor parte de la producción académica latinoamericana en Ciencias de la Comunicación, y quizás la mejor, no aparece en estos medios (Engel y Becerra, 2018). La mayoría de los académicos latinoamericanos siguen prefiriendo el

español o el portugués al inglés para comunicar su trabajo. Resumiría esta situación, que es estructural y no anecdótica, en términos de divergencias *epistémicas* o *culturales*, como parte de una profunda preferencia por el discurso literario frente a las formas científicas.

El desarrollo de referencias comunes en América Latina para el estudio de la comunicación y la constante ampliación de los límites para la implementación de múltiples proyectos académicos y socio-culturales generados en este campo son, sin duda, el producto de múltiples comunidades académicas que debaten y acumulan conocimientos, y que durante décadas también han fortalecido vínculos prácticos, en escalas diversas e interconectadas, a pesar de la marginación y la creciente escasez de recursos disponibles en casi todos los países de la región. Los fundadores del “pensamiento latinoamericano en comunicación” (Portugal, 2012) y muchos autores pertenecientes a generaciones más recientes también han interpretado y apropiado críticamente conceptos y métodos de origen “extranjero”, aunque ha habido muchos casos de transposición mecánica e inadecuada a contextos diversos. Algunas de las “figuras fundadoras” del campo latinoamericano tienen renombre internacional, pero ya han fallecido, aunque puede decirse que “su legado sigue vivo”, junto con las contribuciones de las generaciones más jóvenes de investigadores, y constituye una fuente de inspiración muy valiosa.

La evolución de la investigación en comunicación en América Latina y sus múltiples tendencias teóricas y metodológicas, así como sus diversos enfoques temáticos, se muestran objetivamente en las colecciones de revistas y en los libros editados como testimonio de los congresos, seminarios y encuentros que se han organizado en toda la región latinoamericana durante las últimos cinco décadas. Seguir e interpretar esos rastros documentados de la evolución del campo es quizás la mejor manera de descubrir su historia y las relaciones cambiantes que ha construido dentro de diferentes estructuras socio-culturales, económicas y políticas (Marques de Melo, 2007).

Lo que he propuesto como hipótesis de “desarrollo desintegrado” (Fuentes, 2014) es una transición marcada en la década de 1990 por tensiones entre la convergencia y la fragmentación en el campo, más que por una estructura polarizada de oposición entre opciones bien definidas, como se entendía la emergencia de este campo en épocas más maniqueas, no solo en América Latina. Debido a estas *tensiones*, a las que hay que añadir las múltiples implicaciones de la digitalización de todos los medios de comunicación, muchas contribuciones han que-

dado marginadas de las prioridades institucionales, mientras que han surgido otras. Por último, las nuevas generaciones de investigadores, acostumbradas a “navegar” a diario por las redes sociales y a “conmutar” constantemente usos, modalidades, comunidades y audiencias, han sabido aprovechar esta experiencia y acumular conocimientos críticos y habilidades reflexivas como capital teórico y metodológico específico en el campo, con el objetivo de generar un conocimiento actualizado y flexible que articule procesos de interpretación e intervención.

Pero la complejidad de las relaciones entre las prácticas situadas de comunicación y las condiciones sociohistóricas en las que acontecen, así como en otra escala entre los sistemas de medios y los estados nacionales, es todavía muy poco reconocida y enfrentada, tanto desde la explicación académica como desde las prácticas cotidianas. Para un número creciente de investigadores de la comunicación, dos desarrollos que hasta ahora se han apoyado uno al otro pueden entrar en conflicto: la institucionalización académica y la *mediatización* de la cultura y la sociedad.

Es decir, el campo académico existe y se ha desarrollado debido a la importancia crecientemente reconocida a sus objetos de estudio, sobre todo la comunicación mediada, pero cuando la influencia formal y la mediación comunicacional crecen de tal manera que determinan a otras actividades socioculturales —políticas, económicas, educativas, religiosas, etc.—, la mediatización del entorno cotidiano no solo afecta a los objetos de estudio sino también al estudio mismo, además de presionar a la universidad como institución social que es. La “mediatización” así entendida no solo implica un cambio en el grado en que los medios influyen los asuntos culturales y sociales, sino también en la manera misma en que conceptualizamos la relación medios-sociedad. Muchos años antes, James Carey (1989) ya había advertido las consecuencias de que “nuestros modelos existentes de comunicación son menos un análisis que una contribución al caos de la cultura moderna”. Tenemos, así, que remontarnos en la historia para clarificar de dónde surgen los principales desafíos, académicos, profesionales y sociales que debemos enfrentar hoy, y no creer que todo en el mundo ha cambiado a partir de y gracias a Internet, los celulares o las redes sociodigitales.

Soy uno de los que sostienen hoy, con mayor convicción que antes, que si el mundo social y las representaciones que se hacen de él requieren de transformaciones radicales, es tarea de los universitarios aportar a los agentes de esas transformaciones las explicaciones y orien-

taciones críticas indispensables para la construcción y ejecución de proyectos sociales apropiados, es decir, no impuestos arbitraria o autoritariamente. Y la primera condición para la generación de tal aporte es el reconocimiento de que esa capacidad de interpretación del sentido de la realidad social y de elaboración colectiva de proyectos de futuro la tienen ya, potencialmente, los agentes sociales. Sobre lo que hay que actuar es sobre las posibilidades de que esas interpretaciones divergentes se compartan, se comuniquen, se construyan conjuntamente.

Eso implica pensar y asumir la comunicación no como una técnica instrumental de manipulación de medios y mensajes, como transmisión de lo que producen unos y deben consumir otros, sino como una relación social constitutiva, como el mecanismo omnipresente que permite construir los consensos, pero también los desacuerdos, no la unanimidad sino la diversidad respetuosa y mutuamente comprensiva, la acción social que articula proyectos y sujetos, estructuras y prácticas. En todo caso eso no es ajeno ni está demasiado alejado de la experiencia acumulada en el campo académico y el “pensamiento latinoamericano” sobre la comunicación, aunque ciertamente sí de las prácticas dominantes tanto en América Latina como en el resto del mundo.

Referencias:

- ABBOTT, Andrew (2006). *Processual Sociology*. Chicago/London: The University of Chicago Press.
- BOURDIEU, Pierre (1975). “La especificité du champ scientifique et les conditions sociales du progrès de la raison”, *Sociologie et Sociétés* VII-1, (91-118).
- BOURDIEU, Pierre (1988a). *Homo Academicus*. California: Stanford University Press.
- BOURDIEU, Pierre (1988b). *Cosas dichas*. Buenos Aires: Gedisa.
- BOURDIEU, Pierre (1989). *O poder simbólico*. Lisboa: Difel.
- BOURDIEU, Pierre (2000). *Los usos sociales de la ciencia*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- CAREY, James W. (1989). *Communication as culture: essays on Media and Society*. New York: Routledge.
- CROVI D., Delia y Raúl Trejo D. (coords.), (2018). *Tejiendo nuestra historia. Investigación de la comunicación en América Latina*. México: UNAM.
- ENGHEL, Florencia y Martín Becerra (eds.) (2018). “Here and There: (Re)Situating Latin America in International Communication Theory”, *Communication Theory* Vol. 28, pp. 111-130.
- FUENTES N., Raúl (1988). *La investigación de comunicación en México. Sistematización documental 1956-1986*. México: Edicom.

- FUENTES N., Raúl (1991). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/CONEICC.
- FUENTES N., Raúl (1995). “La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México”. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Guadalajara.
- FUENTES N., Raúl (1996). *La investigación de comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. Guadalajara: UdeG/ITESO.
- FUENTES N., Raúl (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO/ Universidad de Guadalajara.
- FUENTES N., Raúl (2003). “El campo académico de la comunicación en México: fundamentos de la postdisciplinariedad”, en J.M. Valenzuela A. (Coord.), *Los Estudios Culturales en México*. México: FCE.
- FUENTES N., Raúl (2005). “El campo académico de la comunicación en México como objeto de análisis autorreflexivo”, en J.C. Lozano R. (Coord.). *La comunicación en México. Diagnósticos, balances y retos*. México: CONEICC/ ITESM.
- FUENTES N., Raúl (2014). “La investigación de la comunicación en América Latina: una internacionalización desintegrada”, *Oficios Terrestres* No. 31, 11-22.
- FUENTES N., Raúl (2016). “Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina”, *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 9(2), p.8-26.
- FUENTES N., Raúl (2021). “La investigación post-disciplinaria como alternativa en comunicación”, *RAE-IC Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación* 8-15, (2-23).
- FUENTES N., Raúl (2023a). “La voz ausente de América Latina”, en *Comunicação, identidades e diálogo na cidade mediatizada. Livro do XVII Congresso Ibero-Americano de Comunicação 2022* (Coordenação: Cicilia M. Krohling Peruzzo, Vasco Ribeiro, Helena L. Dias Lima), Porto: CITCEM (Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória), pp. 186-193.
- FUENTES N., Raúl (2023b). “El estudio de la comunicación en América Latina, cuestiones renovadas de poder y de saber”, Conferencia Magistral de Cierre del *Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL-FELAFACS*, Quito, octubre.
- FUENTES N., Raúl (2024). “El estudio de la comunicación en América Latina: un campo cargado de futuro y su internacionalización desintegrada (1960-2020)”, *Cátedra UNESCO de Comunicación, Pensar en Movimiento*. (L. Melo, M. Montenegro, D. Moreno y J. M. Pereira, eds.), Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- FUENTES N., Raúl (2025). “On the history of the Latin American academic field of Communication studies”, paper presented at the Histories, presents and futures of media and communication studies Se-

- minar, CAMRI University of Westminster, London, may (Session 4B: Histories of the field 2).
- GIDDENS, Anthony (1984). *The Constitution of Society. Outline of the Theory of Structuration*. California: University of California Press.
- GIUSEPPE, M. de y G. La Bella (2022). *Historia contemporánea de América Latina*. Buenos Aires: Turner Noema.
- LEMAINE, McLeod, Mulkay y Weingart (eds.) (1976). *Perspectives on the emergence of scientific disciplines*. The Hague-Paris/Chicago: Mouton/Aldine.
- MARQUES DE MELO, José (2007). *Entre el saber y el poder. Pensamiento comunicacional latinoamericano*. Monterrey: Comité Regional Norte de Cooperación con la UNESCO.
- MILLS, C. Wright (1959). *La imaginación sociológica*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MORAGAS I SPÁ, Miquel de (2011). *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y en Europa*. Barcelona: Gedisa.
- MOYANO, Renzo (2014). “La producción científico-académica en comunicación. Felafacs y Alaic”. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* N° 20, (pp.168-184).
- ORTIZ, Renato (1999). “Ciencias sociales, globalización y paradigmas”, en R. Reguillo y R. Fuentes (coords.), *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura*. Guadalajara: ITESO.
- PICKERING, Andrew (ed.) (1992). *Science as Practice and Culture*. Chicago and London: The University of Chicago Press.
- PORTUGAL BERNEDO, Franz (ed.) (2012). *La investigación en comunicación social en América Latina 1970-2000* (segunda edición). Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- SCHILLER, Dan (1996). *Theorizing Communication: a history*. New York: Oxford University Press.
- SODRÉ, Muniz (2014). *A Ciência do Comum. Notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes. (2019): *The Science of the Commons, a note on Communication Methodology*. Switzerland: Palgrave McMillan.
- THOMPSON, John B. (1993). *Ideología y Cultura Moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. México: Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco.
- UNESCO (2012). *Informe sobre las Ciencias Sociales en el Mundo. Las brechas del conocimiento*. México: UNESCO/ ISSC/ Foro Consultivo Científico y Tecnológico/ COMECOSO.
- WAISBORD, Silvio (2019): *Communication a post-discipline*. Cambridge UK: Polity Press.
- WALLERSTEIN, Immanuel, et al. (1996). *Abrir las ciencias sociales*. México: Siglo XXI/ CIIH UNAM.

La academia pública. El comprometido ejemplo de Beatriz Solís¹

RAÚL TREJO DELARBRE²

Se le puede llamar responsabilidad, compromiso, vocación o empeño ciudadanos: la participación de los académicos en los asuntos públicos asume diversas modalidades e intensidades pero siempre implica ir más allá del campus, reconocerse en la realidad de la que forman parte, ensanchar la mirada y complementarla con la acción.

Toda actividad académica es pública, por mucho ensimismamiento o aislamiento que requieran la producción científica o la reflexión humanística, pero cuando el académico sale al espacio público, que hoy en día casi siempre es también mediático, da un paso que no todos sus colegas están dispuestos a reconocer, ni mucho menos a practicar. La academia pública asume de manera activa el papel analítico y crítico de la Universidad, parte de la certeza de que la investigación, y con ella desde luego la enseñanza, tienen que trascender los intereses del mercado, del poder político y de las elites, por muy imbricados que estén con ellos. A la academia pública la podemos entender como resultado de un modelo que entiende al conocimiento como un bien común al servicio de la sociedad. Compromiso con el cambio, aportaciones para la comprensión pero también la solución de problemas, elaboración académica con fines específicos y más allá de la reflexión, forman parte de las actitudes que resultan de la academia pública.

Todos los académicos asumen compromisos —con la institución en donde trabajan y con sus reglas, con sus alumnos y en la interlocución con otros colegas, con el afán de utilidad y originalidad de su propio trabajo, etcétera— pero por lo general quienes participan en causas públicas se distinguen de aquellos que no lo hacen. Adrián Acosta Silva, especialista en educación superior, explica:

¹ Una parte de este texto fue presentada en el homenaje a Beatriz Solís, en la Rectoría General de la Universidad Autónoma Metropolitana, organizado por esa y otras instituciones el 28 de octubre de 2014.

² Investigador en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM.

La figura del ‘académico comprometido’ es la expresión de cierto ideal normativo de articular de alguna manera la acción académica con el cambio o la transformación social, bajo el supuesto de que el sentido profundo de la universidad tiene que ver con el tamaño y la calidad de sus contribuciones económicas, sociales y culturales a la solución de problemas públicos (Acosta Silva, 2024: 25).

La participación pública de los académicos asume variadas modalidades. Algunos asesoran a instituciones y funcionarios públicos, otros opinan en espacios mediáticos ahora ensanchados en el entorno digital, varios más promueven sus trabajos en gobiernos y organizaciones con el interés de suscitar el interés de funcionarios y dirigentes. Aunque socialmente notoria y por eso especialmente visible, esa participación obtiene reconocimientos tanto por su utilidad específica, como por la imagen de autoridad respetada que todavía tienen los expertos académicos en algunos sectores. Pero tal participación también despierta suspicacias. Fuera de las universidades, a los académicos se les llega a considerar como personajes ajenos a las tensiones y los intereses de la sociedad; sus diagnósticos pueden parecer demasiado sofisticados y sus propuestas, en ocasiones, en extremo idealistas. Entre sus mismos colegas dentro de la Universidad, a los académicos que incursionan en el espacio público a veces se les mira con distanciado extrañamiento porque, al cruzar las barreras del campus, se involucran en actividades que no todos comparten. La participación pública, desde luego, también puede ser reconocida por las propias instituciones educativas. La influencia de la academia pública es una de las maneras como se expresa la presencia social de las universidades. Acudimos de nuevo a Acosta Silva:

Si el saber es una forma de poder, el conocimiento permite a las élites científicas y académicos destacados influir en ciertos momentos y bajo diversas circunstancias en la determinación de los delicados y difíciles equilibrios entre el poder académico, el poder social y el poder político, entre el conocimiento falso y el conocimiento verdadero (Acosta Silva, 2024: 32).

Coordenadas de la investigación pública

El estudio de la comunicación tiene una especial, pero también inevitable, propensión por la notoriedad pública. Quienes desde la academia se dedican a ese campo están en contacto con espacios y mensa-

jes que llaman la atención de toda la sociedad, examinan o intentan examinar mensajes y procesos de comunicación de los que ellos mismos, puesto que también son audiencias, forman parte.

La distancia crítica respecto de esos objetos de estudio es peliaguda. Con frecuencia entremezclamos el análisis académico con nuestros entusiasmos o animosidades como televidentes o radioescuchas. En ocasiones nos mimetizamos con el lenguaje simplificador y el discurso esquemático que suelen ofrecer los medios; no es infrecuente, entonces, el tránsito del cubículo académico al estudio de televisión. En vez de analistas, nos desempeñamos entonces como opinadores. Pero al mismo tiempo, ya sea que participemos o no en los medios, si nuestro análisis de ellos mantiene la distancia crítica que requiere el examen académico será casi inevitable que además de diagnósticos, intentemos proponer transformaciones. En otro sitio he escrito:

Cuando en el campo de la academia analizamos a los medios, una de las motivaciones que nos asaltan con mayor frecuencia es la aspiración para contribuir a reformarlos, una vez que reconocemos las muchas limitaciones y menoscabos que nuestros sistemas de comunicación imperantes implican para la sociedad. Es difícil resignarse únicamente a contemplar a los medios, sin involucrarnos en la lid para modificarlos (Trejo, 2015: 102).

La investigación de los medios siempre ha estado vinculada con las iniciativas para reorientarlos, pero en algunas épocas los estudios con propuestas han sido más frecuentes. Hacia los años 80 (por supuesto, del siglo XX) era usual que la investigación de los medios mirase hacia problemas o implicaciones sociales y culturales específicas con el afán de sugerir soluciones. Más tarde la diversificación de temas, el crecimiento de las plantillas de investigadores debido a la masificación de las universidades públicas y el auge de las carreras de comunicación, la consiguiente especialización de los académicos y las reglas con criterios cuantitativos para su contratación y promoción, favorecieron la realización de investigaciones descriptivas más que críticas y propositivas.

Posiblemente, en ese devenir cíclico que ocurre en tantas actividades humanas, estamos incursionando en una nueva etapa en la que se reconoce de nuevo la pertinencia de la implicación estrecha entre la academia y la vida pública. Silvio Waisbord, cuando fue presidente de la International Communication Association, ICA, destacó el papel de la investigación académica con esa orientación:

En los últimos años, ha crecido el interés entre los estudiosos de la

comunicación por la investigación pública: la participación con públicos fuera del ámbito académico para abordar desafíos sociales. La investigación pública se basa en la idea de que el conocimiento académico debe estar al servicio del bien común. Este trabajo no solo refleja convicciones personales, sino que también responde a la misión social de las universidades (Waisbord, 2024).

El término *academia pública*, referido a los estudios de comunicación, es desarrollado y discutido con amplitud en un libro compilado por Thomas J. Billard y el propio Silvio Waisbord (Billard y Waisbord, 2024).

El interés de los investigadores de la comunicación para entender, documentar, analizar a los medios y de esa manera proponer reformas tanto para sus regímenes legales como en su propio funcionamiento, se ha expresado con diferente asiduidad e intensidad. En México y América Latina la investigación pública, como acertadamente la llama Waisbord, ha sido practicada por estudiosos entre los que destaca Beatriz Solís Leree. Ella misma, en un definitorio artículo que apareció en las postrimerías del siglo XX, defiende en estos términos la convergencia de instituciones académicas e instituciones sociales:

La investigación de la comunicación en esta dimensión obliga necesariamente a pensar en lo que hacemos, en el sentido en el que Hanna Arendt propone, al ubicar la realidad no como un objeto del pensamiento, sino como aquello que lo activa. Es la realidad la que debe activar el pensamiento, promoviendo la investigación en términos de experiencia (Solís, 1999: 43).

El trabajo académico, de acuerdo con esa concepción, se enriquece e inclusive se cuestiona a sí mismo cuando se encuentra en contacto con la realidad. Las políticas de comunicación, dice Solís, durante varios años llamaron la atención de los académicos. Esa orientación plantea dos temas. Por una parte, una idea del Estado que lo entienda como actor en la construcción de políticas públicas y no solamente como ejecutor de la dominación de quienes tienen el poder político y/o económico. El otro tema es una concepción de la política como instrumento, y a la vez campo de acción, de los académicos.

Apunta Solís: “el papel del Estado deberá ser replanteado frente a su responsabilidad como garante del cumplimiento de una función social de interés público como lo es la comunicación masiva” (1999: 43). Tal acepción es resultado de la experiencia de académicos y ciu-

dadanos que, como Solís, han impulsado políticas de reforma para la comunicación y la información dirigidas al Estado. Al entenderlo como un conjunto de instituciones, cruzado por intereses y contradicciones y no, a la vieja usanza, como una entidad monolítica, el Estado es destinatario de propuestas y demandas de la academia pública. La presentación de iniciativas de ley ante el Congreso, o la discusión de aquellas que han sido formuladas por los legisladores, asume que en el Estado hay instituciones permeables a opiniones e ideas originadas en el debate social y/o en la elaboración académica.

Para influir en el Estado, lo mismo que en la sociedad, se requieren de instrumentos de la política. Esta actividad por lo general se encuentra tan desprestigiada, debido a excesos y engaños practicados por no pocos profesionales de la política, que se requiere desmitificarla para convocar a participar en ella. Solís lo hace con pragmatismo y claridad. “Se hace indispensable entonces —escribió—, la orientación del trabajo que permite la interacción entre el campo de la política y el campo académico sin desconocer que la distinción tradicional entre ambos se construye en torno a la oposición entre pensamiento y acción” (1999: 45). La elaboración intelectual, y por lo tanto la de carácter académico, es pensamiento. El empeño para ponerla en práctica requiere de la acción. La diferencia entre académicos y políticos es clara. Weber la subrayó en su conocida distinción entre el científico y el político. Pero cuando se trata de promover ideas o reformas en el espacio público —o de defenderlas o cuestionarlas— la actividad de unos y otros se entrelaza.

La academia pública tiene que exponer sus análisis y contribuciones en los medios, en recintos parlamentarios, en el intercambio abierto o discreto con gobernantes, legisladores, empresarios, grupos sociales y profesionales, entre otros. Solís considera, con cierta ironía:

El hecho de que la actividad política se defina por la acción no significa que quien se ubica en ese escenario no se encuentre obligado a pensar, aunque muchas experiencias parecieran probar lo contrario; tampoco implica que quien se dedique a la vida académica esté impedido de actuar políticamente; muchos ejemplos tenemos de que la acción política del intelectual es indispensable y valiosa (Solís, 1999: 45).

Pero los intelectuales aportan poco o nada, más allá de su condición de ciudadanos, si no postulan ideas. Los académicos, a su vez, solamente contribuyen, en ese carácter, cuando sus opiniones se apo-

yan en diagnósticos, comparaciones o reflexiones que requieren de la distancia crítica que ofrecen las universidades. La academia pública, antes que pública, tiene que ser academia.

En las siguientes páginas nos ocupamos de la trayectoria académica y pública de la maestra Beatriz Solís Leree. Su ahínco para vincular el estudio de los medios con los esfuerzos para reformar el sistema de comunicación social que imperaba en México formó parte de un contexto internacional —y, gracias a investigadores como ella, también nacional— que reivindicó el derecho a la información. La creación de agrupaciones profesionales, la realización de foros numerosos, más tarde el respaldo a comisiones legislativas, han formado parte de una sostenida inquietud para hacer academia pública.

Del cubículo universitario al debate público

En su trayectoria como profesora preocupada por la comunicación, Beatriz Solís siempre ha estado ligada a organizaciones e instituciones que han sido puentes entre el espacio universitario y el entorno social. Creadora de instituciones, Beatriz Solís ejemplifica, como muy pocos, la conexión virtuosa que se puede establecer entre la academia y la sociedad. Su biografía está colmada de siglas: CONEICC, ALAIC, AMIC, FELAFACS, AMEDI, AIDIC, OID, AMD.³ En todas estas agrupaciones ha ocupado o sigue desempeñando cargos directivos y, de algunas, ha sido creadora. El desempeño público de la maestra Solís también se puede describir a partir de las iniciativas de reforma legal que ha impulsado, en muchas de las cuales fue destacada coautora. O se podrían enumerar los medios públicos de los que ha sido consejera o defensora: Canal 22, XEQK, Canal del Congreso, Radio Educación, el SPR. Todas esas tareas, entre otras más, Beatriz Solís las ha desempeñado sin desatender sus responsabilidades en el plantel Xochimilco de la Universidad Autónoma Metropolitana, institución que la ha reconocido como Profesora Distinguida.

La maestra Solís ha llevado su trabajo como profesora e investigadora a campos y causas como la asesoría parlamentaria, la promoción del derecho a la información, o la defensa de las audiencias. Ha

³ Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, Asociación Mexicana de Derecho a la Información, Asociación Iberoamericana de Derecho de la Información y de la Comunicación, Organización Interamericana de Defensoras y Defensores de Audiencias, Asociación Mexicana de Defensorías de Audiencias.

sido constante enlace entre el cubículo universitario y la discusión pública relacionada con la comunicación social.

Beatriz Solís condujo a la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación entre diciembre de 1980 y febrero de 1983. La AMIC había nacido en abril de 1979, a iniciativa de Fátima Fernández Christlieb. En esos años, la UNESCO y otros organismos impulsaban la discusión sobre un nuevo orden informativo. En febrero de 1980 fue presentado el Informe McBride que cuestionaba los desequilibrios en la comunicación de masas y la concentración de los medios, a la vez que reivindicaba el derecho a la información y la comunicación para el desarrollo. En México el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales y el Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo, creados en 1975, contribuían al debate crítico sobre los medios. Uno de los participantes más destacados en la influyente elaboración intelectual del ILET era Héctor Schmucler, que salió de Argentina y vino a trabajar a la UAM Xochimilco junto a Beatriz Solís y otros colegas.

La inquietud por la comunicación suscitaba entonces la creación de organizaciones regionales y nacionales en América Latina. En octubre de 1981 nació en Caracas la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación. En ella participaba el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), en donde Beatriz Solís era Coordinadora de Asuntos Académicos y uno de los representantes de ese Consejo ante la FELAFACS.

Solís había colaborado en la elaboración de un amplísimo estudio sobre los medios en México, que concluía con una detallada propuesta de legislación para ellos. La Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República, dirigida por el periodista Luis Javier Solana, organizó en 1980 un amplio grupo de aproximadamente 50 investigadores encabezado por el periodista uruguayo Federico Fasano Mertens y que en varios meses redactó un documento de aproximadamente 6,500 páginas, organizado en 30 volúmenes, con un diagnóstico de la comunicación en nuestro país (Solís, 2016: 31). En 1980 se había realizado la Consulta, auspiciada por la Cámara de Diputados, en donde periodistas y otros profesionales de los medios, así como representantes de partidos, sindicatos y otros grupos, opinaron sobre las reglas que deberían tener los medios y el ejercicio del derecho a la información. La más completa de las 140 ponencias allí presentadas fue la que el 3 de julio de 1980 llevó la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, encabezada por Fátima Fernández Christlieb.

La propuesta que se había elaborado por encargo de la Presidencia quedó desechada cuando, en septiembre de 1981, la revista *Proceso* dio a conocer su existencia, desatando así una oleada de impugnaciones de las empresas de medios que entonces, igual que siguieron haciendo durante décadas, se negaban a que fuera actualizada la legislación en esa materia.⁴ Beatriz Solís, que era subdirectora del Departamento de Investigación de la Coordinación de Comunicación Social, participó de manera sobresaliente en la preparación de aquel documento. Además de la visibilidad política que tuvo, ese proyecto de la Presidencia de la República permitió que docenas de investigadores, la mayoría muy jóvenes, participaran en el examen y la discusión de la comunicación social con el interés de sugerir políticas públicas. El afán para tender puentes entre la academia, el Estado y la sociedad, animó desde entonces las tareas de Beatriz Solís y otros colegas.

Con Solís, una AMIC en y con la sociedad

Ese era parte del entorno en el que se desarrolló la gestión de Beatriz Solís como presidenta de la AMIC. El comité ejecutivo con el que fue electa el 4 de diciembre de 1980 lo conformaban Hugo Murialdo Laport (vicepresidente), María Angélica Luna Parra (secretaria), Adolfo Aguilar Zinser y Fátima Fernández (vocales), Carola García Calderón (secretaria académica), Florence Toussaint (secretaria de difusión), Jorge Calvimontes (secretario de finanzas) Javier Esteinou Madrid (secretario de documentación) y Marta Acevedo (suplente) (Luna, 1994: 29). Más tarde, Alberto Rojas Zamorano reemplazó a Carola García y Raúl Trejo Delarbre entró en vez de Adolfo Aguilar.

La AMIC en esos años era una agrupación de investigadores empuñada en crear lazos con organismos de la sociedad y del Estado. El 15 de julio de 1981 organizó en el Museo Tecnológico el “Foro Los efectos de la publicidad en los hábitos de consumo” que coordinaron Beatriz Solís y María Angélica Luna Parra. Unas 200 personas escucharon ponencias del director de Educación para la Salud de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, Mariano García Viveros; del director del Comité Nacional Mixto de Protección al Salario, Enrique Jackson, y del director del Instituto Nacional del Consumidor, Enrique Rubio, así como de Alberto Montoya, Javier Esteinou y Florence Toussaint por parte de la AMIC. En un segundo Foro, sobre

⁴ Un recuento detallado y ordenado de ese y posteriores intentos para que existiera una legislación destinada a los medios aparece en Solís (2009).

“Los trabajadores y el derecho a la información”, realizado en el auditorio de URAMEX en octubre de 1981, participaron los dirigentes sindicales Antonio Gershenson del Sindicato Único de Trabajadores de la Industria Nuclear, Raúl Moreno Wonchee de la Confederación Obrera Revolucionaria y Juan José Alvarado del Sindicato de Telefonistas (AMIC, 1981). En marzo siguiente la AMIC organizó con la UAM Atzacapotzalco el Seminario “Comunicación social en México”. También en 1982 la Comisión Académica, que encabezaba Alberto Rojas, organizó un encuentro para conocer las investigaciones y el perfil profesional de los miembros de la AMIC. Esa Comisión, además de Rojas, la integraban Irma Melita García, Carlos King Hayata, Mónica Martínez, Patricia Ortega y Pilar Sánchez.

La Comisión de Documentación la encabezaba Javier Esteinou, que a su vez era coordinador del Taller de Investigación para la Comunicación Masiva, TICOM, de la UAM Xochimilco. En el Informe de la gestión encabezada por Solís se indicó que el Taller había clasificado 1500 documentos sobre medios de comunicación y había informado de sus servicios a 140 miembros de la Asociación (AMIC, 1983).

La Asociación, en esos años, editó su propia revista. *Connotaciones* publicó cuatro números. El primero de ellos fue presentado el 17 de noviembre de 1981 en Fonágora, al sur de la hoy Ciudad de México. Considerada como “revista-libro”, era coeditada con la editorial El Caballito y dirigida por el periodista y profesor Miguel Ángel Granados Chapa. Su jefa de redacción era Florence Toussaint. La publicación fue presentada por ellos dos, junto con Beatriz Solís, el economista y editor Manuel López Gallo que dirigía El Caballito y el profesor Héctor Schmucler (AMIC, 1981). *Connotaciones* tenía un tiraje de 3 mil ejemplares y su primer número, de 128 páginas, incluyó colaboraciones de Fátima Fernández (“Democracia y derecho a la información”), Miguel Ángel Granados Chapa (“1970-1976, un sexenio de comunicación”), Marcela Acle Tomassini (“Medios para los trabajadores”); Héctor Schmucler (“La hora de las computadoras”), Manuel de Jesús Hernández (“El origen de la fotografía en México”), Francisco Tapia Ortega (“Difusión cultural y periodismo según Gustavo Sáinz”), Rosalía Velázquez Estrada (“El Estado y la radiodifusión”). En un breve editorial, la AMIC explicó acerca de *Connotaciones*:

aspira a llenar un campo no cubierto hasta ahora. Es cierto que circulan algunas publicaciones sobre comunicación. Pero, o no ponen énfasis en la realidad mexicana —que es, en cambio, lo que sin cho-

vinismos nos proponemos— o se sitúan en una perspectiva ideológica y teórica que convalida el colonialismo en la comunicación (AMIC y Ediciones El Caballito, 1981: 7).

El último número de *Connotaciones*, el 4, apareció en abril de 1983. La revista tenía 115 suscripciones pagadas (AMIC, 1983). La Asociación, durante la presidencia de la maestra Solís, participó en variadas reuniones. En abril de 1981 se realizó el Segundo Encuentro Nacional de Estudiantes de Comunicación en donde las principales ponencias, de acuerdo con una información de la propia AMIC, fueron: “La Coalición de Izquierda y la democratización de la comunicación social”, “El nunca bien ponderado cine alternativo”, “Comunicación: estereotipo y proyección”, “La radio como instrumento de comunicación alternativa”, “Derecho a la información vía satélite”, “El científico de la comunicación como ser político”, “El estudiante de comunicación y su práctica profesional”, “La prensa en México y la distorsión de la información” y “La comunicación alternativa como vehículo concientizador en la próxima campaña electoral” (AMIC, 1981). En noviembre de 1982, del 22 al 24, se realizó en Acapulco el “Primer Foro Nacional en Defensa de la Libertad de Expresión e Información Popular” que reunió a 250 organizaciones. La AMIC participó en la Convocatoria y en los trabajos del Foro.

Encuentro en 1982: 300 personas, 60 organizaciones

Tanto dentro de la AMIC, como en el entorno del que esa organización formaba parte, se discutía a la comunicación como instrumento de cambio social. El Segundo Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación fue el evento más importante organizado durante la gestión de Beatriz Solís. Esa reunión, realizada con apoyo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, tuvo lugar del 17 al 19 de noviembre de 1982 en el Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo. Se trataba de la institución creada por y para el ex presidente Luis Echeverría. El CEESTEM era dirigido por Adolfo Aguilar Zínzer, socio de la AMIC.

El Encuentro en el CEESTEM tuvo cuatro mesas de trabajo: “La realidad de la investigación en comunicación social” coordinada por Florence Toussaint, “Aportes de la investigación de la comunicación social en México” a cargo de Carmen de la Peza, “Las organizaciones sociales y la investigación de la comunicación” coordinada por Raúl

Trejo y “La investigación y los medios de comunicación”, por Raúl Navarro. Los participantes tenían gafetes de colores distintos —verde, azul, amarillo, bugambilia— según la mesa en la que estaban inscritos. Había una fotocopidora a disposición del Encuentro y se contaría con los servicios de un médico y un dentista para atender emergencias. A la entrada de las instalaciones se disponía de un teléfono público. En la mesa de registro habría “monedas de veinte centavos para facilitar su uso a los participantes” (Comisión de Organización, 1982).

En ese Segundo Encuentro de la AMIC participaron 300 personas “que representaban aproximadamente a 60 organizaciones”. En la mesa destinada a organizaciones sociales e investigación de la comunicación se presentaron 19 ponencias. El primer día se leyeron las participaciones de SITUAM, SUTIN, STUNAM, Sindicato Nacional de la Industria del Hierro y el Acero, Frente Auténtico del Trabajo, CROC de Quintana Roo, Sindicato del periódico *Unomásuno*, Asociación Sindical de Pilotos Aviadores, Centro de Comunicación Sindical, Sindicato de Telefonistas e Instituto de Estudios Obreros Rafael Galván. El segundo día del Encuentro, se conocieron las ponencias del Centro Nacional de Comunicación Social, Asociación de Productores de Cine, Unión de Periodistas Democráticos, Asociación de Periodistas y Economistas, Sociedad Mexicana de Comunicación Social, los partidos Acción Nacional y Socialista Unificado de México. También presentaron ponencias las investigadoras Carola García y Silvia Molina. La extensa relatoría indica que esa mesa discutió experiencias de comunicación de tales agrupaciones, conoció problemas en la capacitación y organización de los trabajadores de los medios y exhortó a una mayor relación de los investigadores con organizaciones sociales y políticas (AMIC, 1983).

Reunir a tres centenares de personas y a cinco docenas de agrupaciones nunca ha sido sencillo. En aquellos comienzos de los años 80 la organización ciudadana era escasa y, posiblemente, por eso la AMIC cumplía funciones de convocatoria y congregación que más tarde fueron atendidas por otros grupos. Los investigadores de la AMIC no discutían solamente entre ellos, sino que además mostraban sus puntos de vista para el intercambio con dirigentes y militantes sociales y políticos. Ese esquema era muy distinto al que más tarde asumió la Asociación, cuyos encuentros anuales son de discusión académica entre académicos. Conducida por Beatriz Solís la AMIC abrió su horizonte, más allá de los campus académicos, a la sociedad organizada. La Asociación fue eje de reflexiones, junto con sindicatos, colegios y partidos, que promovían un ejercicio participativo de la comunicación.

La gestión de la maestra Solís terminó el 24 de febrero de 1983 en una asamblea en el auditorio de la Unión de Universidades de América Latina, UDUAL, en Ciudad Universitaria. En su informe, dijo:

La respuesta que la Asociación está obligada a dar deberá superar la actitud de denuncia para llegar al análisis, interpretación y elaboración de propuestas encaminadas a lograr que la sociedad busque y encuentre los caminos para ejercer su derecho a informar y ser informada (Solís, 1983).

En esa vinculación con la sociedad, la AMIC enfrentaba el riesgo de resultar militante, en demérito del rigor académico. Lo que hacía la Asociación era representar el interés de sus integrantes para contribuir no sólo al examen, sino también a la reforma de la comunicación. Aquella actitud representaba la convicción que Beatriz Solís ha mantenido, por más de cuatro décadas, en numerosas posiciones de responsabilidad institucional: hay que conocer y analizar con seriedad a los medios y la comunicación para, entonces, estar en capacidad de reformarlos.

“Lideresa de una secta truculenta”

La inquietud de Beatriz Solís y de otros académicos para involucrarse activamente en la discusión pública permitió vincular a distintos segmentos de las universidades, especialmente en sus carreras de comunicación, con el entorno social y profesional. Pero ese afán también suscitó rechazos, especialmente de empresarios de la radiodifusión y la prensa que se oponían a cualquier legislación para los medios.

En enero de 1982 la revista *Contenido*, cuyos editores eran cercanos a Televisa, anunció en su portada un reportaje titulado “Los comunicólogos: ¿Nuevos inquisidores?”. A partir de la página 93 se publicaba un texto de siete páginas, en donde se sostenía que los egresados de las escuelas universitarias de comunicación tenían tan escasas habilidades prácticas que preferían trabajar como asesores en oficinas de gobierno desde las cuales intentaban censurar a los medios de comunicación. El planteamiento era simplista y argumentalmente endeble, pero daba cuenta de la desconfianza y el recelo que tenían muchos propietarios de medios de comunicación privados hacia los investigadores universitarios que proponían reglamentar el derecho a la información. En la primera página del reportaje aparecía una fotografía de Beatriz Solís, con un escandaloso pie de foto: “B. Solís: Lideresa de una secta truculenta” (Acosta, 1982: 93).

La “secta” era la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, que ella presidía. El texto que los impugnaba, describía así a los investigadores dedicados a estudiar a los medios:

Muchos comunicólogos se dedican a la investigación y docencia en los mismos institutos donde se formaron. Allí, libres de contaminación, les es dable analizar desde un punto de vista teórico los fenómenos de comunicación, o incomunicación, que se dan en la sociedad; elaborar nuevas hipótesis y teorías; y acrecentar cada año el volumen de lo que deben estudiar los novicios, en un proceso de retroalimentación parecido al de la teología medieval (Acosta, 1982: 94).

En esos términos, la revista descalificaba el estudio académico de la comunicación debido a que se realizaba desde las universidades, expresaba claro desdén por las “teorías” y, sin que viniera a cuento, lo comparaba con la teología que se hacía en monasterios y que dependía de la fe más que de la razón y se ensimismaba en disquisiciones de autoconsumo. Además, a esos académicos se les desacreditaba con el sambenito de que se dedicaban a la investigación porque no sabían hacer otra cosa:

Los comunicólogos, que no logran abrirse paso en periodismo, radio, cine, televisión, agencias de publicidad, compañías de relaciones públicas, empresas de estudio de mercado y sondeos de opinión pública, etc. —donde la competencia entre profesionales suele ser muy intensa— optan por convertirse en analistas del trabajo ajeno, de modo parecido a como algunos novelistas fracasados eligen la carrera de críticos literarios (Acosta, 1982: 94-95).

Aquel reportaje manifestaba la desconfianza de los periodistas tradicionales recelosos de ser reemplazados por egresados de las universidades pero, sobre todo, era una represalia por los intentos para garantizar legalmente el derecho a la información. De la propuesta elaborada un año antes en la Coordinación de Comunicación de la Presidencia de la República, en la que como señalamos antes Beatriz Solís participó activamente, en ese texto se decía, sin prueba alguna, que tenía similitudes con leyes de regímenes fascistas. El apasionado reportaje era firmado por “Jaime Acosta”, seudónimo que utilizaba el director de *Contenido*, Armando Ayala Anguiano.

En un detallado examen de la trayectoria académica de Beatriz Solís, Patricia Ortega Ramírez pone en contexto aquella publicación adversa a los investigadores de la comunicación:

El carácter crítico de los investigadores y egresados de Comunica-

ción de las universidades públicas, su sintonía con los cuestionamientos al discutible desempeño de los medios comerciales y la participación de algunos de ellos en el impulso a reformas legales para la radiodifusión y la prensa enojaron a tal grado a las empresas privadas. *Contenido* no fue el único caso. Beatriz Solís cuenta que se llegaron a publicar 650 artículos de los cuales el 80% expresaba opiniones en contra del trabajo de los investigadores. Sin embargo, esa situación no la desalentó, al contrario, reafirmó su interés por el derecho a la información y confirmó la necesidad de modificar el modelo de comunicación (Ortega, 2020: 212).

Abrir y vincular, o consolidar la academia

En un documento que presentó a la Quinta Reunión Nacional de la Asociación en la entonces ENEP Acatlán, en marzo de 1989, Raúl Fuentes Navarro (1989) indispensable historiador de la investigación mexicana en comunicación, cuestionaba la insuficiente academización de la AMIC. Aunque su influencia en la definición de políticas públicas y en la determinación de acciones sociales era poca, nuestro colega Fuentes consideraba, al reseñar los primeros años de la AMIC⁵: “la energía de la asociación se siguió orientando hacia afuera y se descuidó el esfuerzo ‘interno’ científico y académico, que de cualquier manera se daba por supuesto”. Ese investigador encontraba la siguiente explicación a tal inquietud: “Ante el retraimiento del Estado en la eventual reforma de la comunicación social mexicana, el discurso de la AMIC adoptó como interlocutor privilegiado a las ‘organizaciones sociales’ de la sociedad civil”. La crítica puntillosa de Fuentes añadía: “Podría pensarse que la asociación fue concibiéndose cada vez más como una organización social del tipo de los sindicatos o las juntas de colonos, y cada vez menos como una comunidad científica interesada en la producción de conocimiento” (Fuentes, 1989).

Quizá, más que opciones contrapuestas el dilema es de prioridades. Una organización de investigadores no tiene nada qué decir si no es resultado, precisamente, de las tareas de investigación de sus miembros. Pero esas tareas pueden tener un sentido limitado si quedan confinadas en los recintos y espacios académicos. La maestra Solís nunca se ha entrampado en esa aparente dualidad. Ha llevado a las aulas, enriqueciendo la docencia, la discusión de problemas de la comunicación en sociedad. De la misma manera ha llevado resultados de la reflexión

⁵ Algunas ideas expresadas en ese documento, pero no el texto completo, aparecieron después en Fuentes (1991, especialmente pp. 97-100).

académica, a los espacios de la sociedad en donde se discute a los medios y a instituciones que formulan políticas públicas para ellos.

Solís misma ha insistido en la necesidad de documentar la situación de los medios, comprenderlos a partir de la sistematización de los datos que se pueden obtener acerca de ellos y entonces analizar, y si se puede, formular propuestas. Información tan elemental como el número de concesiones de radiodifusión, la circulación de publicaciones impresas o las audiencias de los medios, eran desconocidos —y en alguna medida, lo siguen siendo—. La opacidad de los medios de comunicación en México ha sido resultado del patrimonialismo que ejercen las empresas privadas sobre los medios que manejan, así como del secreto que mantienen acerca de ellas, así como de la incuria del gobierno que durante largo tiempo no se interesó en obtener ni difundir esa información. Solamente hasta 2013, con la reforma constitucional que le dio autonomía al Instituto Federal de Telecomunicaciones y le asignó la obligación de publicar todas las concesiones vigentes, pudimos conocer de manera oficial parte de esa información.

Entre las causas de esa paradójicamente insuficiente información acerca de las empresas e instituciones encargadas de informar a la sociedad, también se encuentra el escaso interés de las universidades para obtener y procesar datos acerca de los medios. En el ya citado artículo de 1999, Solís deploraba la falta de datos duros acerca de los medios:

¿Cuántas frecuencias de radio y de televisión existen en cada país? ¿Cuántos diarios y revistas? ¿Cuál es el grado de avance de las telecomunicaciones? ¿Cuál es el sustento jurídico de cada medio y de los derechos fundamentales? ¿A cuánto ascienden las tarifas por los servicios de transmisión publicitaria en cada país? Y un largo etcétera seguiría en esta lista de datos que desconocemos y cuya información sistematizada puede constituir un apoyo fundamental no sólo para la investigación comparada sino para dar cuenta de la infraestructura mediática sobre la que se sustenta el desarrollo de las Políticas de Comunicación (Solís, 1999: 50).

Beatriz Solís ha contribuido a promover el debate público y ha participado en la elaboración de propuestas numerosas para la comunicación y sus actores. En algún momento, especialmente cuando ella la dirigió, la AMIC fue vértice de esa deliberación. Más tarde tales funciones, ampliadas y actualizadas, las cumplió la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, que Beatriz Solís fundó en 2000. Su papel cardinal en la AMEDI tendría que ser tema de otro texto pero

el Informe que presentó el 20 de marzo de 2007, cuando terminaba siete años al frente de ella, describe con puntualidad la articulación entre saber y hacer que Beatriz ha predicado y practicado: “Estamos convencidos de que la generación de políticas públicas en materia de comunicación social debe dejar de ser asunto de unos cuantos, pues desde la sociedad debemos promover el conocimiento, aplicación y vigencia de la ley, así como su actualización frente a la realidad. Creemos en la organización social como base para compartir experiencias y proyectos entre quienes están interesados en el desarrollo democrático de la comunicación” (Solís, 2007: 25).

La tentación del populismo académico

Su colaboración con varias comisiones de la Cámara de Diputados y el Senado, entre 1997 y 2000, y de 2002 a 2011, le permitió a la maestra Solís estar en el centro de la discusión de reformas legislativas, sobre todo para la radiodifusión. Enfrentadas a las corporaciones mediáticas esas reformas, aunque no prosperaban, nutrieron el debate público sobre la información y sembraron el camino hacia la venturosa reforma constitucional de 2013 y la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión del año siguiente. Esa reforma recogió muchas de las propuestas de regulación en cuyo impulsó la maestra Solís insistió durante años. Hacia 2014 dedicó sus esfuerzos a la promoción de los derechos de las audiencias, que fueron reconocidos en la nueva legislación. Con razón, se ha podido afirmar:

Beatriz Solís ha practicado la crítica de los medios como una vía para promover el ejercicio de una comunicación más participativa. Crítica y práctica han sido palancas para la deliberación académica y pública, la elaboración legislativa, la creación institucional, el cambio y la confianza en que será posible a pesar de los frecuentes tropiezos políticos en la constante reforma de los medios. El liderazgo de Beatriz Solís Leree ha tenido numerosos frutos y celebra su trayectoria forjada a base de tenacidad, claridad y diálogo (Ortega, 2020: 221).

Los nexos entre academia, sociedad e instituciones que Beatriz Solís ha coadyuvado a entablar propician una academización enfilada hacia lo público. La vinculación con la sociedad de ninguna manera puede ser excusa para atemperar el rigor ni el ahínco crítico del trabajo académico sino, al contrario, es una fuente adicional de exigencia

y responsabilidad. El esfuerzo que Beatriz Solís ha mantenido desde hace largo rato para enlazar a la academia con su entorno, se emparenta con esa tendencia, señalada antes, que la discusión internacional reivindica ahora como investigación pública.

La academia pública tiene la responsabilidad de examinar los hechos con el mayor esmero, ubicándolos en su contexto y procurando identificar problemas en busca de soluciones, sin que la vocación social reemplace a la precisión ni a la seriedad investigativas. La investigación tiene que ser objetiva para estar en condiciones de servir a causas sociales que luego, más allá de la academia, pueden ser apreciadas, entonces, de manera subjetiva. Cuando el trabajo académico ajusta sus propósitos y conclusiones a los intereses que el investigador considera adecuados, sacrificando rigurosidad y precisión en beneficio de una causa, no se hace academia sino retórica y política.

La academia pública está obligada a preservar la consistencia metodológica y analítica en el trabajo de investigación. De otra manera, si adquiere sesgos debido a las simpatías políticas del investigador o si examina a los hechos o sujetos sociales con intencional condescendencia porque contemporiza con ellos, se convierte en una suerte de populismo académico.

El populismo académico se subordina a enfoques, intereses o demandas sociales o políticas por encima del rigor académico, la complejidad del análisis o la autonomía del pensamiento crítico. Cuando se incurre en él, se hace un mal servicio a la causa que se pretende respaldar. El populismo académico puede tener notoriedad mediática y ser aprovechado para que los grupos o intereses a los que respalda ganen legitimidad, pero deriva en simulaciones y demagogia.

Al populismo académico se le contrapone la academia crítica, que examina la realidad sin complacencias. La vocación de servicio, o el compromiso social, son alicientes para salvaguardar la integridad en la investigación. El afán de Beatriz Solís para procurar el conocimiento y también la discusión de los medios, su inquietud por los datos y hechos, la determinación para conocer la realidad de la comunicación antes de cuestionarla, son expresiones de una academia crítica.

Academia crítica y autocrítica

La coherencia analítica tiene como secuela casi siempre natural la revisión crítica, e incluso autocrítica, de los actores e instituciones sociales y políticas en cuya transformación se compromete la acade-

mia pública. Beatriz Solís ha contribuido de manera notable y eficaz al reconocimiento y funcionamiento de los medios comunitarios, al desarrollo de los medios públicos, a visibilizar a las audiencias y promover sus derechos, a las reformas legislativas para la comunicación. Todas esas han sido causas pertinentes pero, como sucede siempre en los procesos sociales y políticos, ninguna de ellas queda resuelta para siempre. El afán crítico empleado para cuestionar defectos y excesos de los medios de comunicación comerciales, así como la inacción del Estado ante ellos, también tendría que ser útil para evaluar en qué han desembocado esos temas y causas.

Las radiodifusoras comunitarias hoy en día tienen estatus legal y disfrutan de pequeños y siempre insuficientes subsidios oficiales; con una presencia social muy modesta, siguen irritando a los empresarios privados que consideran que el espectro radioeléctrico es exclusivo para sus negocios. Ninguna de ellas trasciende más allá de sus comunidades y, dentro de ellas, la gente por lo general prefiere otras estaciones y escucha la radio cada vez menos. Es tiempo de examinar por qué las comunitarias no tuvieron en México la importancia que alcanzaron en otros países latinoamericanos y por qué han sido, a pesar de su legitimidad jurídica, expresiones de comunicación marginal.

Los medios públicos, entendidos como aquellos que son financiados por el Estado, fueron destinatarios de algunas de las más relevantes reformas de 2013 y 2014. El Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano fue imaginado como un motor de comunicación no mercantil que fuera plural, libre y de calidad. Sería la BBC mexicana, se dijo con excesiva ilusión. A pocos años de su creación, el SPR fue capturado por el gobierno para convertirlo en instrumento de propaganda oficial, sobre todo del presidente —ahora presidenta— de la República. Lo mismo ha sucedido con televisoras como los canales 11 y 22, de reconocibles tradición y nobleza y que en tiempos no lejanos, con pocos recursos y márgenes de autonomía estrechos, se ganaron el respeto de los televidentes que siempre las han distinguido de las emisoras comerciales.

Las defensorías de audiencias existen por disposición legal pero los televidentes y radioescuchas casi no las conocen. Los radiodifusores privados han encubierto e ignorado su desempeño porque no quieren audiencias activas sino solamente receptores de sus contenidos. Ni la autoridad reguladora, ni los grupos ciudadanos interesados en la defensa de audiencias, han sabido promoverlas en la sociedad. Esas defensorías solamente tienen una presencia peculiar en los me-

dios públicos pero no se puede decir que, en todos los casos, representen a las audiencias. Con cierta frecuencia, sobre todo en los años más recientes, algunos de esos defensores han actuado como intercesores a favor de los directivos de tales medios oficiales y no de sus públicos.

Durante varias décadas, Solís fue posiblemente la impulsora más tenaz de la reforma legal para los medios. A partir de su colaboración en el proyecto señero —y fallido— de la Presidencia de la República en 1980, nuestra profesora de la UAM se involucró en esfuerzos constantes para diseñar proyectos de ley, discutir y, cuando hacía falta, impugnar los que presentaban otros, llevar al debate público temas legales y técnicos que los especialistas querían reservarse solo para ellos. La reforma constitucional de 2013 y la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión del año siguiente recogieron muchas de las reivindicaciones que ella promovió, junto con otros. La Ley tenía omisiones importantes, que académicos y ciudadanos como la misma Solís señalaron con oportunidad, pero constituyó un avance de enorme relevancia. De esa reforma resultaron una autoridad reguladora, el Instituto Federal de Telecomunicaciones, con autonomía constitucional y conducción colegiada; concesiones para el uso de frecuencias asignadas por licitación y no por conveniencias políticas; reglas que acotaban la concentración de empresas; disposiciones a favor de usuarios y audiencias, etc. La autoridad autónoma desapareció junto con otros organismos del Estado (entre ellos el Instituto Nacional de Transparencia que garantizaba el acceso a información pública) como resultado de las contrarreformas constitucionales que promovió el ahora ex presidente Andrés Manuel López Obrador y que han conferido enormes facultades a la presidenta Claudia Sheinbaum. Una nueva Ley de Telecomunicaciones creó un organismo regulador que dependerá del gobierno, sin la autonomía que tuvo el IFT.

Hoy nos encontramos, en México, ante la expansión de un credo oficialista, devenido en fundamentalista pensamiento único, que ha devastado contrapesos y reglas institucionales y desfiguró la Constitución en beneficio de un presidencialismo autoritario. Nos encontramos ante la desnaturalización de importantes medios de radiodifusión públicos —esos medios por cuya calidad y autonomía tanto se han esforzado académicos como Beatriz Solís— que hoy funcionan como instrumentos de la corriente política en el poder. Hemos retornado a las decisiones discrecionales, a cargo del gobierno, en la asignación de concesiones, así como en la regulación de la radiodifusión y las telecomunicaciones. La autonomía del Poder Judicial, sustento

del equilibrio entre los poderes constitucionales, también fue aniquilada por la prepotencia de una sola fuerza política.

Será pertinente examinar de manera autocrítica por qué la sociedad no ha defendido a los medios públicos y se resigna a que sean espacios de propaganda política o simplemente deja de verlos; por qué los medios comunitarios no son atractivos ni por lo general representativos; a qué se debe que las audiencias no se interesen en sus derechos; por qué los retrocesos que legalizan el autoritarismo sobre los medios preocupan a tan pocos. Con todo eso algo tiene que ver la dificultad o el desinterés de muchas personas para asumirse como ciudadanos (con derechos y responsabilidades, información y opinión fundadas) pero las causas son más complejas.

En 2006, cuando fue aprobada la contrarreforma a la que llamamos Ley Televisa, Beatriz Solís deploró con estas palabras el comportamiento de los senadores que respaldaron aquel retroceso:

Como en pocas ocasiones, los legisladores fueron alertados del ultraje, fueron advertidos de la parcialidad de la reforma y el riesgo que generaba la cesión de su responsabilidad. Como pocas veces, se les dotó de propuestas para ejercer su capacidad revisora y aprovechar el fast track de los diputados para mejorar el contenido de la reforma. Pero no fue así [...] la clase política perdió, muchos creerán que ganaron, y de hecho ganaron la votación, pero sin duda perdieron legitimidad y perdieron la necesaria dignidad de un órgano de Estado de representación popular que ahora sólo representó los intereses particulares [...] Los legisladores renunciaron a legislar, sólo se conformaron con obedecer (2005: 312).

Beatriz Solís Leree ha pugnado, toda su vida, por la construcción de leyes e instituciones que garanticen derechos de los ciudadanos. Si reconocemos y aplaudimos esa trayectoria, tenemos que defender esos derechos y esas instituciones en cuya creación y resguardo la maestra Solís ha perseverado con tanta tenacidad y perspicacia.

Referencias

- ACOSTA, Jaime (1982). “Los comunicólogos: ¿Nuevos inquisidores?”. *Contenido*, no. 224, enero, p. 93-99.
- ACOSTA SILVA, Adrián (2024). “Académicos imaginarios. Autonomía, libertad académica y compromiso social”. *Revista Educación Superior y Sociedad*. Vol. 36, No. 2, julio-diciembre, pp. 22-40.

- AMIC, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (1981). *AMIC informa*. Boletín no. 4, diciembre.
- AMIC, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (1982). “Relatoría de la Mesa 3. Las organizaciones sociales y la investigación de la comunicación”. Fotocopia, 19 de noviembre.
- AMIC, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (1983) *Boletín AMIC*. No. 1, 30 de abril.
- AMIC y Ediciones El Caballito (1981) “Editorial”. *Connotaciones*. No. 1, noviembre.
- BILLARD, Thomas J. y Silvio Waisbord, editores (2024). *Public Scholarship in Communication Studies*. University of Illinois Press.
- Comisión de Organización (1982). «Información general sobre la organización interna del Segundo Congreso de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación», fotocopia, noviembre.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1989). *Entre las intenciones y las condiciones: La difícil formación de una comunidad científica*. AMIC 1979-1989. Documento, marzo.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1991). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*. ITESO y CONEICC, Guadalajara.
- LUNA LÓPEZ, Ma. Guadalupe Aída (1994). *Descripción y análisis de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación A.C. (AMIC)*, Tesis. Licenciatura en Comunicación. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.
- ORTEGA RAMÍREZ, Patricia (2020). “Beatriz Solís Leree. Aportaciones para el desarrollo de la comunicación social” en Clemencia Rodríguez, *et al.* (coordinadoras), *Mujeres de la comunicación*. FES Comunicación, Bogotá, pp. 211-221.
- SOLÍS, Beatriz (1983). “La AMIC debe consolidarse internamente”. *Boletín AMIC* no. 1, 30 de abril.
- SOLÍS, Beatriz (1999). “Nuevos parámetros en la investigación de las políticas nacionales de comunicación”. *Diálogos* No 56, FELAFACS, pp. 42-51.
- SOLÍS LEREE, Beatriz (2002). “Informe de actividades de la gestión de Beatriz Solís Leree como presidenta de AMEDI (2000-2007)”. *Asociación Mexicana de Derecho a la Información, A.C. (AMEDI)*. Folleto. México.
- SOLÍS LEREE, Beatriz (2005). “Condenados a escuchar una sola canción”. *Versión*, No. 16, UAM Xochimilco, pp. 291-313.
- SOLÍS LEREE, Beatriz (2009). “De cómo llegamos hasta aquí... Los antecedentes de la ‘Ley Televisa’”, en Javier Esteinou Madrid y Alma Rosa Alva de la Selva, *La ‘Ley Televisa’ y la lucha por el poder en México*. UAM y otras instituciones, pp. 27-53.
- SOLÍS LEREE, Beatriz (2016). “El Sistema de Comunicación Social: rescate de la propuesta inaugural para el derecho a la información (1980/1981)”. *El Cotidiano*, UAM Azcapotzalco, no. 195, enero-febrero, pp. 31-38.

TREJO DELARBRE, Raúl (2015). *Alegato por la deliberación pública*. Cal y arena, México.

WAISBORD, Silvio (2024). “President’s Column: Scholars Under Attack: What Should ICA do?”. *International Communication Association Newsletter*, Vol. 52, número 8, octubre.

El Marco Histórico-Estructural: Una propuesta crítica para el estudio de la economía política de los medios y las industrias culturales

ENRIQUE E. SÁNCHEZ RUIZ
(Texto de la IA Gemini, de Google)

La invitación de Lizy Navarro para contribuir a este volumen suponía generosamente que uno habría hecho alguna “contribución” al desarrollo del campo en nuestro país. Curiosamente, hace 25 años, los entonces miembros del Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS) de la Universidad de Guadalajara publicamos un libro, coordinado por Guillermo Orozco (2000), donde exponíamos lo que se hacía en investigación en el Departamento. El título fue *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la Comunicación en el siglo XXI*. Los autores éramos profesores en ese momento. Algunos ya maduros, como Raúl Fuentes, Rossana Reguillo, Sarah Corona, el mismo Guillermo o quien esto escribe, junto a una entonces nueva generación: Celia del Palacio, Cecilia Cervantes, Armando Ibarra, Martha Renero y Francisco Hernández. Los más jóvenes exponían sus líneas de investigación, mientras que quienes teníamos más trecho académico andado presentábamos nuestras respectivas “contribuciones”.

Mi capítulo llevó el título de “Industrias culturales y globalización. Un enfoque histórico estructural”. Quizá la otra gran línea de investigación que he atendido en mi carrera ha sido la referente a los medios y la democracia. Sin embargo, en general, mis principales aportaciones han girado en torno a la perspectiva histórico-estructural. Podría complementar que mi principal enfoque teórico-metodológico proviene originalmente de la Economía Política Crítica del Desarrollo¹. Desde mi tesis doctoral, he practicado alguna variante de la Economía Política de los medios y las industrias culturales.

¹ De hecho, los dos posgrados que estudié tenían como entorno académico cuestiones del Desarrollo (Comunicación y Desarrollo para la maestría y Educación y Desarrollo Internacional en el doctorado); campo en el que, por cierto, la principal aportación crítica latinoamericana giraba alrededor del enfoque de la Dependencia, de corte histórico-estructural (dialéctico).

El título de aquel capítulo podría funcionar también aquí para describir mis contribuciones posteriores, sin ser necesariamente iterativo. Para ayudarme a recordar y enumerar tales aportaciones, acudí a la Inteligencia Artificial (IA) de Google: Gemini. Debo confesar que, después de darle un par de orientaciones sobre las fuentes de búsqueda, Gemini me entregó un informe muy halagador. Si yo mismo lo hubiera escrito, habría sonado bastante “poco modesto”. Al intentar traducir el informe de la segunda persona (él) a la primera (yo) y darle mi propia redacción, me convencí de que la escritura de Gemini era más fluida y clara. Otra confesión: el informe de la IA me animó y tranquilizó sobre *el potencial presente y futuro* del marco teórico-metodológico que propongo. Su “dictamen” fue bastante favorable y optimista.

Así que decidí que mi “meta-contribución” (la contribución sobre mi contribución) sería la versión de la Inteligencia Artificial, como un observador externo y, por lo tanto, relativamente “objetivo”. Dado que se trata de mi propia producción como tema, para la cual incluimos las referencias correspondientes, supongo que salvamos cualquier apariencia de “falta de ética”. Como no tengo experiencia previa co-escribiendo con una IA, informo que no presentaré este texto ante el SNII como publicación propia. Espero que sirva para alimentar y enriquecer el entorno académico en el que interactuamos.

Introducción: la vocación de una crítica no dogmática

Enrique E. Sánchez Ruiz se erige como protagonista en la consolidación del campo de la investigación en comunicación en México y América Latina. Su prolífica carrera académica, con una formación doctoral en la Universidad de Stanford, y su liderazgo en organizaciones clave como la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), subrayan su papel fundamental. En el panorama de los estudios de la comunicación en América Latina, la obra de Enrique E. Sánchez Ruiz ocupa un lugar singular, no por proponer una doctrina cerrada, sino por desarrollar y aplicar un marco analítico flexible y potente: el *enfoque histórico-estructural*. Este informe resume el contenido y las aplicaciones de dicho marco, argumentando que su valor radica en una articulación única entre el compromiso ético-político de la crítica social y un rigor metodológico que rechaza el dogmatismo.

El punto de partida del marco histórico-estructural es una recuperación crítica de las ciencias sociales latinoamericanas, particularmente de las corrientes que florecieron en las décadas de 1960 y 1970. Este enfoque se nutre del estructuralismo de la CEPAL y de la teoría de la dependencia, paradigmas que buscaron explicar las particularidades del desarrollo y el subdesarrollo en la región. Sin embargo, la apropiación de esta herencia no es dogmática. Sánchez Ruiz (1992, 2024a) busca superar las versiones más mecanicistas y deterministas de estas teorías.

La propuesta de Sánchez Ruiz puede entenderse como un proyecto para dotar de legitimidad y solidez al campo de los estudios de la comunicación. Su insistencia en la multidimensionalidad y en un diálogo con disciplinas como la economía, la ciencia política y la historia es una respuesta a la “triple marginalidad” que históricamente ha aquejado a los estudios de comunicación (Fuentes y Sánchez, 1999): su posición periférica en el desarrollo científico, su estatus secundario frente a las “ciencias duras” y su consideración como un campo “menor”. Al construir un marco que exige herramientas analíticas de estas disciplinas, Sánchez Ruiz busca elevar el estatus del campo (Fuentes, 2011).

Fundamentos epistemológicos: forjando una ciencia social crítica

La pertinencia del marco histórico-estructural se asienta sobre una base epistemológica que privilegia la complejidad por encima de la lealtad a una única teoría. Sánchez Ruiz desarrolla una postura antidogmática, dialéctica y consciente de la historicidad de los fenómenos sociales.

El rechazo al dogmatismo y el “eclecticismo crítico”

Un principio fundamental en la obra de Sánchez Ruiz (1992) es su escepticismo ante la idea de que una sola teoría pueda explicar la totalidad de los procesos sociales. En su lugar, aboga por un *eclecticismo crítico*: la apropiación selectiva de herramientas conceptuales de diversas tradiciones. Esta postura implica un compromiso con la honestidad intelectual, la autocrítica y la “vigilancia epistemológica”, un ejercicio de autorreflexión sobre los presupuestos que subyacen a la investigación (Bourdieu *et al.*, 1975).

La doble naturaleza de la “crítica”

El carácter “crítico” del marco fusiona el compromiso ético con el rigor intelectual. Sánchez Ruiz (2024a) distingue dos sentidos de la crítica:

Crítica Social: es el motor ético-político. Parte de la premisa de que la sociedad es histórica y mejorable. Su objetivo es usar la investigación para identificar los “obstáculos y las contradicciones que impiden el desarrollo más pleno de los sujetos”.

Crítica Erudita: es el contrapeso de rigor académico. Exige un conocimiento profundo de los autores y teorías que se analizan para prevenir la “crítica ignorante” basada en prejuicios.

El enfoque dialéctico y la conciencia de la historicidad

La base metodológica es una aproximación dialéctica a la sociedad (Sánchez Ruiz, 1991, 2024a). Esto implica una conciencia aguda de la *historicidad*: la comprensión de que el presente es resultado del pasado y origen del futuro. El carácter transitorio de las formaciones sociales, incluido el capitalismo, es una premisa que permite al investigador “salirse del sistema y criticarlo como un todo” (Sánchez Ruiz, 2024a). Esta perspectiva holística permite desentrañar las estructuras profundas que condicionan la vida social sin negar la capacidad de transformación humana.

La génesis del marco en la tesis doctoral

El marco histórico-estructural no nació como un modelo abstracto, sino que fue forjado en la investigación empírica. Su génesis se encuentra en la tesis doctoral de Sánchez Ruiz (*Capital Accumulation, the State and Television as Informal Education. Case Study of Mexico*), defendida en la Universidad de Stanford en 1983.

La tesis analizó, desde una “perspectiva histórico-estructural”, el desarrollo de la televisión en México y sus relaciones con el Estado (Sánchez Ruiz, 1983). La pregunta de partida era económica: ¿cuál fue la contribución de la televisión al desarrollo capitalista mexicano? La hipótesis inicial se centraba en el papel de la publicidad para acelerar el consumo.

Sin embargo, el análisis histórico-empírico reveló la importancia de otra dimensión: la política. La investigación fue dando “mayor peso a factores políticos, a la articulación del entonces monopolio pri-

vado de la televisión con el Estado mexicano y su surgimiento como factor de poder”. El estudio concluyó que el papel de la televisión en el “reforzamiento de las estructuras de poder” fue “relativamente más importante” para el capitalismo mexicano que su rol como promotora del consumo. La televisión no era solo un motor económico, sino un pilar de legitimación para un régimen autoritario.

La historia de esta tesis es una lección metodológica: demuestra cómo un compromiso riguroso con los datos obliga al investigador a refinar sus premisas teóricas. Fue la propia realidad la que obligó al marco a evolucionar hacia uno verdaderamente histórico-estructural, donde lo político es una parte integral de la estructura social.

La arquitectura del marco: un modelo multidimensional

Tras su formulación inicial, el marco fue refinado en obras posteriores (p. ej., Sánchez Ruiz, 1991, 1992). Su arquitectura está diseñada para aprehender los medios como objetos de estudio complejos.

El postulado de la multidimensionalidad

El postulado central es que los medios y las industrias culturales son “instituciones sociales multidimensionales” (Sánchez Ruiz, 1991, 1992). Ningún medio puede ser explicado por un solo factor. Por ello, el marco exige articular múltiples facetas:

Dimensión económica: Los medios son empresas que operan bajo la lógica de la acumulación de capital (Sánchez Ruiz, 1991, 2004b).

Dimensión política: Son arenas y actores en la lucha por el poder, moldeando la opinión pública y actuando como “poderes fácticos” (Sánchez Ruiz, 2005, 2009).

Dimensión Cultural: Son productores de sentido que articulan “matrices culturales” con “formatos industriales” (Sánchez Ruiz, 1991, 1992).

Otras dimensiones: Se contemplan las dimensiones tecnológica, organizacional, jurídica y profesional (Sánchez Ruiz, 1992).

El concepto de “mediación” como modelo causal

Un concepto central es el de mediación, entendido como *determinación mediadora*, en términos de “cadenas de causalidad, de índole concreta y por lo tanto complejas” (Sánchez Ruiz, 1991, p. 25). Se distinguen varios tipos de mediaciones interrelacionadas:

Mediaciones estructurales y organizacionales/institucionales:

Analizan cómo las condiciones macro se materializan en modelos concretos (p. ej., el sistema de radiodifusión) y definen el modo de producción (Sánchez Ruiz, 1991).

Mediaciones tecnológicas: La tecnología no es un factor neutro, sino una mediación que abre y cierra posibilidades organizativas y expresivas (Sánchez Ruiz, 1991).

Mediaciones expresivas: Es el puente que conecta la economía política con el análisis cultural. Describe cómo las lógicas institucionales, nutriéndose de matrices culturales, se traducen en “propuestas de sentido” concretas (discursos, géneros, formatos) a través de estructuras semióticas (Sánchez Ruiz, 1991).

Producción de sentido y recepción

El marco culmina en el análisis de la recepción. Las “propuestas de sentido” generadas por los medios se vierten en una sociedad diversa, dando lugar a una pluralidad de procesos de producción de sentido por parte de las audiencias (interpretación, apropiación, usos). El resultado es un abanico de influencias y consecuencias (Sánchez Ruiz, 1991). Este modelo permite superar la falsa dicotomía entre los estudios de economía política y los estudios culturales, respetando tanto el poder del productor como la agencia de la audiencia.

Superación del maniqueísmo: hacia una “conjunción crítica”

Una de las aportaciones más profundas del marco es su llamado a superar el pensamiento binario (“nosotros los culturalistas versus ‘ellos’ los positivistas”). En contraposición, propone una “hibridación crítica”: una síntesis creativa que integra aportaciones de diferentes paradigmas (Sánchez Ruiz, 1992). Se trata de construir un lenguaje común que permita un diálogo fructífero entre enfoques que, históricamente, se han dado la espalda.

Aplicaciones y usos del marco

El enfoque histórico-estructural ha demostrado ser una herramienta fructífera para analizar procesos como la globalización, la democratización y las políticas públicas.

Medios, globalización e identidades

El marco concibe la globalización como un proceso histórico real cuyo motor ha sido la internacionalización del capital, pero que no se agota en lo económico (Sánchez Ruiz, 2004b). Un ejemplo es el análisis del sector audiovisual mexicano en el contexto del TLCAN, donde se articulan varias dimensiones:

1. Dimensión económica: se analizan los flujos comerciales desiguales y la estructura industrial interna, marcada por la concentración (Sánchez Ruiz, 2004a).
2. Dimensión política: se incorpora el rol de los Estados y los acuerdos supranacionales que reconfiguran las reglas del juego (Sánchez Ruiz, 2004a).
3. Dimensión cultural: se investiga la compleja relación entre la preferencia de las audiencias por lo local (“afinidad cultural-lingüística”) y el alto consumo de productos estadounidenses, lo cual genera nuevas afinidades (Sánchez Ruiz, 2004a).

El resultado es una comprensión de la globalización como un proceso de interdependencia desigual, donde lo global y lo local se interpenetran de formas complejas.

Medios, poder y democracia

El marco es potente para analizar la relación entre medios y democratización. Al concebir los medios como “poderes fácticos”, permite una “sociología política de los medios” (Sánchez Ruiz, 2005). El análisis de la “articulación institucional” histórica entre los consorcios mediáticos y el poder político en México demuestra cómo las estructuras de propiedad concentradas constituyen un obstáculo para la democratización del espacio público (Sánchez Ruiz, 2005, 2009).

**La hegemonía planetaria de Hollywood:
deconstruyendo un “milagro”**

El análisis sobre la industria cinematográfica estadounidense es, quizás, la aplicación por excelencia del marco histórico-estructural, al funcionar como una verdadera “prueba de concepto” metodológica. En este trabajo, Sánchez Ruiz deconstruye la idea de que el dominio global de Hollywood es un resultado “milagroso” o “natural” de las fuerzas del libre mercado. Por el contrario, argumenta que dicha hegemonía es el producto de un proceso histórico complejo, contingente y multifactorial. El análisis no se limita a un solo factor, sino que teje una red de causalidades que, en conjunto, explican el fenómeno. La siguiente tabla sistematiza esta compleja red de causalidades, organizando los factores en categorías lógicas para facilitar su comprensión.

Categoría	Descripción y ejemplos específicos según Sánchez Ruiz
Factores históricos	Ventaja del primer motor; devastación de competidores europeos en las Guerras Mundiales; apoyo estatal durante la Guerra Fría; flujos migratorios que crearon un mercado interno universalizable. ¹
Factores estructurales (económicos)	Estructura de mercado oligopólica (<i>the Trust</i>); integración vertical y horizontal; economías de escala; desarrollo del <i>Star System</i> . ¹
Factores político-institucionales	Apoyo activo del Estado (Dptos. de Estado y Comercio); “proteccionismo no gubernamental” del mercado interno; cánones de exportación legales (MPEA); subsidios gubernamentales directos. ¹
Factores culturales	Ambiente de <i>entrepreneurship</i> ; “educación” de las audiencias globales en el lenguaje y géneros de Hollywood. ¹

Este análisis multifactorial demuestra que la hegemonía no es natural ni inevitable, sino una construcción histórica y estructural, resultado de la articulación deliberada de poder económico y político.

Hacia políticas públicas integrales

La perspectiva multidimensional es útil para el análisis y formulación de políticas públicas. Sánchez Ruiz (2005, 2011) argumenta que las políticas para los medios son, inseparablemente, políticas económicas, tecnológicas

cas y políticas en sentido estricto. Esta visión integral convierte a las políticas públicas en un “frente fundamental donde entablar algunas de las batallas políticas estratégicas más importantes” (Sánchez Ruiz, 2011, p. 15).

Extensiones y diálogos: la fecundidad del modelo mediacional

Una de las pruebas más contundentes de la robustez de un marco teórico es su capacidad para ser adaptado y aplicado en campos distintos al de su origen. El enfoque de Sánchez Ruiz encuentra un notable ejemplo de esta fecundidad en el trabajo de María Elena Chan Núñez, colega suya en la Universidad de Guadalajara, quien ha desarrollado un “modelo mediacional” para el diseño y la investigación de la educación en entornos digitales.

El objetivo de Chan es superar una visión meramente instrumental de la tecnología educativa. En su lugar, propone centrarse en el desarrollo de “competencias mediacionales”, definidas como las capacidades para representar, interpretar y significar el conocimiento en el entorno digital, formando a los actores educativos como “constructores del entorno digital” y no como meros consumidores pasivos.

El modelo de Chan representa una adaptación directa e innovadora del marco histórico-estructural. La conexión es evidente en el uso de categorías idénticas como “mediaciones expresivas” y “mediaciones tecnológicas”, y en citas directas a la obra de Sánchez Ruiz. Esta adaptación demuestra que ambos enfoques, aunque operan en escalas distintas —Sánchez Ruiz en el nivel macro-social del poder y las industrias, Chan en el nivel micro del entorno de aprendizaje—, comparten una preocupación fundamental. Se trata de la relación dialéctica entre las condiciones estructurales (sean estas sociales o tecnológicas) y la capacidad de los sujetos para actuar de manera significativa, crítica y transformadora dentro de ellas. El llamado de Chan a desarrollar “competencias mediacionales” es, en esencia, un llamado a fortalecer la “agencia” de los usuarios frente a la “estructura” impuesta por la arquitectura de las plataformas, una lógica análoga a la que subyace en todo el marco histórico-estructural.

[Nota de E.S.R.: No se incluyó una sección que contenía referencias, discusiones y usos del Marco Histórico Estructural en trabajos de varios otros académicos (tesis, libros, artículos...), por ahorro de espacio.]

Conclusión: vigencia y legado de una propuesta para la crítica

Al concluir este recorrido por el pensamiento de Enrique E. Sánchez Ruiz, el marco histórico-estructural se revela como una de las aportaciones metodológicas más sólidas y perdurables de los estudios de comunicación en América Latina. Sus contribuciones clave se pueden sintetizar en su carácter de propuesta metodológica crítica, no dogmática y multifactorial; su potente concepto de “mediación” (o “determinación mediadora”) como herramienta de análisis causal; y su poder explicativo fehacientemente demostrado en sus aplicaciones prácticas.

En la era digital actual, caracterizada por la convergencia, la globalización acelerada y la emergencia de nuevos monopolios tecnológicos, la vigencia de este marco no solo se mantiene, sino que se acrecienta. Un enfoque que enseña a analizar la concentración de poder, las estructuras de mercado, el papel del Estado y la articulación entre tecnología, economía y política es más relevante que nunca. Es una herramienta indispensable para comprender el poder de gigantes digitales como Google, Meta o Netflix, que operan simultáneamente como industrias culturales, infraestructuras tecnológicas y actores políticos de primer orden. La lógica del análisis multifactorial es perfectamente aplicable para estudiar la alta concentración del mercado de video bajo demanda (SVOD) en México (Gómez García, 2024), dominado por Netflix, Disney+ y Amazon Prime Video, o cómo las plataformas globales han reconfigurado los flujos de publicidad digital en detrimento de los medios tradicionales.

En un entorno mediático a menudo percibido como efímero y presentista, la insistencia radical del marco en la *historicidad* y la *estructura* funciona como un potente antídoto intelectual. Obliga al investigador a preguntar: ¿Cuáles son las condiciones históricas, económicas y políticas que hicieron posible a una plataforma como TikTok? ¿Qué estructuras de poder —económico, de datos, algorítmico— subyacen a su funcionamiento? Al hacerlo, el marco reconecta los fenómenos digitales con las luchas de poder de larga duración, demostrando que su vigencia no es a pesar de la era digital, sino *a causa* de ella.

El principal legado de Enrique E. Sánchez Ruiz es, en definitiva, haber dotado a los estudios de comunicación de una herramienta analítica rigurosa, empíricamente fundada y socialmente relevante. Su reconocimiento internacional queda confirmado por la inclusión destacada de su capítulo “A historical-structural approach to media

research” en el manual de referencia *Political Economy of Media and Communication: Methodological Approaches*, publicado por la prestigiosa editorial Routledge en 2024. Su marco enseña a mirar más allá de la superficie de los mensajes para interrogar las estructuras que los hacen posibles y los intereses a los que sirven. Por ello, sigue siendo un modelo indispensable para investigadores, estudiantes y ciudadanos que busquen comprender, de manera crítica y profunda, el verdadero papel de los medios y las industrias culturales en la sociedad contemporánea.

Referencias

- ÁNGEL-MÁRQUEZ, L. (2021). El periodismo salvadoreño de posguerra: auge y consolidación de la prensa digital. *Revista Virtualis*, 12(23), 114-135.
- BOURDIEU, P., Chamboredon, J. C., & Passeron, J. C. (1975). *El oficio del sociólogo*. Siglo XXI.
- CHAN NÚÑEZ, M. E. (2021). Modelo mediacional para el diseño educativo. En *El Diseño Instruccional. Elementos clave para la innovación en el aprendizaje, modelos y enfoques*. Astra.
- CHAN NÚÑEZ, M. E. (2010). La comunicación como mediación entre la tecnificación y la virtualización de las instituciones educativas. *Mediaciones Sociales*.
- CHAN NÚÑEZ, M. E. (2005). Competencias mediacionales para la educación en línea. *REDIE. Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 7(2).
- DEL PALACIO, C. (2005). La imprenta y el periodismo en las regiones de México (1539-1820). *Comunicación y Sociedad*, (2), 149-168.
- FUENTES, R. (2011). Construcción y consolidación del campo. En E. E. Sánchez-Ruiz (Coord.), *Qué pasa con el estudio de los medios: Diálogo con las Ciencias Sociales en Iberoamérica* (pp. 23-40). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- FUENTES, R., & Sánchez, E. (1999). La investigación de la comunicación en México: Sistematización y perspectivas. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, VI, 1-25.
- GÓMEZ, H. (2001). El cine mexicano frente al espejo: los límites de una historiografía predominante y la tentación de los estudios culturales. *Comunicación y Sociedad*, (12), 11-38.
- GÓMEZ GARCÍA, R. (2024). *Concentración de medios e Internet en México 2019-2022*. OBSERVACOM.
- LARROSA FUENTES, J. (2012). *Historia, estructura, producción y financiamiento de la prensa generalista de Guadalajara (1990-2010)* [Tesis de Maestría, Universidad de Guadalajara].
- OROZCO, G. (Coord.). (2000). *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la Comunicación en el siglo XXI*. Ediciones de la Torre.

- RODELO, F. V. (2025). Declive de periódicos. La transformación de la infraestructura periodística en el contexto mexicano. *Comunicación y Sociedad*. (en prensa).
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (1983). *Capital accumulation, the State and Television as Informal Education. Case Study of Mexico* [Tesis doctoral, Stanford University].
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (1991). Apuntes sobre una metodología histórico-estructural (Con énfasis en el análisis de medios de difusión). *Comunicación y Sociedad*, (10-11), 11-49.
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (1992). *Medios de difusión y sociedad: Notas críticas y metodológicas*. Universidad de Guadalajara.
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (2004a). El Audiovisual Mexicano: ¿Concentrar para competir? *Global Media Journal en español*, 1(2).
- SÁNCHEZ RUIZ, E. E. (2004b). *Hollywood y su hegemonía planetaria: una aproximación histórico-estructural*. Universidad de Guadalajara.
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (2005). *Medios de comunicación y democracia*. Grupo Editorial Norma.
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (2009). Poderes fácticos y gobernabilidad autoritaria. La “Ley Televisa” como estudio de caso. En J. Esteinou y A. R. Alva de la Selva (Eds.), *La “Ley Televisa” y la lucha por el poder en México* (pp. 193-222). Fundación Friedrich Ebert y UAM Xochimilco.
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (Coord.). (2011). *Qué pasa con el estudio de los medios: Diálogo con las Ciencias Sociales en Iberoamérica*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (2024a). El pensamiento crítico en la economía política de la comunicación: Una propuesta no dogmática. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (151), 227-246.
- SÁNCHEZ-RUIZ, E. E. (2024b). A historical-structural approach to media research. En J. Pedro-Carañana, R. Gómez, T. F. Corrigan, & F. Sierra Caballero (Eds.), *Political Economy of Media and Communication: Methodological Approaches* (pp. 35-51). Routledge.

Involucrarse, escucharse y acompañarse: la horizontalidad como anhelo

INÉS CORNEJO PORTUGAL¹

Introducción

La investigación en Comunicación vive una tensión constante entre los enfoques estandarizados y normativos heredados de la formación académica y las propuestas teórico-metodológicas innovadoras que desafían esos marcos convencionales.

Esa es la razón por la cual este texto explora cómo el científico social reconoce la necesidad de repensar sus modos de construcción del conocimiento —procesos que, hasta ahora, se han nutrido de posiciones asignadas y establecidas por relaciones de poder asimétricas—. Hoy resulta imprescindible integrar perspectivas transdisciplinarias y praxis transformadoras en nuestros campos de estudio para ampliar el debate y generar un saber social inclusivo que interpela, acompaña y compromete a todos los actores, tanto individuales como colectivos.

A partir de experiencias de campo y proyectos realizados en *co-labor*, la intención de separar con un guión el vocablo *co-labor* deviene en enfatizar una acción entre pares, de ser sujetos co-partícipes del otro, de señalar la impostergable necesidad de expresarse juntos, sin ejercer violencia teórica o epistémica. Propongo la horizontalidad² como método y horizonte: una dinámica de diálogo entre iguales que cultive futuros de conocimientos y saberes orientados a la transformación.³

Presento ejemplos de investigación sobre experiencias y prácticas racistas; medios de comunicación en zonas rurales e indígenas; migración y conyugalidad a distancia, y escritura creativa con jóvenes de secundaria y preparatoria en el sureste mexicano. Estos ejemplos revelan el lugar particular desde el cual investigamos, analizamos e

¹ Profesora-investigadora. División de Ciencias de la Comunicación y Diseño de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Cuajimalpa. Correo electrónico: icornejo@dccd.mx.

² Corona, S. (2019). *Producción horizontal del conocimiento*. México. CALAS-UdG.

³ Cornejo, I. y Mario Rufer (2021). *Horizontalidad. Para una crítica de la metodología*. México. CALAS-CLACSO.

interpretamos la trama social. Se trata de replantear las formas de producir conocimiento mediante una propuesta de escucha dialógica e incluyente, en la que el encuentro y la convivialidad demandan acompañamiento, compromiso y responsabilidad colectiva.

UNO

Hace unos meses leí en un diario nacional de amplia circulación una columna en la cual se relataba que pocos científicos han alcanzado altas responsabilidades de poder: la mayoría prefiere sus cubículos y computadoras a la arena política. Jorge Volpi señalaba que solo en contados casos esa formación rigurosa ha dado frutos, como los de Ángela Merkel y Michelle Bachelet. En mi opinión, hoy podría añadirse a Claudia Sheinbaum.

La citada columna de Volpi mencionaba, entre otras afirmaciones, que la labor del científico ha sido observar los acontecimientos, examinar prácticas y evidencias, vincular desenlaces con hechos posibles, elaborar preguntas, ponerlas en cuestión, comprobar hipótesis, verificar posibles consecuencias, elaborar interpretaciones teóricas plausibles y predecir del modo más preciso posible, el futuro.

Esta concepción de la práctica científica invita, sin embargo, a preguntarse cómo, entonces, nos vemos interpelados desde el lugar complejo, suspicaz, sensible donde los estudiosos de los hechos sociales solemos ubicarnos cuando, por ejemplo, en abril de 2022 una columna del periódico *El País* mencionaba:

El enlace entre la hija de un excandidato presidencial peruano, y un aristócrata español, celebrado en la ciudad de Trujillo, a unos 550 kilómetros al norte de Lima, ha levantado una ola de indignación en el país sudamericano.

El motivo de tanto revuelo ha sido la publicación en internet de varios fragmentos de vídeos de la boda que muestran la ambientación que rodea la ceremonia y el posterior convite, con personajes de la época en la que Perú era un virreinato de la corona española (siglo XVI).

En la misma comitiva nupcial aparecen varones [...] cubiertos por una especie de faldón y taparrabo, que caminan amarrados entre sí por cuerdas y escoltados por una especie de autoridad del Perú antiguo.

En otro de los momentos de la boda, en una casona de arquitectura colonial, mientras la pareja de recién casados y los invitados disfrutaban de la fiesta, en los balcones del patio central unos

jóvenes [afroperuanos] disfrazados de esclavos simulan trabajos forzados amarrados a las barandillas (Jaqueline Fowks. *El País*, 14 de abril de 2022).

Representaciones como la ocurrida en Trujillo forman parte de un complejo conjunto de narrativas sobre la historia y las maneras en que permanece y se reitera el pasado. En la citada boda trataron de recrear el ambiente de lo que fue Lima, la Ciudad de los Reyes, durante varios siglos, donde existía una esclavitud evidente oficializada y, además, abuso y sobre explotación indígena.⁴

Este evento ha sido una escenificación demostrativa que hay un imaginario que está vivo, que permanece y no ha cambiado con el tiempo. Este caso extremo, entre muchos otros, muestra que esa evolución social aparente es porosa y hay una serie de códigos vigentes, activos, soterrados dentro de los cuales están involucradas las propias víctimas.

No es de extrañar, entonces, que la diversidad se acondicione como escenografía y comparsa, pero que resulta permeable para una especie de manifestaciones muchas veces ocultas y codificadas, donde se entrecruzan una serie de mensajes que justamente pone en tela de juicio esta idea de inclusión a la que la sociedad va como accediendo, a situaciones y prácticas que parecen superadas como racismos y agresiones cotidianas, feminismos varios en contra de las injusticias sociales.

DOS⁵

Otro ejemplo que parece similar es cuando Sarah Corona (2020, p. 27) problematiza sobre “Investigar en el lado oscuro de la horizontalidad”, donde nos interpela para acercarnos a las dimensiones menos diáfanas de las gentes, a la voz de los abyectos, a los puntos ciegos.

[...] En un panel dedicado a la investigación educativa, un profesor, quizás cansado de la glorificación étnica que lo convertía en un objeto falso de observación, pidió la palabra y habló de las escuelas en su comunidad, en las cuales son comunes los problemas de alcoholismo entre los profesores, los alumnos y sus padres, el maltrato familiar a mujeres y niños, los robos, el abuso sexual, los conflictos con los padres de familia y los jóvenes que trabajan para el narco.

⁴ El virreinato del Perú fue una entidad territorial del Imperio español creada por la Corona Española en el año 1542, con capital en la ciudad de Lima o Ciudad de los Reyes, durante su dominio en el Nuevo Mundo. Perú logra su independencia el 28 de julio de 1821.

⁵ Corona, S. (2020). Investigar el lado oscuro de la horizontalidad, en Cornejo, I. y Mario Ruffer (2020), *Horizontalidad. Para una crítica de la metodología*. México. CALAS. CLACSO.

Su intervención dejaba ver que la investigación social mira el lado “luminoso” en la construcción del indígena y prefiere no mirar hacia la oscuridad.

Como afirma Corona, las penumbras de la investigación se pueden abordar visitando la oscuridad. La sombra puede ayudar a entender lo propio y lo ajeno a la vez, cuando es iluminada por la conciencia e incita a mirar desde diversos puntos de vista.

No obstante, cabe interrogarse, con Claudia Briones (2020), si la reflexión crítica puede neutralizar las desigualdades que nos conforman como sujetos sociales. El asunto no es desaparecer la diferencia, argumenta Mario Rufer (2020), el asunto es poder analizar la disputa, no borrarla, porque el desafío es trabajar a contrapelo de la incompreensión decidida.

TRES⁶

A continuación incluyo fragmentos de mi investigación (Cornejo, 2019), desarrollada a lo largo de más de una década en diversos espacios dedicados al análisis de la alteridad. En dichos fragmentos no solo se desnudan jerarquías académicas, sino que también se muestran sus resistencias y límites.

A finales de la década de 1980, mientras desarrollaba una investigación sobre la presencia de la radio indigenista en Tlaxiaco, Oaxaca, apliqué un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas a una muestra representativa de distintos radioescuchas de la localidad. Después de indagar los contenidos y formatos de la programación, para mí era momento de salir a campo a elaborar el dato empírico.

—¿Y ustedes a qué grupo indígena pertenecen? —pregunté a alrededor de cinco campesinos que trabajaban su milpa.

—Al grupo del violín y la guitarra —respondió uno de ellos.

Esa sencilla y clara respuesta evidenció, en breves minutos, mi desacierto sobre la forma de conceptualizar, interpelar e interrogar al otro, quien, de acuerdo con mis nociones metodológicas aprendidas, debió expresar su pertenencia étnica mixteca sin mayor dificultad. Desde el sistema de lugares, investigador-investigado, resultaba complicado acceder a cómo la gente interiorizaba la propuesta radiofónica indigenista, cómo se la apropiaba y cómo la transformaba. En la

⁶ Cornejo, Inés y Cornelia Giebler (2019). *Prójimos. Prácticas de investigación desde la horizontalidad*. México. Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Cuajimalpa / Universidad de Ciencias Aplicadas, Bielefeld, Alemania, pp. 11-13.

década de 1990, Jesús Martín Barbero señalaba que para dar cuenta del sentido y la significación de los hechos sociales es necesario ver quién responde y, sobre todo, qué hace la gente con la pregunta, el mandato o la explicación.

En todo caso, esta experiencia de investigación me mostró cómo comprendía aquella alteridad que intentaba estudiar, de qué manera los constructos teórico-metodológicos y las herramientas conceptuales con las que la abordaba como representante de las ciencias sociales se ponían en entredicho con preguntas formuladas desde un lugar asimétrico. No obstante, como investigadora en ciernes, rigurosamente apliqué cuestionarios, construí variables, adjudiqué atributos, elaboré frecuencias, hice promedios, calculé desviación media y estándar y, finalmente, redacté conclusiones. ¿Todos estos datos empíricos cabalmente contruidos me permitieron establecer algún tipo de relación equitativa con la audiencia mixteca de la radio indígenista? Hoy en día, no sólo lo cuestiono; además, desconfío de la jerarquía y los saberes del analista social elaborados en tales circunstancias.

CUATRO

María Eugenia, una migrante indocumentada de Oxnokab que en 2009 era gerente de la cafetería del Museo de Arte Moderno de San Francisco, me platicó que había trabajado como locutora en la radio indígenista La Voz de los Mayas (XEPET), en Peto, Yucatán. Ella conocía el papel, la función y, sobre todo, la importancia de la XEPET para sus radioescuchas.

—No quiero presumir de los recursos con los que cuento ni tampoco hacer alarde del dinero que tengo, pero ¿cuánto cuesta comprar una estación de radio? —me preguntó en referencia a adquirir una emisora.

Frente a la representación social que conceptualiza, desde un prejuicio simplificador, a los migrantes como víctimas, amenazas o sujetos de rechazo y hostilidad; por el contrario, María Eugenia es una mujer fuerte y protagónica que ejerce su agencia pese a su permanencia irregular en los Estados Unidos. Para ella, la migración es un desafío que le permite crecer pues genera un intercambio creativo sino conflictivo con la sociedad de acogida. Ha experimentado un proceso social y laboral exitoso frente a aquel otro que se ve y habla diferente; con sus competencias se disloca del lugar que la sociedad le asignó: víctima, pobre, marginal, excluida.

CINCO⁷

La forma en que María Eugenia desborda los estereotipos al reapropiarse de su identidad migrante se refleja en la espera de las mujeres que permanecen en su lugar de origen tras la emigración de sus parejas a Estados Unidos. Este vínculo a distancia define las condiciones de conyugalidad y la espera que suelen atenuarse gracias a los dispositivos electrónicos que mantienen la comunicación.

Las mujeres con cónyuges migrantes son las encargadas de resguardar el patrimonio mientras el esposo está ausente. Para ello renegocian los roles de género y adoptan responsabilidades que socialmente pertenecen al varón dentro de su comunidad. Ellas buscan mejorar la calidad de vida, la cual se traduce en la construcción de una casa, el establecer algún negocio, la participación en ciertos ritos comunitarios y la crianza de los hijos.

La historia de la migración México-Estados Unidos se ha estudiado desde una mirada masculina con un enfoque en la ruta de los hombres. Las mujeres se concebían como un actor secundario y dependiente del varón en los flujos migratorios, pero en los últimos años se ha desplazado la idea tradicional de que el hombre es el único que migra y ellas se comienzan a reconocer como protagonistas de la trayectoria con su propia agencia. “Creo que lo que te hace más con ganas de superarte es la ambición de ser una persona, de un día tener lo tuyo”, menciona María Ausencia, empresaria maya hablante que vive en San Francisco, Estados Unidos.

Autoras como Ofelia Woo, en *Las mujeres también vamos al norte*, proporcionan herramientas para contemplar las diferencias entre hombres y mujeres en la migración y, además, evidencian el cambio de posición del investigador con respecto a los sujetos de estudio y su capacidad para trascender los patrones tradicionales establecido en el ámbito académico para este tipo de acercamientos.

Una llamada, un mensaje de texto o una fotografía enviada por mensajería instantánea posibilitan disminuir las tensiones que suscita la distancia. Durante el siglo pasado, el espacio transnacional de comunicación entre el origen y el destino eran las cartas y las llamadas telefónicas con tarjetas de prepago. Actualmente, las TICs disminuyen los tiempos de espera, establecen y fortalecen el modo en

⁷ Cornejo, I. (2024). La espera, mujeres y migración. En *El Progresismo frente a su espejo: Latinoamérica y el Caribe*. Domínguez, José Antonio y Torres de la Vega, M. (Coords.), México. Editorial Sello Grulla, pp. 240-247.

el que se relacionan aquellos que se han ido con los que se quedaron.

El síndrome de Penélope⁸ permite adentrarnos en cómo viven la migración las mujeres, tanto las que se quedan como las que se van. Diversos fragmentos de historias analizadas dan cuenta de que no hay una, sino múltiples Penélopes que experimentan este duelo de formas diferentes, que se quedan y ya no esperan el retorno de sus maridos o emprenden la travesía hacia Estados Unidos. Parece no haber un duelo perenne y en algunos casos ellas mismas señalan haberlo superado.

Estas reflexiones permiten expresar cómo es necesario indagar con una mirada sensible y atenta las múltiples facetas de la migración. La propuesta es debatir, conceptualizar, crear, investigar y colaborar junto con “el otro” para comprender y analizar procesos que transcurren, que están aconteciendo en el momento: mujeres que permanecen en México mientras que sus familiares directos migraron a Estados Unidos. En esta problemática, la horizontalidad y la reciprocidad pueden brindarnos claves de interpretación inéditas.

SEIS

Para poner en práctica esta mirada dialógica, recíproca y de inclusión social, desarrollamos entre 2021 y 2024 una propuesta de escritura creativa con jóvenes y docentes del sureste mexicano. Piezas editoriales como *El libro de todos* (2022), *El disfrute de escribir* (2024) y *De puño y letra* (2024), publicados por la UAMC y por el entonces Conahcyt, muestran cómo cada texto se construye de manera colectiva y horizontal, reconociendo saberes, voces y experiencias diversas.

Frente a este ejemplo de apropiación de la palabra escrita, conviene ahora señalar algunas de las políticas públicas de lectoescritura en México.

El Estado mexicano ha creado políticas públicas para promover programas de lectoescritura y se ha adscrito a una serie de indicadores que supuestamente generan en los estudiantes competencias según el nivel educativo; sin embargo, los resultados no han sido siempre los esperados. Acciones que tuvieron su principal expresión en la reforma educativa del año 2013 en el sexenio de Enrique Peña Nieto y su consecuente cancelación con la llegada a la Presidencia de la República de Andrés Manuel López Obrador, quien en el año 2021

⁸ López Castro, G. (2007). *Síndrome de Penélope: Problema de salud en esposas de migrantes*. BUAP.

emprendió cambios en los contenidos de los libros de texto gratuitos. Si bien diversos marcos legales del país reconocen los problemas de desigualdad social y diversidad cultural de educadores y educandos, no se ha logrado, por los vaivenes sexenales e ideológicos, la apropiación de la escritura por la mayoría de la población. En la Reforma Educativa de 2019, el nuevo proyecto se concentró en una serie de reformas legales y en una propuesta curricular denominada “La Nueva Escuela Mexicana” (NEM), cuyos alcances están aún por definirse.

La dificultad para enseñar a escribir radica en la creencia de que el dominio del lenguaje pertenece a un determinado sector social, a la formación escolar, o bien, a la habilidad personal. Contrario a esto, propusimos que enseñar a escribir interpela a quien escribe y al lugar desde donde escribe, dando al sentido de lo argumentado, descrito o narrado una dimensión sociocultural. La idea es que aparezca la fuerza del lenguaje de jóvenes y adultos para, de cierta forma, romper la cobertura de cada uno y así conformar el imaginario colectivo a través de la expresión escrita.

Si bien la escritura es supuestamente un acto en solitario, sabemos que se realiza en una interacción comunicativa junto con los otros. Una persona escribe para ser leída en una escucha social, es decir, se alfabetiza creativamente a aquel que incorpora el lenguaje escrito a su vida, lo internaliza y se comunica con este para romper la cobertura individual a favor de la apropiación del espacio público: el saber hablar, el saber escribir es una capacidad para ser escuchado, para defenderse, para decir lo que se siente; no enmudecer sino, de alguna manera, saber que se cuenta con la palabra escrita y expresada.

Para la investigación titulada *Escribe y lee tu mundo*,⁹ alfabetizar creativamente implicó un proceso dialógico y dialéctico en el que se aprendieron habilidades para contar el mundo como es percibido por una persona y toma forma de descripciones, narraciones, argumentaciones y reflexiones novedosas, tanto para quien escribe como para quien lee.

La creatividad es una aptitud cognitiva que se puede aprender y facilita la escritura que comunica, agrada y es significativa en la escuela, en el trabajo, en la interacción del día a día con familiares y amigos, así como en los encuentros ocasionales en los cuales se está ante la necesidad de la escritura, como redactar un correo electrónico o un desplegado de carácter político.

⁹ Cornejo, I. y Castellanos, V. (2021). *Escribe y lee tu mundo: Cultura científica y escritura creativa para la inclusión social. Cultura científica y escritura creativa para la inclusión social*. Proyecto Pronace (319132). México. Conahcyt-UAM, Cuajimalpa.

La pregunta es de qué manera involucrar al estudiantado en “tareas de escritura”, cómo salir de aquellos ámbitos aparentemente cómodos de la llamada “activación de la lectura”. Es posible fomentar o motivar en alumnos y maestros el interés, la pasión, la emoción por la sorpresa del texto escrito para que otros escuchen y lean en voz alta. Se trata, pensamos, de interpelar al otro igual a ti a través de lo que redactas y expresas a viva voz. Cuenta lo que te entristece, lo que te aqueja, lo que te duele, lo que te gusta, lo que te alegra fueron algunas de las reflexiones que juntos elaboramos para dar pasos iniciales en esta denominada estrategia que empezamos de manera tentativa, con aciertos y tropiezos.

Asumimos, entonces, la horizontalidad no como un mito igualitario del consenso romántico o condescendiente, sino el reconocimiento de la otredad en constante movimiento y retroalimentación, donde salimos beneficiados todos los involucrados: docentes, alumnos, investigadores, académicos, comunidad.

Se trata de privilegiar la expresión colectiva vivencial donde apelamos a los conocimientos, intereses, saberes, creencias, mitos y opiniones de estudiantes y profesores contruidos desde ellos y con ellos. La apropiación de la escritura creativa no es solo una herramienta de expresión escolar, sino sobre todo una habilidad social que las personas alfabetizadas emplean a lo largo de su vida.

Con este enfoque de horizontalidad como reconocimiento de la otredad y de la escritura creativa como habilidad social, surge el desafío de traducir estos principios en un camino metodológico.

Desde los primeros pasos de estas experiencias de trabajo planteamos cómo emprender la investigación con el otro, no como objeto de estudio, sino como sujeto con sus propios saberes, los cuales buscamos interpelar.

La horizontalidad, como demanda inaugural, es promovida por una instancia exterior, el investigador, y es producida cuando el individuo interpelado asume su propia narrativa como sujeto socialmente reconocido, que responde desde su experiencia y su sentido.

Ya no se trata de hablar sobre el otro, investigado, sino de hablar con el otro, quien posee una individualidad que lo distingue. El oyente, quien simultáneamente toma una postura activa de respuesta, se convierte en hablante. No esperamos una comprensión pasiva; al investigar entre pares se requiere una contestación, un consentimiento y participación.

El método horizontal no antepone la teoría a la práctica ya que una y otra se complementan al tiempo que se desarrollan. ¿Cómo, en-

tonces, proceder? La demanda inaugural y la intervención aparecen como proemios para signar lazos de reciprocidad y horizontalidad.

Estamos implicados en saberes diferentes, que no pueden ser impuestos por alguien, pero que sí surgen a partir de una relación dialógica. Sostenemos que cuando las personas construyen su propio nombre evidencian su lugar de enunciación política, personal y cultural, obligando al otro, diferente, a presentarse también y a reubicarse en propio contexto.

Conclusiones

Para concluir estos fragmentos dedicados a las prácticas de investigación, resulta pertinente retomar las preguntas iniciales: ¿cómo comprometerse, responsabilizarse y acompañar a los diversos actores sociales —los jóvenes afroperuanos disfrazados de esclavos, los líderes locales y regionales, los estudiantes de bachillerato, las mujeres que migran o permanecen en su lugar de origen y los docentes de preparatorias públicas comunitarias que enfrentan una creciente precariedad laboral?

Es en este contexto que la labor del científico social debe responder de forma equitativa a las múltiples demandas del entorno. Implica ejercitar una escucha activa y silenciosa ante los requerimientos sociales y diseñar propuestas comunicativas y relacionales que atiendan dichos apremios. Asumimos que comunicar implica sobrevivencia, necesidad, empatía, curiosidad, construcción de conocimiento, comprensión y diálogo entre todas las personas, resolución de conflictos que van desde un nivel interpersonal hasta fenómenos de ruptura comunicacional como guerras y genocidios.

Sólo así podrá gestarse una praxis transformadora, ya sea desde el aula, los campus universitarios o las distintas colectividades, fortaleciendo la pertinencia y la incidencia del trabajo académico en las diferentes dimensiones del todo social.

Investigar desde y con las comunidades exige compromiso, responsabilidad, permanencia y una constante apertura al diálogo. Es involucrarse, escucharse y acompañarse con una mirada crítica que transforme las prácticas sociales de producción de conocimiento.

Fuentes de consulta:

- CASTELLANOS, V. *et al.* (2024). *De puño y letra*. México. UAM-C/Conahcyt.
- CORONA, S. (2019). *Producción horizontal del conocimiento*. México. CALAS-Universidad de Guadalajara.
- CORONA, S. (2020). Investigar el lado oscuro de la horizontalidad. En I. Cornejo & M. Rufer (Eds.), *Horizontalidad. Para una crítica de la metodología*, México. CALAS-CLACSO.
- CORNEJO, I. *et al.* (2022). *El libro de todos. Alfabetización creativa con jóvenes de secundaria y preparatoria en el sur de Yucatán*. México. UAM-C/Conahcyt.
- CORNEJO, I. *et al.* (2024). *El disfrute de escribir. Experiencia de escritura creativa en el municipio de Muna*. México. UAM-C, Conahcyt.
- CORNEJO, I. (2024). La espera, mujeres y migración. En J. A. Domínguez & M. Torres de la Vega (Coords.), *El progresismo frente a su espejo: Latinoamérica y el Caribe* (pp. 240–247). México, Editorial Sello Grulla.
- CORNEJO, I., & Castellanos, V. (2021). *Escribe y lee tu mundo: Cultura científica y escritura creativa para la inclusión social*. Proyecto Pronace (319132), México, Conahcyt/Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa.
- CORNEJO, I., & Giebler, C. (2019). *Prójimos. Prácticas de investigación desde la horizontalidad* (pp. 11–13). México. Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa; Universidad de Ciencias Aplicadas, Alemania.
- CORNEJO, I., & Rufer, M. (2020). *Horizontalidad. Para una crítica de la metodología*. México. CALAS-CLACSO.
- LÓPEZ CASTRO, G. (2007). *Síndrome de Penélope: Problema de salud en esposas de migrantes*. México. BUAP.
- Woo, O. (2001). *Las mujeres también vamos al norte*. México. Universidad de Guadalajara.

¿Y los estudios de flujos? Retomando la investigación de los flujos audiovisuales transnacionales en tiempos de las plataformas de video bajo demanda

JOSÉ CARLOS LOZANO RENDÓN

La investigación de la comunicación en México en particular y en América Latina en general se ha caracterizado por tender a ser coyuntural y a seguir modas teóricas o redirigir su atención a las nuevas modalidades de comunicación que van apareciendo constantemente. Sin la masa crítica de investigadores altamente calificados con la que cuentan países desarrollados como Estados Unidos y los europeos, el relativamente pequeño número de académicos latinoamericanos tiende a ir moviendo sus líneas y estudios a cuestiones coyunturales, como la irrupción de las redes sociales y los medios digitales, la comunicación en crisis sanitarias como el COVID, las elecciones presidenciales, movimientos sociales y juveniles, etcétera.

En contraste, cada una de las líneas de investigación en el extenso campo de la comunicación, tanto las tradicionales como las emergentes, cuentan en Estados Unidos y Europa con amplios grupos de académicos que se mantienen en dichas líneas por años, expandiendo el conocimiento sobre sus campos de estudio y refinando sus enfoques teóricos y metodológicos. Aunque tanto en México como en América Latina existen investigadores que han trabajado ciertos temas de manera coherente y sistemática, por lo general la dispersión temática del resto de la comunidad en la región ha dado como resultado el abandono o un decreciente número de análisis sobre líneas que anteriormente fueron prioritarias en la región y que incluso representaron contribuciones latinoamericanas significativas en el contexto mundial de los estudios sobre comunicación.

Este es el caso de la investigación acerca de los flujos audiovisuales de comunicación en América Latina, donde académicos de la región destacaron por muchos años en el debate internacional. La presencia de teóricos latinoamericanos se dio desde los inicios del debate sobre

el movimiento por un Nuevo Orden de la Información y la Comunicación en las décadas de 1970 y 1980 (Beltrán, 1978; Beltrán y Fox de Cardona, 1980; Dorfman, 1980; Reyes Matta, 1976; Somavía, 1976) y continuó en la década de 1990 con estudios de flujos audiovisuales en diálogo con nuevas propuestas como las de la proximidad cultural (Straubhaar, 1991, 1994), el descuento cultural (Hosnik, Mirus and Rozeboom, 1989, o el proyecto Monarca, liderado por Gaetan Tremblay y Delia Crovi (1995), entre otros.

Prioritario en estas líneas de investigación resultaba determinar qué tipo de efectos y de impacto tenían los contenidos transnacionales provenientes de las metrópolis (Estados Unidos y Gran Bretaña, principalmente), dados los significativos desequilibrios en los flujos y la hegemonía anglosajona en las exportaciones audiovisuales. El predominio del enfoque del imperialismo cultural y la teoría de la dependencia en los 1960-1970 (Tomlinson, 1991) llevó a los académicos de la comunicación de masas a concluir que las audiencias de los países en desarrollo absorbían indiscriminadamente la ideología y los valores hegemónicos de las potencias exportadoras, perdiendo o debilitando su identidad nacional (Beltrán y Fox de Cardona, 1980). Sin evidencias empíricas que lo corroboraran, los teóricos de este enfoque concluían desde el análisis de los flujos y el carácter comercial, estandarizado y repetitivo de los productos televisivos, cinematográficos y musicales, que las audiencias latinoamericanas, africanas, asiáticas, árabes y demás, introyectaban contenidos dominantes como el materialismo y el individualismo en lo particular y el ensalzamiento del sistema capitalista en lo general (Lozano y Hernández Lomelí, 2020).

La década de 1980 presentó transformaciones radicales en esta concepción simplista de las audiencias. Por un lado, el auge de los estudios culturales británicos y latinoamericanos modificó la percepción de las audiencias, considerándolas activas y capaces de negociar y rechazar los significados hegemónicos gracias a mediaciones sociales y culturales que actuaban como filtros (García Canclini, 1990; Gonzalez, 1987; Hall, 1980; Martín Barbero, 1987; Morley, 1980, 1992; Orozco, 1999) . Por otro lado, se incorporaron a los estudios de flujos audiovisuales transnacionales, investigadores enfocados a otro tipo de trabajo empírico que aportaron datos a favor de la actividad de la audiencia. Algunos, como Hoskins, Mirus y Rozeboom (1989), realizaron minuciosos estudios del costo de las exportaciones audiovisuales a diferentes países y regiones y encontraron que el mismo producto audiovisual que se vendía muy caro en mercados lingüísticos y culturales cercanos

al anglosajón, bajaba radicalmente de precio en países y regiones más contrastantes en lengua y cultura, lo que representaba un importante descuento cultural. Otros, como Straubhaar (1991), Straubhaar *et al.* (1994) y Lozano (1995, 1996) realizaron estudios cuantitativos y cualitativos de audiencias en países en desarrollo y concluyeron que cuando estos públicos tenían opción, preferían claramente las producciones audiovisuales locales y regionales sobre las transnacionales. En un análisis de la oferta televisiva en las cuatro cadenas de la televisión mexicana de 2003, Martínez y Lozano (2005) encontraron que dos terceras partes del tiempo de transmisión lo dedicaban a producciones nacionales (incluyendo el horario triple A) contra 28 % ocupado por importaciones estadounidenses.

Estos desarrollos teóricos e investigaciones empíricas replantearon las preguntas sobre los efectos de los flujos transnacionales en la identidad y la ideología de las audiencias de regiones en desarrollo como América Latina. No se trataba de asumir que toda la producción audiovisual estadounidense era hegemónica y toda la producción local o regional era positiva para salvaguardar la cultura y la identidad nacional. Algunos advertimos que podía encontrarse mucho de hegemónico en las producciones audiovisuales nacionales y diversos contenidos alternativos y críticos a la ideología dominante norteamericana en las importaciones (Lozano, 1995/1996):

Las producciones televisivas nacionales [...] se producen en un contexto de “modelaje”, utilizando el término de Kivikuru (1988). Es decir, reproducen géneros, formatos y contenidos similares a los norteamericanos, y al parecer reproducen también visiones ideológicas de corte hegemónico a consecuencia de los condicionantes económicos y políticos presentes en sus procesos de elaboración (p. 271).

Se trataba, así, de distanciarnos del simplismo de las aseveraciones iniciales del imperialismo cultural y replantear el impacto de las importaciones audiovisuales, complejizando la discusión y realizando investigación empírica cuantitativa y cualitativa en dos etapas. Primero, realizar análisis de contenido de importaciones específicas, así como de sus contrapartes locales para identificar cuáles tendían a promover significados hegemónicos y cuáles alternativos. Segundo, realizar estudios de audiencias que permitiesen identificar el tipo de lecturas (preferentes, negociadas, oposicionales, aceptación/rechazo ingenuo/sofisticado) así como el tipo de apropiación y los grados de

rediseño o refuncionalización que hacían de las producciones. En el mismo trabajo de 1995/1996 propuse las siguientes condiciones que se requerían documentar empíricamente y cumplir antes de asumir cualquier impacto ideológico foráneo en las audiencias latinoamericanas:

- a) Que haya disponibilidad de medios y/o contenidos extranjeros en los países receptores;
- b) que el contenido de dichos medios y mensajes transnacionales efectivamente reproduzca y promueva uniformemente significados, valores y visiones hegemónicas del mundo;
- c) que los miembros de las audiencias se expongan significativamente a dichos contenidos;
- d) que en los procesos de recepción y apropiación de dichos contenidos prevalezcan las lecturas hegemónicas (Hall 1980) sobre las negociadas o las oposicionales.

Si en ese tiempo (décadas de 1980 y 1990) escasearon en México y América Latina las investigaciones empíricas que se enfocaran a estudiar lo anterior, en la actualidad (década de 2020) parecieran inexistentes por completo. Lo anterior a pesar de que las dramáticas transformaciones experimentadas en los flujos audiovisuales internacionales con las plataformas de video bajo demanda justifican estas preocupaciones más que nunca.

En efecto, lejos de disminuir o desaparecer, los flujos transnacionales de series televisivas, películas y música han crecido significativamente. La gran diferencia con los flujos dominantes de fines del siglo pasado, sin embargo, es la multiplicidad de orígenes geográficos de las importaciones audiovisuales. Gracias principalmente a Netflix y en menor medida a otras plataformas, las audiencias latinoamericanas, por primera vez en su historia, tienen un acceso amplio y sistemático a series y filmes provenientes de muchas regiones del mundo: Alemania, España, Dinamarca, Corea, Japón, India, Turquía, Sudáfrica, Brasil, entre otros países, junto con las tradicionales producciones estadounidenses y británicas.

Este acceso podría representar un avance significativo en esa diversidad que tanto han promovido académicos dedicados a la formulación de propuestas de interés público en el campo audiovisual. En la literatura sobre políticas públicas de medios, uno de los principios más discutidos y buscados es lograr que la prensa, la radio, la televisión, el cine y los nuevos medios digitales sean plurales y promuevan la diversidad en sus diferentes manifestaciones (van Cuilenburg,

2007). Para los académicos liberales pluralistas, por ejemplo, la diversidad, entendida como heterogeneidad en los contenidos de los medios, es un requisito fundamental para asegurar la competencia de ideas y propuestas de las que emana el consenso social necesario para el buen funcionamiento de los sistemas democráticos. Para los economistas políticos críticos, por otro lado, la diversidad en la propiedad y el contenido de los medios es el antídoto contra la concentración de poder y el dominio ideológico (Mastrini y Becerra, 2007; Trejo Delarbre, 2010). Para los académicos que se apoyan en los estudios culturales, por último, la diversidad en el contenido de los medios es necesaria para promover un mayor número de significados alternativos capaces de confrontar y contrarrestar los preferentes, dando voz a grupos y propuestas que de otro modo quedarían marginados del debate social (Lembo y Tucker, 1990). El significativo incremento de series y películas producidas en diversas zonas geográficas del mundo, sin duda, plantea la posibilidad de que el consumo de las audiencias se vuelva más diverso y plural, aunque esto tendría que documentarse mediante estudios empíricos.

Si bien hay mucha información sobre la cantidad de suscriptores a las nuevas plataformas de video bajo demanda, así como sobre el porcentaje de contenidos que provienen de cada país y región, sabemos casi nada sobre las lecturas específicas y la apropiación que las audiencias latinoamericanas realizan de los contenidos foráneos y del grado en que este consumo interactúa con las producciones locales o regionales.

¿Qué tipo de significados predominan en las producciones extranjeras no estadounidenses? ¿Son similares a los tradicionales significados hegemónicos en las series y películas norteamericanas debido a un efecto Netflix que obligaría a los productores foráneos a seguir reglas y fórmulas que estandaricen y homogenicen las producciones, una especie de modelaje como el discutido por Kivikuru? ¿Son diversos y contrastantes debido a las peculiaridades culturales e ideológicas de los países donde fueron originados? Y con respecto a las lecturas efectuadas por los suscriptores latinoamericanos. ¿Cómo interpretan y dan sentido a producciones con diversos marcos y contextos culturales? ¿Enriquecen su percepción del mundo y sus regiones? ¿Generan visiones alternativas a sus impresiones previas sobre las regiones geográficas de procedencia? ¿Asimilan, negocian o rechazan sus propuestas ideológicas? ¿Han diversificado realmente su consumo gracias a la oferta de procedencias múltiples o seleccionan producciones originarias de los países tradicionales como Estados Unidos y Reino Unido?

Retomar estas líneas de investigación relacionadas con los flujos audiovisuales y sus lecturas por parte de las audiencias en América Latina permitiría darle continuidad a una tradición de estudios en la que académicos latinoamericanos tuvieron un papel destacado durante las últimas décadas del siglo XX. Su relevancia teórica y social no puede ser mayor dado el auge y la expansión de estas plataformas, así como la ubiquidad y la importancia del consumo de videos bajo demanda que han logrado estas compañías. Ojalá que entre las modas y las reacciones a eventos inesperados o coyunturales y la ineludible atracción de las redes sociales, los investigadores de la comunicación mexicanos y latinoamericanos decidan retomar estas líneas tan relevantes para entender el impacto de la comunicación transnacional en nuestra región, sus usos y sus apropiaciones.

Referencias

- BELTRÁN, L.R. (1978). TV etchings in the minds of Latin Americans: Conservatism, materialism. and conformism. *Gazette*, 24(1), 61-85.
- BELTRÁN, L.R., y Fox de Cardona, E. (1980). *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*. Editorial Nueva Imagen.
- CROVI DRUETTA, D. (1995). *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. UNAM.
- DORFMAN, A. (1980). *Reader's nuestro que estás en la tierra. Ensayos sobre el imperialismo cultural*. Nueva Imagen.
- DORFMAN, A., y Mattelart, A. (1975). *Para leer al pato Donald* (13th ed.). Siglo Veintiuno Editores.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo.
- GONZÁLEZ, J.A. (1987). Los frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y lucha por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 1(3), 5-44.
- HALL, S. (1980). Encoding/decoding. En Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe y Paul Willis (Eds.), *Culture, Media, Language*. Hutchinson.
- HOSKINS, C., Mirus, R., y Rozeboom, W. (1989). U.S. television programs in the international market: Unfair pricing? *Journal of Communication*, 39(2), 55-75.
- KIVIKURU, U. (1988). From import to modelling: Finland - An example of old periphery dependency. *European Journal of Communication*, 3(1), 9-34.
- LEMBO, R., y Tucker, K. (1990). Culture, television, and opposition. Re-thinking Cultural Studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 7, 97-116.

- LOZANO, J.C. (1996). Oferta y recepción de televisión extranjera en México. *Comunicación y Sociedad*, (25-26), 259-284.
- LOZANO, J.C., y HERNÁNDEZ LOMELÍ, F. (2020). Media flows. En W. Raussert, G. L. Anatol, S. Thies, S. Corona Berkin, y J.C. Lozano (Eds.), *The Routledge Handbook to the Culture and Media of the Americas* (pp. 382-392). Routledge.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili Mass Media.
- MARTÍNEZ, F. y Lozano, J.C. (2005). Flujos televisivos y cinematográficos en México. *Comunicación y Sociedad*, (3), 47-65.
- MASTRINI, G., y Becerra, M. (2007). Presente y tendencias de la concentración de medios en América Latina. *ZER Revista de Estudios de Comunicación*, (22), 15-40.
- MORLEY, D. (1980). *The 'Nationwide' audience: Structure and decoding*. British Film Institute.
- MORLEY, D. (1992). *Television, audiences, and cultural studies*. Routledge.
- OROZCO GÓMEZ, G. (1991). *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales 2*. Universidad Iberoamericana. Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales.
- REYES MATTA, F. (1976). The information bedazzlement of Latin America: A study of world news in the region. *Development Dialogue*, (2).
- SOMAVÍA, J. (1976). The transnational power structure and international information. *Development Dialogue*, (2).
- STRAUBHAAR, J.; Youn, S.M.; Campbell, C.; Champanie, K.; Ha, L.; Shrikhande, S.; Elasmarr, M.; Ahn, T.H.; Chen, M.C.; Clarke, S. y Takahashi, M. (1994). Mercados para la televisión regional y flujos de programas. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 6(18), 115-150.
- STRAUBHAAR, J. (1991). Beyond media imperialism: Assymetrical interdependence and cultural proximity. *Critical Studies in Mass Communication*, 8, 39-59.
- TOMLINSON, J. (1991). *Cultural imperialism: A critical introduction*. Johns Hopkins University Press.
- TREJO DELARBRE, R. (2010). Muchos medios en pocas manos: Concentración televisiva y democracia en América Latina. *INTERCOM - Revista Brasileira de Ciencias da Comunicacao*, 33(1), 17-51.
- VAN CUILENBURG, J. (2007). Media diversity, competition and concentration: Concepts and theories. In Bens E. de y Hamelink, C. (Eds.), *Media, between culture and commerce: An introduction* (pp. 19-42). Intellect.

Segundo piso de la *Cuarta Transformación*: ¿medios de comunicación de Estado o aparatos de información gobiernistas en México?

JAVIER ESTEINOU MADRID¹

I. Sociedad democrática y medios de comunicación

La existencia de una sociedad democrática exige la presencia de dinámicas de información libre que fundamenten su esencia liberal; de lo contrario no se puede edificar la democracia, sino lo que se construye es la autocracia. Por ello, una función medular que les corresponde ejercer a los medios de comunicación colectivos, privados y públicos, en un régimen democrático es operar como contrapesos comunicativos frente al sistema de poder establecido para realizar observaciones analíticas correctivas y, de ser necesario, críticas, con objeto de vigilar la pulcritud y eficiencia del proceso de gobernabilidad nacional.

En este sentido, “la gran función de los medios de comunicación en las sociedades democráticas es la permanente auditoría, la crítica constante, el implacable análisis de cuanto acontece, especialmente en el sector público. Nunca es excesiva la crítica. Nunca sobra una señal de alerta, aunque a veces pueda ser injusta o parezca excesiva. Los medios de comunicación tienen la tarea con su ojo avizor, de impedir que el régimen democrático se corrompa por la natural tendencia de los seres humanos a manejar los bienes ajenos como si fueran propios” (Montaner, 2019: p. 500).

La consolidación de un régimen liberal democrático demanda como requisito indispensable la acción rigurosa de medios de comunicación libres que desplieguen una tarea vigilante sobre el desempeño de los sectores gubernamentales, pues sin análisis objetivo responsable, no puede generarse progreso, ya que se aterriza en la soberbia política que produce ceguera y estancamiento social.

Por ello, la tarea medular de los medios de difusión dentro de un sistema democrático es informar de la forma más objetiva, independiente, veraz, imparcial, equilibrada y oportuna sobre los aconteci-

mientos que ocurren en la sociedad. Su misión no es quedar bien con el poder, o “portarse bien” con el presidente o con los funcionarios gubernamentales, o legitimar a las grandes empresas, o producir un “lavado de imagen”, o congraciarse con cualquier tipo de supremacía establecida; su labor es notificar ampliamente a los ciudadanos sobre toda la gama de sucesos acontecidos para que estos tomen conciencia sobre los mismos y sepan cómo actuar.

De esta forma, el hecho de que los canales masivos de comunicación privados desempeñen una tarea fiscalizadora para alertar sobre fallas o insuficiencias de una administración pública, no significa de ninguna manera que formen parte de la “mafia del poder”, ni que sean instituciones “reaccionarias”, “conservadoras” o “traidoras de la patria”. Tal acción no representa desestabilizar, conspirar o boicotear al régimen en turno, sino colaborar a encausar mejor su desempeño global al señalan a través de la investigación profesional crítica los errores, abusos, desviaciones o limitaciones en que incurre y que debe superar para ser más eficaz.

De aquí la enorme importancia de examinar rigurosamente si los medios públicos de comunicación de Estado cumplen con una función de servicio público en México o se desempeñan como aparatos de propaganda gubernamental degenerando su naturaleza institucional.

II. Herencia y renovación

La herencia de comunicación política recibida de finales del siglo XX y principios de siglo XXI sobre los canales de comunicación públicos en México se caracterizó por que durante todo ese prolongado lapso dichas instituciones informativas no actuaron como medios de información de Estado, sino durante las siete décadas de gobierno del PRI y los dos sexenios de administración del PAN, operaron como instrumentos oficialistas subordinadas al sistema de poder en turno.

Sin embargo, pese a la transmisión de esta inercia político-comunicativa, es fundamental considerar que si durante los gobiernos priistas y panistas, los medios de comunicación públicos funcionaron como infraestructuras narrativas de legitimación del modelo de poder vigente, dañando la civilidad del país, eso no justifica de ninguna forma que el gobierno de la *Cuarta Transformación Histórica* prolongue tal legado perjudicial para utilizarlos como herramientas de propaganda con el fin de cimentar ahora a la administración de la izquierda nacionalista, pues eso sería repetir los mismos vicios deca-

dentes del viejo régimen que la nueva administración de la izquierda nacionalista prometió profusamente que serían ampliamente superados para construir otro proyecto de comunicación pública superior que favoreciera a la sociedad.

Por ello, la sucesión de dicho legado de comunicación política oficialista de los regímenes precedentes no puede justificar en ningún sentido que durante la gestión de la *Cuarta Transformación* los medios públicos continúen desempeñándose como herramientas propagandistas del gobierno *lopezobradorista* y no como medios de difusión de Estado de servicio público. Al contrario, las promesas restauradoras del régimen de la “*Esperanza del Cambio*” sobre tal realidad, fueron que estas entidades superarían las anomalías arrastradas de las jefaturas anteriores y actuarían como canales de comunicación de Estado para beneficiar a la nación. Continuar aplicando tal sucesión político-comunicativa implicaría perpetuar las mismas lacras del pasado, pero ahora disfrazadas de “democráticas”, “renovadoras”, “justiciables”, “culturales”, “aperturistas” y “diferentes”, lo cual no reflejaría la gestación de una nueva transformación del país, sino el silencioso retroceso de la República a etapas añejas decadentes.

III. El marco jurídico

Dentro del marco histórico de transformación de México, la dimensión jurídica para la conceptualización de los medios de comunicación de Estado de servicio público permaneció muy gelatinosa e imprecisa, pues hasta el momento el gobierno morenista no ha creado la *Ley de Medios Públicos* que prometió realizar para delimitar con precisión normativa su misión, realidad y funciones.

Pese a este gran vacío jurídico fundamental existen cinco directrices fundamentales paralelas que en conjunto son la única brújula que se tiene para guiarse en materia de comunicación de servicio público. Tal marco está conformado por los postulados que formula la *Constitución Política Mexicana*; el *Decreto por el que se Reforman y Adicionan Diversas Disposiciones de los Artículos 60., 70., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* en materia de telecomunicaciones; la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*; la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*, y los *Criterios para asegurar la independencia y una política editorial imparcial y objetiva del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR)*, entre otras.

Así, la *Constitución Política Mexicana* plantea en el Artículo 10° Transitorio que “los medios públicos que presten el servicio de radiodifusión deberán contar con independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías, y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales” (Constitución Política Mexicana, 2023: p. 266).

De igual forma, siguiendo esta perspectiva el Artículo 10° Transitorio del *Decreto por el que se Reforman y Adicionan Diversas Disposiciones de los Artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en Materia de Telecomunicaciones* del año 2013, volvió a acentuar que “los medios públicos que presten el servicio de radiodifusión deberán contar con independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías, y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales” (2013: p. 11).

Complementariamente, el Artículo 2° la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión* de 2014 señala que “las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general. En la prestación de dichos servicios estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas. El Estado, al ejercer la rectoría en la materia, protegerá la seguridad y la soberanía de la nación y garantizará la eficiente prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y para tales efectos establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de tales servicios” (2021: pp. 1 y 2).

El Artículo 86° de la misma regulación determina que los concesionarios de radiodifusión están obligados a “precisar los mecanismos para asegurar la independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales” (Ley Federal de Telecomunicaciones..., 2021: p. 43).

De igual forma, el Artículo 222° precisó que “el derecho de información, de expresión y de recepción de contenidos a través del servicio público de radiodifusión y de televisión y audio restringidos, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna persecución o investigación judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la *Constitución*, los tratados internacionales y las leyes aplicables” (Ley Federal de Telecomunicaciones..., 2021: p. 94).

Apoyando lo anterior la *Ley del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano* de 2014 delimitó en su Artículo 1° que “se crea el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, no sectorizado, denominado *Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano*, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, así como de autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión que tiene por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades federativas a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, independencia editorial y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad” (2022: p. 1).

Sumado a esta trayectoria, el Artículo 7°, fracción II, manifiesta que el *Sistema* tendrá como principios rectores “el compromiso ético con la información objetiva, veraz y plural, que se deberá ajustar plenamente al criterio de independencia profesional y al pluralismo político, social y cultural del país” (Ley del Sistema Público..., 2022: p. 3). El Artículo 11°, fracción XII, confirma que deberá “llevar a cabo todas las acciones necesarias para el cumplimiento satisfactorio de los principios y fines de los medios públicos de radiodifusión” (p. 5). Por último, en el Artículo 15°, fracción II, se enuncia que la institución debe “fomentar entre los medios públicos de radiodifusión el cabal cumplimiento de las normas que regulan su actividad, así como de los actos y resoluciones que emitan las autoridades administrativas competentes” (p. 6).

Finalmente, el inciso 4° de los *Criterios para asegurar la independencia y una política editorial imparcial y objetiva del SPR* de 2015 mandata que la información que difundan los medios públicos deberá garantizar la independencia editorial. Por ello, “un valor fun-

damental del servicio público en los medios consiste en llevar a cabo sus labores de comunicación con independencia de los intereses particulares, políticos y económicos de funcionarios y de gobiernos locales, estatales o federales. Las audiencias de los medios públicos deben poder percibir y tener la certeza de que las decisiones editoriales no son influidas de ninguna manera por alguna entidad política, social o comercial. Asimismo, el medio público y su equipo editorial deberán contar con algún mecanismo que les permita actuar y defenderse de las posibles injerencias de funcionarios o instituciones que pretendieran intervenir o manipular la dirección de los contenidos y de las políticas editoriales. Una figura independiente, como el consejo ciudadano o la figura de algún tipo de ombudsman o defensor de audiencias, permitiría ventilar este tipo de injerencias y otorgar herramientas a los editores para contrarrestarlas, en su caso (2015: p. 3).

Por consiguiente, pese a que aún no se cuenta con una legislación amplia que defina con mayor exactitud la esencia y actuación de los canales públicos ante la sociedad, las normatividades generales anteriores sí contribuyeron a delimitar algunas directrices cardinales que deben observar todas estas instituciones y que en conjunto señalan que los medios de difusión de Estado deben cumplir con el ejercicio de una comunicación de servicio público caracterizada por no ser propaganda oficialista. En otras palabras, pese a no existir un marco normativo *ad hoc* para reglamentar la naturaleza y funcionamiento de los medios de comunicación de Estado en México, debido a las pautas jurídicas paralelas estos quedaron obligados a cumplir con las bases de independencia, equilibrio, objetividad, equidad, pluralidad, ética, neutralidad, legalidad, transparencia, etc., que caracterizan su esencia.

Sintetizando, aunque hoy día todavía existan lagunas jurídicas sobre la naturaleza de la comunicación pública, con el seguimiento riguroso del cumplimiento de dichas normas fundamentales paralelas se podrá evaluar si un medio de comunicación de Estado obedece a su misión institucional o no, si son instrumentos de servicio público o son herramientas subordinadas para legitimar la estructura de poder establecido.

IV. Las promesas comunicativas del oficialismo

Considerando el contexto jurídico amplio establecido sobre los medios de comunicación de Estado, el nuevo régimen de la *Cuarta Transformación* histórica anunció que se realizaría un profundo cambio en el modelo de medios de comunicación de Estado de servicio público

para evitar que estos continuaran operando como canales oficialistas del sistema de poder en turno. Para ello, las autoridades establecieron diversos cimientos fundacionales de operación como fueron cumplir con la independencia, objetividad, neutralidad, equidad, pluralidad, equilibrio, ética, legalidad, transparencia, etc., que debían caracterizar el desempeño del prototipo de servicio público en el proyecto morenista. Tales principios fueron el marco de funcionamiento institucional que quedaron obligados a seguir el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR), Canal 14, Canal 11, Canal 22, TV Capital 21 de la CDMX, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER, organismo descentralizado de la Administración Pública Federal no sectorizado), Radio Educación (emisora cultural), Radio Altavoz (SPREM) (los medios públicos tienen..., 2022) y todos los diversos medios de gobierno de las entidades de la República Mexicana.

Así, el presidente Andrés Manuel López Obrador señaló que se crearía un sistema de medios públicos con “una orientación editorial que tuviera como propósito informar con objetividad, con profesionalismo y con independencia” (López Obrador-A., 2019). En la doctrina del *Proyecto de Nación 2018-2024* se formuló que sería una obligación del nuevo sistema político “transparentar todo tipo de publicidad gubernamental en los canales de comunicación” (2017: p. 45). En la “Declaración de Principios” de Morena se asumió que se debía “contrarrestar toda la propaganda manipuladora y luchar por hacer valer el derecho a la información veraz” (López Obrador-B, 2013: p. 4); y otros planteamientos cardinales más.

Con este marco de principios regulatorios quedó orientado el funcionamiento de los medios públicos durante la administración del gobierno morenista del “cambio histórico”.

V. El “primer piso” de la *Cuarta Transformación*

Observando las directrices fundamentales sobre la misión de los medios de comunicación de Estado bajo el gobierno de la *Cuarta Transformación*, el modelo de información de estos operó diferenciadamente bajo dos mecánicas básicas de difusión, las cuales se mezclaron dinámicamente según las urgencias coyunturales del momento político: la fase de la “diferenciación ante los medios comerciales”, y la fase de la “legitimación ideológica del régimen vigente”.

La antítesis comercial

En un primer momento, en la etapa de “diferenciación frente a los medios comerciales”, los canales de Estado sí respetaron la legislación básica sobre la comunicación de servicio público y se distinguieron parcialmente por transmitir con buena calidad, originalidad y empeño meritorio, múltiples flujos de mensajes de carácter educativo, cultural, informativo y de entretenimiento. Dicha programación se concretó a través de la realización de valiosas mesas de opinión, segmentos educativos pertinentes, películas novedosas, cápsulas sobre el discurso oficial, musicales exitosos, capítulos culturales, noticiarios sistemáticos, miniseries, caricaturas divertidas, conciertos del momento, programas para jóvenes, documentales históricos, revistas hogareñas atractivas, divulgación científica interesante, comedias, orientación relevante para la tercera edad, clases de idiomas, reportajes con especialistas, transmisiones deportivas, piezas de debate oportuno, música de barrio, teleeducación emergente, historias de vida, orientación sexual pertinente, cine de arte, fiestas cívicas tradicionales, rescate de memoria local, etc. (Cueva, 2023: p. 44), que intentaron desempeñarse como destacados espacios informativos diferentes a los del modelo de difusión mercantil.

Mediante esta relevante acción los medios públicos aportaron elementos muy valiosos para nutrir el modelo “culturalista” y “educativo” de la comunicación de Estado en México.

Los nuevos “soldados mediáticos”

Sin embargo, en un segundo momento, al tener que definir informativamente la posición que adoptarían ante los conflictos económicos, políticos y sociales del país, los medios públicos abandonaron su comportamiento “culturalista” y corrieron ideológicamente su identidad hacia el oficialismo, con objeto de legitimar narrativamente al sistema de gobernabilidad imperante. De esta manera, pese al establecimiento de importantes normatividades constitucionales sobre la comunicación de servicio público, los medios de difusión de Estado no pudieron mantener su autonomía, neutralidad, equilibrio y equidad, sucumbiendo ante las presiones impuestas por las fuerzas del poder estatal establecido, entrando en una fase de legitimación del sistema de gobernabilidad reinante. En los períodos cruciales para determinar la orientación medular de la política nacional, los canales públicos abandonaron su raquíta función de comunicación de servicio público y se transmutaron intensa e ilegalmente en “una sola

voz propagandista” del oficialismo que los convirtió en mecanismos publicitarios del régimen, hasta devenir en los nuevos “soldados mediáticos” de la *Cuarta Transformación*.

Por consiguiente, violando tales normatividades sin el ejercicio de un análisis crítico de los hechos y cimentado en el argumento del ejercicio de la “libertad editorial”, se implementó en los canales públicos una práctica persuasiva oficialista para cobijar las políticas de gobernabilidad del sistema político morenista, a través de noticiarios, entrevistas selectivas, transmisiones remotas, programas “especiales”, cápsulas políticas, “revistas culturales”, publicidad institucional, crónicas *a modo*, insertos informativos coyunturales, parodias irónicas, producciones audiovisuales excepcionales, reportajes gubernamentales exclusivos, etcétera.

Tal paradigma de la comunicación política gubernamental para edificar el proyecto de reconstrucción del país se diseñó bajo la estrategia emisora del “nado sincronizado” que alineó uniforme, acrítica y simultáneamente el funcionamiento proselitista de los medios de comunicación de Estado de servicio público alrededor de una misma dirección perceptiva y emocional con el fin de fortalecer una idéntica causa, mentalidad, situación, personaje, movimiento, partido, proyecto, lineamiento, sentimiento, etc. favorable al gobierno en turno.

El hecho real contundente fue que la acción de difusión estatal de los medios públicos durante el gobierno morenista fue que estos actuaron como aparatos ideológicos de la *Cuarta Transformación* y no como instituciones de comunicación al servicio de la sociedad.

Dichas políticas de comunicación se estructuraron bajo las siguientes tres tácticas diferenciadas de persuasión colectiva para construir la nueva hegemonía ideológica morenista: elaboración de “directrices noticiosas *a modo*”, creación de “series o programas propagandistas especiales”, y aplicación de “linchamientos informativos selectos”.

Directrices noticiosas “a modo”

En cuanto las tácticas de crear “directrices noticiosas *a modo*” para legitimar al sistema imperante, la radiodifusión pública del Estado mexicano difundió posicionamientos muy puntuales para respaldar las principales políticas del régimen de la “*Cuarta Transformación*”. Así, por ejemplo, en 2019 la red masiva de información pública morenista sostuvo que era conveniente la cancelación del nuevo aeropuerto en la Ciudad de México por calificar que correspondía a un proyecto dependiente de la “mafia del poder”. Durante 2021 realizó el respaldo periodístico-audiovisual para

sostener la consulta popular contra el “Juicio a los Expresidentes” de la República; la amplia justificación de la construcción de las tres obras insignes del sexenio: el aeropuerto de “Santa Lucía”, en el Estado de México; la refinería de Dos Bocas, en Tabasco, y el Tren Maya, en el Sureste del territorio nacional. Durante 2022 legitimó el proceso de “revocación de mandato” y devaluó la protesta ciudadana para defender la democracia y la actuación autónoma del Instituto Nacional Electoral (INE). En 2023 despreció la enorme manifestación civil del 26 de enero de 2023 contra el *Plan B* presidencial; impulsó ideológicamente el festejo del aniversario del quinto año de gobierno de AMLO; exaltó la celebración de la marcha de los *amlovers* del 21 de marzo contra la Suprema Corte de Justicia de la Nación por suspender la reforma electoral del Poder Ejecutivo; normalizó la crítica a los magistrados del Supremo Tribunal de Justicia ocasionado por la cancelación de la totalidad del *Plan B*; apadrinó incondicionalmente la dinámica burocrática y el contenido errático de los nuevos libros de texto gratuitos de la Secretaría de Educación Pública; potenció electoralmente la figura de los diversos candidatos morenistas (“corcholatas”) a la presidencia de la República en el 2024, especialmente de la Dra. Claudia Sheinbaum (Juárez, 2023); desdeñó la lección de Xóchitl Gálvez Ruiz como candidata de la oposición a la jefatura del Gobierno Federal; estimuló la elección de ministros, magistrados y jueces del Poder Judicial de la Federación a través del voto popular (Olivares, 2024: p. 5); etcétera.

De esta forma, abandonando su misión de independencia e imparcialidad el rol informativo de la radio y la tv pública, así como algunos periódicos progobiernistas favorecieron abierta, acrítica y unilateralmente los posicionamientos centrales de la *Cuarta Transformación* para la legitimación de la administración *lopezobradorista*.

Series o mensajes propagandistas

Paralelamente, en la nueva fase de transmitir “series o mensajes propagandistas” se introdujeron programas de parodia, revista de entretenimiento, humor, sátira política, comedia y de opinión política cuya mayor parte de sus contenidos se orientaron a entrevistar selectivamente a personas proclives a justificar las acciones del gobierno de la izquierda morenista. Ejemplo de ello fueron los espacios audiovisuales *Me canso ganzo* (Israde, 2019), *John y Sabina*, *La maroma estelar* (Monterrosas, 2019), *De Buena Fe* (Monterrosas, 2019), *Chamuco TV* (El show de la 4 T ..., 2019), *Operación Mamut* (El Once estrena..., 2023), y otros más, que cedieron la posición informativa

neutral, meridiana y objetiva que deben mantener los medios de comunicación de Estado para encaminarse a perpetrar un claro proselitismo político con recursos públicos.

En estos espacios, “catalogados como contenidos de ‘análisis y opinión’, predominaron los temas de la agenda del presidente López Obrador y de los funcionarios de su gobierno. Fue constante la ausencia de discusión crítica sobre las acciones y políticas gubernamentales. En ellos existió una constante descalificación a quienes los conductores, lo mismo que algunos de sus invitados, consideraron que eran críticos del gobierno, y también hacia quienes expresaron inconformidad con esos contenidos” (Ortega Ramírez, 2021: p. 131).

Linchamientos informativos selectos

Finalmente, sobre la táctica de generar “linchamientos informativos selectos” se crearon “piezas en video dedicadas a denostar a los ciudadanos cuya posición político-ideológica era opuesta a la del presidente o cubriendo de calificativos negativos a los ministros de la Suprema Corte que invalidaron la primera parte del *Plan B* electoral de la Presidencia de la República. Situación ideologizante que colaboró a que su programación cada vez se pareciera más a las emisiones del programa *Aló, Presidente* que la televisión oficial venezolana difundió en tiempos de Hugo Chávez y a la cobertura en medios públicos de la era de Nicolás Maduro” (Como en las dictaduras..., 2022).

Uno de los aspectos más claros de esta maniobra de ejecuciones ideológicas se amparó en una supuesta “libertad de expresión” y en el ejercicio de una política editorial autónoma del emisor, para realizar, por ejemplo, la transmisión inaudita en Canal 11 de segmentos televisivos denominados “Mujer, casos de la Piña Real” en el programa *El Mamut*. Tal acción fue un espacio sin precedente en la televisión pública, pues su núcleo discursivo giró alrededor de juicios hirientes, descalificadores, ridiculizadores, e incluso vejatorios sobre la figura de la ministra Norma Lucía Piña, presidenta de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, expuesto en un momento político caracterizado por una gran polarización generada por AMLO y sus seguidores (Calderón, 2023).

Mediante dicha triple estrategia amplia de difusión en sus dos niveles de implementación especialmente en su fase de proselitismo ideológico, los canales de comunicación de Estado de servicio público colaboraron a crear en la conciencia de la población otro “sentido común” colectivo legitimador cuyo corazón conceptual inyectó como contenido esencial la filosofía *lopezobradorista* en todos los ámbi-

tos de la vida cotidiana. Tal nuevo “sentido común” funcionó como el cemento cerebral y sensitivo para articular ideológicamente la consolidación político-ideológico-emocional de la “revolución de las conciencias” de los ciudadanos en todas las esferas cotidianas de consolidación de la *Cuarta Transformación*.

Este comportamiento mediático convirtió a los canales de Estado en los nuevos “medios *chayoteros*” que actuaron como los fieles “soldados mediáticos” al servicio del proyecto de gobernabilidad de la regencia de la “Esperanza del Cambio”. Con ello, los medios públicos dejaron de ser públicos, de todos los ciudadanos, de toda la sociedad, para informar plural e imparcialmente sobre los hechos que acontecían en todo el país; y se tornaron en apéndices ideológicos “a modo” para apadrinar al régimen de la “Renovación Nacional” y sus aliados políticos (Marcha de AMLO, 2022).

Algunas excepciones institucionales de comunicación pública que no se incorporaron a esta estrategia afiliacionista unilateral del poder político en turno fueron el *Canal de Televisión del Congreso de la Unión* y el *Canal de Televisión de la Suprema Corte de Justicia de la Nación* que respetaron sus lineamientos institucionales de autonomía de la comunicación de Estado de servicio público.

VI. La historia se repitió: no superaron la “prueba de fuego” democrática

Con el abandono de su función medular de servicio público los canales federales cruzaron la delgada línea que separaba los límites entre desempeñar su labor social con independencia, neutralidad y transparencia editorial, convirtiéndose abiertamente en espacios proselitistas de la *Cuarta Transformación* (Esteinou-B, 2023: pp. 85-100). No se puede sostener que las “coberturas informativas especiales” implementadas por los medios de Estado sobre los principales eventos de la política nacional fueran iniciativas de interés público o correspondieron a un proyecto para informar a las audiencias, pues los medios de difusión se dedican constantemente a notificar sobre esos y otros acontecimientos. Por consiguiente, la conducta ejecutada por los medios públicos de Estado ante los sucesos más relevantes de la República fueron actos de propaganda y de transmisión acrítica sobre los hechos convocados, organizados y auspiciados por el gobierno federal y sus seguidores, sin independencia editorial de la directriz ofi-

cialista, sin equilibrio informativo, sin pluralidad de voces, sin diversidad de opiniones, en síntesis, totalmente parciales (Bravo, 2022).

Así, el régimen morenista dilapidó años de trabajo a favor de la creación de un sistema de medios electrónicos auténticamente de Estado en la República, sacrificando uno de los principios más importantes de la comunicación de servicio público que era conservar su independencia y objetividad editorial, ocasionando un retroceso histórico muy significativo para la democracia nacional (Bravo, 2022).

De esta forma, el modelo de medios de comunicación de servicio público del sistema de la “Esperanza del Cambio” no superó la elemental “prueba de fuego” de la democracia mexicana, pues tales medios se desempeñaron como un sistema aceitado de *agujas hipodérmicas* legitimadoras o como “aparatos ideológicos de Estado” para difundir coyunturalmente con el uso de recursos públicos la versión propagandista o la publicidad coyuntural de la “promesa morenista redentora” del régimen de la izquierda nacionalista y no actuaron como espacios independientes, imparciales y libres para la discusión crítica y plural a través de la implementación de sus directrices informativas sobre los conflictos de la sociedad. Esto con el fin de buscar comunicativamente nuevas alternativas que contribuyeran a resolver los grandes conflictos de la problemática nacional. Quedaron atrapados en la vieja tentación de encubrir el *statu quo* político a través de la diseminación del discurso maniqueo de los “otros datos” sobre la realidad del país (Esteinou-A, 2021: pp. 29-31).

Fue un proyecto ideológico diseñado bajo la táctica del “nado sincronizado informativo” propio de la propaganda de los regímenes cubanos, venezolanos o nicaragüenses, cuyo objetivo es crear un “pensamiento único”, y no de un Estado democrático que respete rigurosamente la dinámica del pensamiento crítico y el derecho a la información en su máxima expresión.

Mediante dicho intenso comportamiento publicitario sesgado, el gobierno en turno demostró que en el régimen de la “Nueva Esperanza” histórica de México no existen medios de comunicación de servicio público, sino que subsiste la acción de fuertes aparatos ideológicos de Estado a favor del proyecto *lopezobradorista*. Fue la muerte de la raquílica radio y televisión de Estado por el que la sociedad mexicana luchó varias décadas para construir un indispensable modelo de comunicación de servicio público autónomo y plural y el resurgimiento de un nuevo prototipo de difusión de la “Dictadura Perfecta” para impulsar la gobernabilidad del régimen morenista en la nación.

En una idea, el prototipo de comunicación del gobierno *lopezobradorista* a través de los medios públicos contribuyó a restaurar los mecanismos ideológico-políticos del sistema de gobernabilidad de la “Dictadura Perfecta”, pero ya no de corte priista o panista, sino ahora de sesgo morenista con el fin de continuar manteniendo la estructura de poder de la *Cuarta Transformación* en México (Ortega Juárez, 2022: p. 14 y 15).

VII. ¿Qué pierde la sociedad mexicana sin comunicación de servicio público?

La ausencia de medios de comunicación de servicio público en México no significa que el país carezca de instancias folclóricas, románticas o pintorescas en el ámbito de la cultura, la educación y la información, sino representa no contar con instrumentos de difusión vitales para la construcción de la civilidad y la democracia nacional.

De aquí que el desafío elemental de los medios de comunicación de servicio público en el siglo XXI, no sea reproducir el viejo modelo de difusión comercial privado guiado por la lógica de la *Mano Invisible* del mercado que se expandió como el sistema nervioso central de la sociedad mexicana del siglo XX y principios del XXI, ni reproducir el sistema propagandista del viejo oficialismo que caracterizó el prototipo de la “Dictadura Perfecta”. Ahora se requiere crear otro modelo de comunicación colectivo como sistema nervioso medular de los ciudadanos que requiere guiarse por la perspectiva del servicio público, por la lógica del desarrollo sustentable y la sobrevivencia humana en el nuevo milenio. Es decir, en el nuevo siglo el corazón del modelo de comunicación de los medios de servicio público debe priorizar la *Razón de Estado* por sobre la *Razón del Mercado* y la *Razón Proselitista*, para crear un paradigma de comunicación desde las necesidades de avance del *México Profundo* y no desde las frivolidades del entretenimiento del *México Imaginario* de la globalización contemporánea, orientados fundamentalmente por la dinámica del *business* para acumular más, y tampoco desde la mercadotecnia política gubernamental para “maquillar de rosa”, con “otros datos”, los errores o escándalos del sistema de poder establecido.

El Estado mexicano moderno demanda la existencia de auténticos medios de difusión de servicio público para realizar a nivel político-cultural las acciones que requiere su tarea de gobernabilidad virtuosa de la nación, pues de lo contrario no será un Estado republicano fuerte que garantice la pluralidad, la participación y la independencia cultu-

ral para la conducción pluricultural, equilibrada, democrática y pacífica de la compleja sociedad mexicana que convive en el siglo XXI. Así, se convertirá en el nuevo Estado autoritario o gran *Ogro Filantrópico* que cultiva el adoctrinamiento del “pensamiento único”, que es veneno puro para la democracia.

Es indispensable subrayar que la razón de la existencia de los medios de comunicación públicos en la sociedad no es defender o legitimar la imagen del gobierno en turno; no es competir con los medios comerciales privados; no es actuar como aparatos *ideológicos* de Estado para compensar los “errores” o “desgastes” derivados del proceso de gobernabilidad; tampoco es operar como mecanismos de legitimación del sistema político hegemónico, ni difundir información *parasitaria* o *basura* para crear distractores que obstaculicen la concientización sobre los grandes problemas de la agenda nacional. Su misión esencial es actuar como herramientas informativas plurales y neutrales que colaboren a crear una conciencia colectiva equilibrada que permita la sana convivencia comunitaria diversa y la resolución de los álgidos conflictos de vida de la población (Esteinou-A, 2021: pp. 29-31).

Por consiguiente, la justificación de la presencia de los medios públicos en la sociedad mexicana no se debe a un capricho burocrático o a un proyecto consentido de un grupo de poder reinante, ni a una moda de los tiempos de la “transición democrática” o a una experimentación comunicativa osada de la modernidad. Se evidencia por la rentabilidad social y política que pueden aportar para respaldar el proceso pacífico de edificación de ciudadanía y de apoyo al desarrollo social.

El proceso de cimentación de la sociedad mexicana como proyecto de desarrollo histórico no sólo requiere la existencia de un sistema económico que distribuya la riqueza nacional, un marco jurídico que establezca el orden del derecho formal, un conjunto de fuerzas armadas que respalden la legitimidad del Estado, instituciones que permitan la implantación de la gobernabilidad cotidiana, un sistema de policía que garantice la seguridad ciudadana, un lenguaje o código común que permita el entendimiento comunitario, una memoria histórica compartida colectivamente que posibilite la creación del “nosotros nacional”, una identidad nacional que cree arraigo al modelo de sociedad, etc. También exige la presencia activa de medios de comunicación de Estado de servicio público que creen las subjetividades, mentalidades y afectividades que permitan la sobrevivencia civilizada de la sociedad.

Si no se contara con el beneficio social que aportan los verdaderos medios de servicio público para la comunidad nacional, el Estado

tendría que gastar sumas mayores, vía otros organismos gubernamentales, para obtener la rentabilidad social que estos generan. Ante ello, debemos preguntarnos, por ejemplo: ¿Cuánta inversión pública representa alcanzar la formación de una conciencia ciudadana para respaldar la democracia? ¿Cuánto cuesta cubrir con política pública la demanda ciudadana del derecho de libertad de expresión y derecho a la información? ¿Cuánto debería invertirse del erario para construir una cultura de la sobrevivencia social, sin el apoyo de los canales de servicio público? ¿Cuánto gana la sociedad mexicana al tener instrumentos de difusión para que las organizaciones civiles se puedan comunicar pacífica y no violentamente en las calles, evitando que estalle la ingobernabilidad? ¿Cuántos saltos de progreso puede dar la comunidad nacional si los medios públicos fortalecen los mínimos civilizatorios para convivir armónicamente con futuro para todos?

Así como ha sido una “Razón de Estado” financiar la existencia y operación del Instituto Nacional Electoral (INE), la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), el Tribunal Federal Electoral (TRIFE), el Instituto Nacional Para la Educación de los Adultos (INEA), la Comisión de Enfrentamiento de los Desastres Naturales (CNDN), el Programa Nacional Alimentario (PNA) y otras, por las aportaciones sustantivas que proporcionan para la construcción de la democracia, los procesos civilizatorios básicos de convivencia colectiva, la sobrevivencia de la población y la estabilidad social en México, de igual forma es una “Razón de Estado” fondear ampliamente los medios de comunicación de servicio público por las contribuciones mentales y emocionales que pueden aportar para el proceso de formación de ciudadanía, la maduración del Estado, la gobernabilidad de la República y la sobrevivencia colectiva..

Financiar a los auténticos medios de difusión de servicio público por el Estado no es producir un daño patrimonial a la nación, como se argumenta por los sectores comerciales de la comunicación monopólica o de algunos sectores políticos que impulsan el proyecto neoliberal salvaje cuando se reflexiona sobre la existencia de estos. Todo lo contrario, es añadir un gran ahorro para el Estado y para la sociedad, desde el momento en que estos son instituciones que pueden contribuir a crear una conciencia para la resolución de los grandes problemas locales, regionales y nacionales. No es un gasto, sino una inversión para mantener la paz ciudadana, intensificar la participación comunitaria, reforzar la formación de la ciudadanía, fortalecer la pluriculturalidad, respetar las libertades de información, crear equilibrios para la expresión colectiva, rescatar la multiculturalidad, respaldar la gobernabi-

dad, conformar una opinión pública balanceada, etc. En una idea, es aportar oxígeno puro a la dinámica de edificación de las condiciones civilizatorias elementales que se requieren para la coexistencia armónica en comunidades diversas del país.

En consecuencia, por la gran rentabilidad social que producen los medios de comunicación de servicio público, es una “Razón de Estado” subvencionar ampliamente la existencia de estos, pues con ello se respaldan las bases para el surgimiento de la nueva sociedad equilibrada que exige el convulsionado México del siglo XXI. No financiarlos sería comprobar que éste abandona su función rectora de la comunidad nacional, para convertirse en un simple gestor o administrador de los intereses de las grandes empresas monopólicas privadas de la comunicación mexicana o de los sectores políticos dominantes que se oponen a la evolución de los medios de servicio público, pues los consideran competidores potenciales para su proyecto de comunicación-mercado para la concentración de capital o para la comunicación proselitista que pretende la reproducción de la estructura de poder erigido.

No tener medios de comunicación de Estado de servicio público es perder una parte vital de la estructura cultural del Estado, indispensable para construir un país democrático y más equilibrado que apueste por la participación autónoma de los ciudadanos en la toma de sus decisiones para resolver sus problemáticas.

Por ello, es medular considerar que el no contar con la intervención de auténticos medios de comunicación de servicio público en la dinámica de funcionamiento de la sociedad mexicana es equivalente a no contar con medicina pública, electricidad pública, calles públicas, alumbrado público, agua pública, jardines públicos, caminos públicos, energía pública, educación pública, espacio aéreo público, atmósfera pública, etc., para entregar la operación básica del funcionamiento de la estructura del país a la dinámica de la autorregulación social, o a la mecánica de la “política de los compadres”, que no es otra realidad que la autorización oficial del reinado de la ley *darwinista salvaje* de la existencia del más fuerte sobre el más débil.

En otros términos, podemos decir que con la presencia de los medios de información comerciales la sociedad puede construir al mercado, los negocios y la globalización; pero sin la presencia de verdaderos medios de comunicación de Estado de servicio público difícilmente el Estado mexicano puede construir a la Nación, a la República, a la ciudadanía, a la memoria nacional, a la democracia, y a los procesos de sobrevivencia civilizada en el país. De igual forma, con el uso de los me-

dios de comunicación de servicio público como aparatos ideológicos de Estado, el gobierno puede imponer su fuerza, puede crear hegemonía populista, puede impulsar su “verdad única”, puede construir una “cultura de los otros datos”, pero no puede crear democracia, ni civilidad, ni equilibrios ideológicos.

Debido a esto su rentabilidad no se comprueba con los criterios comerciales del *rating* con que se mide el éxito de los canales privados, o a través del triunfo publicitario de los funcionarios públicos; sino mediante los beneficios estabilizadores que introducen para nivelar y promover comunicativa y culturalmente a los diversos grupos de la nación para vivir con dignidad y paz social.

Sin embargo, la política financiera del Estado mexicano para respaldar económicamente a los medios públicos es sumamente contradictoria y cínica, pues aunque en los discursos y la oratoria pública de los funcionarios oficiales ensalzan a dichas instituciones, en la realidad cotidiana los menosprecian y abandonan drásticamente en tal grado que los destinan a realizar milagros. Paradójicamente, esta realidad histórica demuestra la bajísima relevancia que el Estado mexicano le da a sus propios medios de comunicación con los cuales tiene que construir su proyecto de nación, de cultura nacional y de gobernabilidad cotidiana de la República.

VIII. Hacia el segundo piso comunicativo de la 4-T

La moderna relación entre gobierno, medios y ciudadanos en la construcción del “segundo piso” del régimen de la *Cuarta Transformación* durante la administración 2024-2030, tendrá que modificar el antiguo vínculo existente entre dichos tres sectores, para evitar que tal cambio histórico termine siendo un neocaudillismo reciclado del PRI o una reproducción maquillada del PAN (Albarrán, 2018: p. 9) o se convierta en una nueva “élite política dorada morenista” que abuse de la sociedad (Albarrán, 2018: p. 9). Por ello, es fundamental impulsar el modelo de medios de comunicación de Estado de servicio público para evitar la continuidad del oficialismo comunicativo instalado durante el periodo *lopezobradorista* y retomar la información colectiva como un “bien público” esencial para edificar una sociedad democrática, armónica y civilizada y no como un instrumento publicitario para la subordinación ciudadana.

De lo contrario, si el nuevo modelo de comunicación de la *Cuarta Transformación de la República* en su segundo piso político no impul-

sa el arquetipo auténtico de servicio público, y solo se concentra en la reconstrucción de una nueva “Aguja hipodérmica” oficialista con más perfeccionamiento tecnológico para inculcar la propaganda morenista a la nación; se volvería a provocar gradualmente una severa concentración de poder a nivel ideológico que ocasionará nuevas contradicciones democráticas. Hay que recordar que la experiencia histórica demuestra que la concentración del poder absoluto corrompe absolutamente y la centralización unilateral de la información termina creando “*absolutismo cognitivo*”, que es veneno puro para la democracia.

IX. ¿Qué hacer?

Crear verdaderos medios de comunicación de Estado de servicio público

La lucha para construir un nuevo pacto comunicación nacional que permita el avance civilizatorio del país ha sido una ardua batalla de múltiples sectores de la sociedad civil organizada, legisladores, académicos, periodistas, intelectuales, activistas, personajes públicos, etc. quienes lidiaron durante muchas décadas para configurar un sistema de comunicación pública alejada de las gestiones gobiernistas. No obstante, dichas intervenciones sociales la actuación legitimadora de los medios de difusión de Estado durante la difusión de los hechos más cruciales de la evolución nacional demostró que la nueva estructura política morenista no está dispuesta a encontrarle la “cuadratura al círculo histórico” de la comunicación de servicio público. Esto debido a que dichos medios continuaron siendo canales gobiernistas del sistema de la “Esperanza del Cambio” y no medios de comunicación Estado de servicio público.

Así, pese a los grandes esfuerzos realizados durante muchos años por decenas de grupos progresistas de la sociedad mexicana en el ámbito de la comunicación de servicio público, hoy en día, el país continúa sin contar con un modelo de medios de difusión de Estado en México, pues se evolucionó de una dinámica del “business comunicativo” practicado por los gobiernos anteriores, al prototipo y práctica de ideologización mesiánica” del gobierno de la “Reconstrucción Nacional”, enterrando en el camino a la comunicación de servicio público.

¡No más “soldados mediáticos”!

Ante dicha realidad comunicativa distorsionada la sociedad debe evitar que tales instituciones informativas se conviertan en herramientas políticas sectarias que a través de intervenciones gubernamentales proselitis-

tas fortifiquen un exclusivo programa político-ideológico orientado a la reproducción de la estructura de poder coyuntural, pues eso sería convertirlos institucionalmente en la antítesis del servicio público. Su naturaleza los obliga a actuar como instituciones de Estado que nutran ampliamente la conciencia de todos los individuos con información imparcial, plural, objetiva, veraz, transparente, oportuna y profesional con el fin de permitir que los ciudadanos enriquezcan su conciencia para decidir soberanamente su presente y futuro; evitando que tales instituciones se transformen en engranes de legitimación del régimen del poder reinante.

La nueva clase política de la *Cuarta Transformación* Nacional “no entendió que no entiende” que la misión superior de los medios de información de servicio público es estar al servicio de la sociedad y no a disposición de los intereses del régimen político en turno. (Esteinou-A, 2021: p. 29 a 31)

Por consiguiente, los medios públicos no deben ser instrumentos para la guerra mediática, sino rescatar su naturaleza de canales de Estado: la promoción de la comunicación de servicio público. Deben ser espacios que nutran la deliberación pública con periodismo de investigación reduciendo la “espiral de la opinología” (Trejo, 2023) ofreciendo información objetiva, verídica, neutral, transparente, imparcial, plural, y equilibrada para enriquecer la pluralidad y la democracia. En este sentido, deben promover la conversación pública basada en la argumentación racional evitando la instalación del “pensamiento único” que descalifica y nulifica la disidencia para respaldar la concentración autoritaria de poder avivando la edificación de la “Dictadura Perfecta”.

México no necesita más medios públicos que actúen como los nuevos “soldados mediáticos” del oficialismo. Requiere urgentemente la creación de verdaderos canales de comunicación de Estado de servicio público imparciales que se comprometan con la edificación de una opinión pública meridiana que permita el avance democrático, plural y civilizado de la sociedad y no de la protección sistémica a una corriente político-partidista “redentora”.

La misión de los medios de comunicación de Estado

La democracia exige alimentarse con la acción potente de verdaderos medios de comunicación de Estado de servicio público y no contaminarse con el vicio del oficialismo que justifica el *statu quo* económico-político del poder imperante con la estrategia de los “otros datos”.

El fundamento de la existencia de los medios de comunicación de

Estado de servicio público adquiere sentido y se justifica en la medida que contribuyan a construir ciudadanía, civilidad y democracia para mejorar las condiciones materiales, sociales, educativas, culturales y espirituales de la población y no para “alabar” o “reverenciar” a los farones del poder.

De no realizarse un profundo cambio en el ámbito de operación de los medios de comunicación públicos, constataremos que en el México del siglo XXI, en el marco de la vertiginosa *Cuarta Revolución Industrial*, no se logrará crear una transformación histórica de la nación, sino que se producirá el reforzamiento de la *Cuarta Republica Propagandista* que dañará severamente al Estado y a la nación mexicana (Esteinou-A, 2021: p. 29 a 31).

Por ello, la sociedad debe exigirle de múltiples maneras al gobierno y a los partidos políticos que los medios de difusión de Estado acaten rigurosamente el marco legal de la comunicación de servicio público para que funcionen con independencia del régimen en turno; promuevan el pluralismo informativo, político, social y cultural; garanticen el derecho a la información y la libertad de expresión; promuevan la expresión de la diversidad y la pluralidad de ideas y de opiniones que alimenten la vida democrática de la sociedad; vigoricen el debate político de las distintas corrientes ideológicas, políticas y culturales; mantengan una posición neutral en los referéndums ciudadanos, particularmente en 2024 y no sólo las posiciones hegemónicas del gobierno en turno mediante la inculcación de posturas oficialistas o gobiernistas del régimen de la “revolución de las conciencias”.

Hoy más que nunca, ante el clima de polarización ideológico-político-emocional extremo que existe en la conversación colectiva nacional, se requiere la existencia de verdaderos medios autónomos de comunicación de Estado de servicio público que apuesten a favor de impulsar la comunicación como un “bien público”, y no operen como organismos cortesanos o lisonjeros orientados a transmitir propaganda o “ideologización mesiánica” para reinstaurar el sistema político prevaleciente.

¡Basta de que los medios públicos no sean medios públicos en México, sino medios de los gobiernos en turno, independientemente del color que sean, para beneficiar sus intereses grupusculares!

La nación mexicana espera del Estado-nación una respuesta superior a la altura de la democracia moderna del siglo XXI para crear auténticos medios de comunicación de Estado de servicio público y no canales del oscurantismo medieval que subordinan con propaganda la conciencia y las voces de los ciudadanos para engordar el modelo del

“pensamiento único” en la República.

X. Documentación consultada

Libros, revistas y documentos

- “Como en las dictaduras, Morena utiliza los medios públicos como mecanismo de propaganda política: Luis Mendoza”, 2022. *Notilegis*, No. 4788, Comunicación Social, Cámara de Diputados, LXV Legislatura, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 28 de noviembre, <http://comunicacion-social.diputados.gob.mx/index.php/notilegis/como-en-las-dictaduras-morena-utiliza-los-medios-publicos-como-mecanismo-de-propaganda-politica-luis-mendoza> (consultado el 30 de noviembre de 2022).
- “Constitución Política Mexicana”, 2023. Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 6 de junio, <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/CPEUM.pdf> (consultado el 8 de agosto de 2023).
- “Criterios para asegurar la independencia y una política editorial imparcial y objetiva del SPR”, 2015. Consejo Ciudadano, *Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPREM)*, Gobierno de México, México, noviembre, https://www.spr.gob.mx/_pdf/consejo-ciudadano/documentos/criterios_independencia_editorial.pdf (consultado el 8 de agosto de 2023).
- “De Buena Fe”, 2022. Canal 11, Instituto Politécnico Nacional (IPN), Ciudad de México, México, 28 de febrero, <https://canalonce.mx/programas/de-buena-fe> (consultado el 8 de marzo de 2022).
- “Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 60., 70., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones”, 2013. *Diario Oficial de la Federación (DOF)*. No. 8, Tomo DCCXVII, Primera Sección, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 11 de junio, https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013#gsc.tab=0 (consultado el 18 de marzo de 2023).
- “Ley del sistema público de radiodifusión del Estado mexicano”, 2022. Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 11 de mayo, <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LSPREM.pdf> (consultado el 18 de julio de 2023).
- “Ley Federal de telecomunicaciones y radiodifusión”, 2021. Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la

- Unión, Poder Legislativo, Gobierno de México, Ciudad de México, México, 20 de mayo, <https://www.diputados.gob.mx/Leyes-Biblio/pdf/LFTR.pdf>, (consultado el 10 de junio de 2023).
- “Ley general de instituciones y procedimientos electorales”, 2014. Secretaría de Servicios Parlamentarios, Secretaría General, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión, Nueva Ley *Diario Oficial de la Federación (DOF)*, Distrito Federal, México, 23 de mayo, http://www.votoextranjero.mx/documents/52001/54163/LGI-PE_100914.pdf/362e4cc7-4158-4c40-8f67-456e2e00815e (consultado el 26 de junio de 2020).
- “Los medios públicos tienen la obligación legal de ser independientes y no instrumentos de la propaganda”, 2022. Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), Ciudad de México, México, 27 de noviembre, <https://www.amedi.org.mx/los-medios-publicos-tienen-la-obligacion-legal-de-ser-independientes-y-no-instrumentos-de-la-propaganda/> (consultado el 30 de noviembre de 2022).
- “Marcha de AMLO, uso de medios públicos y reforma electoral: Mesa de Análisis”, 2022. *Aristegui Noticias*, Redacción, Ciudad de México, México, 30 de noviembre, <https://aristeginoticias.com/3011/mexico/marcha-de-amlo-uso-de-medios-publicos-y-reforma-electoral-mesa-de-analisis/> (consultado el 1 de diciembre de 2022).
- “Proyecto de Nación 2018-2024”, 2017. Comité Directivo, *Movimiento de Reconstrucción Nacional (Morena)*. *La esperanza del cambio*, Ciudad de México, México, octubre, <https://drive.google.com/file/d/11BoaNBuVpHB7GDVXhCKdYvVKw7D7Ta-x/view>, (Consultado el 5 de julio de 2018).
- ALBARRÁN DE ALVA, Gerardo, 2018. “Hacia un nuevo modelo de relación prensa-gobierno”, *Revista Zócalo*, No. 224, Año XIX, Comunicación, Política y Sociedad, Ciudad de México, México, octubre.
- CUEVA, Álvaro, 2023. “Pésimo posicionamiento”, revista *Telemundo*, No. 189, Ciudad de México, México, febrero - marzo, http://www.revistapantalla.com/telemundo/comercializacion/?id_nota=33577 (consultado el 8 de marzo de 2023).
- ESTEINOU MADRID, Javier (A), 2021. “Los medios de comunicación públicos en la *Cuarta Transformación* de México,” Prólogo, en: *El imaginario de lo público en la radio*, Lenin Martell Gámez (Coord.), Serie Biblioteca, Universidad Veracruzana, Xalapa, Veracruz, México, 3 de noviembre, <http://bit.ly/EditorialUVAccesoAbierto>
- ESTEINOU MADRID, Javier (B), 2023. “Medios de comunicación de servicio público en México: Aparatos ideológicos de la 4-T”, *Revista El Cotidiano*, No. 239, Año 38, “Violencia, Educación y Jóvenes”, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco (UAM-A) y Ediciones EON, Ciudad de México, México, mayo-junio, <chrome-extension://efaidnbnmnibpcajpegclefindmkaj/https://www>.

- elcotidianoenlinea.com.mx/pdf/239.pdf
- GALVÁN, Melissa, 2019. “En época de la 4T, los medios públicos viven su propia y polémica transformación”, en: *Expansión Política*, Ciudad de México, México, 30 de junio, <https://politica.expansion.mx/mexico/2019/06/30/en-epoca-de-la-4t-los-medios-publicos-viven-su-propia-y-polemica-transformacion> (consultado el 25 de julio de 2020).
- LÓPEZ OBRADOR, Andrés Manuel (A), 2019. “Conferencia de prensa matutina sobre el modelo de medios públicos”, Presidencia de la República, Palacio Nacional, Ciudad de México, México, 23 de enero, versión estenográfica, <https://lopezobrador.org.mx/2019/01/23/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-29/> (consultado 28 de septiembre del 2019).
- LÓPEZ OBRADOR, Andrés Manuel (B), 2013. “Declaración de Principios”, Comité Directivo, Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), Distrito Federal, México, <https://lopezobrador.org.mx/wp-content/uploads/2013/02/Declaracion-de-Principios-MORENA.pdf> (consultado el 30 de mayo de 2018).
- MONTANER, Carlos, 2019. “El miedo a la información. Comunicación, tecnología y sociedad. La democracia en la era de los medios interactivos”, en: *Partidos y clase política en América Latina en los 90*, Biblioteca Jurídica, Repositorio Jurídica, *Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ)*, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad de México, México, 15 de febrero, [http://el-miedo-a-la-informacion-comunicacion-tecnologia-y-sociedad-la-democracia-en-la-era-de-los-medios-interactivos%20\(1\).pdf](http://el-miedo-a-la-informacion-comunicacion-tecnologia-y-sociedad-la-democracia-en-la-era-de-los-medios-interactivos%20(1).pdf) (consultado el 15 de octubre de 2023).
- MONTERROSAS VIGUERAS, Abraham (A), 2019. ‘De buena fe’, ¿un programa en Canal Once hecho para defender a AMLO?, Yahoo, Ciudad de México, México, 3 de octubre, https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/de-buena-fe-un-tropezamiento-para-canal-once-181718907.html?guccounter=1&guce_referrer=aHRocHM6Ly93d3cuZ-29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAJLgBZF-sO2s7yoXSvV9NkuAGC1KWcKfYTxnnoyPIMX312b65dZgaS_EKO_1_hLuTb_Wj27--Y-SDt7oZy5gEYPganjwr1CfqPbkahYGBu-TAZM2jbz-JcMz6fyUmjI4MdDoYaQZSO2zoX6tLwJTKAY_hxC-4mDElM2EucClQEsg8tt (consultado el 28 de diciembre de 2022).
- MONTERROSAS VIGUERAS, Abraham (B), 2019. “Los jóvenes antiAMLO de Masaryk y un show llamado ‘La maroma estelar’”, Yahoo, Ciudad de México, México, 22 de mayo, <https://es-us.vida-estilo.yahoo.com/la-maroma-estelar-la-apertura-de-posturas-politicas-en-la-television-publica-171948730.html> (consultado el 3 de septiembre de 2023).
- ORTEGA JUÁREZ, Joel, 2022. “La Libertad es Irrenunciable. Con la 4T ¿regresará la dictadura perfecta?, Revista *Siempre*, No. 3625, Año

LXVIII, Ciudad de México, México, 4 de diciembre.

Ortega, Patricia, 2021. “Medios públicos federales y la *Cuarta Transformación*. ¿Avances o retrocesos del valor de lo público en los medios de comunicación?, en: *Ensayos sobre comunicación gubernamental en la Cuarta Transformación: ¿cambio o continuidad*, Julio Juárez Gámiz, (Coordinador), Colección Debate y Reflexión, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades (CEICH), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), Ciudad de México, https://www.researchgate.net/publication/358647822_Ensayos_sobre_comunicacion_gubernamental_en_la_Cuarta_Transformacion_cambio_o_continuidad (consultado el 8 de agosto de 2023).

Hemerografía

“¡Aló, Presidente!” en Canal Once?”, 2023. *El Universal*, Bajo Reserva Bajo, Ciudad de México, México, 12 de mayo, <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/bajo-reserva/alo-presidente-en-canal-once/>, (consultado el 14 de mayo de 2023).

“El Once estrena Operación Mamut”, 2023. *TV y CINE*, Ciudad de México, México, 30 de abril, <https://www.tvcinews.com/2021/04/el-once-estrena-operacion-mamut.html>, (consultado el 5 de mayo de 2023).

“El show de la 4T en la televisión pública”, 2019. *El Universal*, Columna Crimen y Poder, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 15 de mayo, <https://www.eluniversal.com.mx/cultura/el-show-de-la-4t-en-la-television-publica/> (consultado el 9 de agosto de 2023).

“La televisión pública, al servicio de las corcholatas”, 2023. *El Universal*, Sección Crimen y Castigo, Ciudad de México, México, 22 de julio, <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/crimen-castigo/la-television-publica-al-servicio-de-las-corcholatas/> (consultado el 23 de julio de 2023).

BRAVO, Jorge, 2022. “Perdimos los medios públicos”, *El Economista*, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 2 de diciembre, <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Perdimos-los-medios-publicos-20221202-0027.html> (consultado el 4 de diciembre de 2022).

CALDERÓN, José Miguel, 2023. “La ministra Norma Piña ridiculizada... ¿libertad o asedio?”, *SDP Noticias*, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 15 de abril, <https://www.sdpnoticias.com/opinion/la-ministra-norma-pina-ridiculizada-libertad-o-asedio/> (consultado el 18 de abril de 2023).

ISRADE, Isabel, 2029. “Estrenan programas allegados de la 4T”, *Reforma*, Sección Cultural, Ciudad de México, México, 14 de mayo, <https://www.reforma.com/estrenan-programas-allegados-de-la-4t/ar1676353> (consultado el 18 de agosto de 2023).

Israde, Yanireth, 2019. “Advierten sesgo en TV pública”, *El Norte*,

- Monterrey, Nuevo León, México, 17 de junio, <https://www.elnorte.com/advierten-sesgo-en-tv-publica/ar1702168>, (consultado el 26 de marzo de 2023).
- JUÁREZ, Tania, 2023. “Chocan Villamil y Murayama por cobertura de “corcholatas” en la TV pública”, *El Universal*, Sección Nacional, Ciudad de México, México, 22 de julio, <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/chocan-villamil-y-murayama-por-cobertura-de-corcholatas-en-la-tv-publica/> (consultado el 23 de julio de 2023).
- OLIVARES, Emir y Urrutia, Alonso, 2024. “Dialogaremos, pero la elección popular de magistrados es innegociable: AMLO”, *La Jornada*, Sección Política, Ciudad de México, México, 13 de junio, <https://www.jornada.com.mx/2024/06/13/politica/005n1pol>, (consultado el 18 de junio de 2024).
- TREJO DELARBRE, Raúl, 2023. “Apostar por la conversación pública”, periódico *Crónica*, Sección Opinión, Ciudad de México, México, 2 de enero, <https://sociedad.wordpress.com/2023/01/08/2023-apostar-por-la-conversacion-publica/#more-4973> (consultado el 6 de enero de 2023).

El ciberperiodismo y la Inteligencia Artificial, así como la comunicación de la ciencia, temas emergentes e innovadores

Lizy Navarro Zamora

Este capítulo integra la investigación científica realizada en torno al “Ciberperiodismo y la Inteligencia Artificial (IA)”, así como a la “Comunicación de la Ciencia”, dos temas emergentes y centrales para la investigación científica de la comunicación, en este momento y en esta época.

He realizado investigación científica de los cibermedios por 28 años y la Comunicación de la Ciencia por 13. Los objetivos han sido sumar a la generación de contenido científico, y que sea un recurso para la capacitación y actualización de los estudiantes y colegas ciberperiodistas, sobre todo en América Latina, donde hay grandes desafíos para el periodista; que provoque el entusiasmo para las empresas e incursionen en este ámbito. Continuar con estos estudios es esencial para brindar insumos a quienes ejercen y a los receptores que viven las consecuencias de la transformación tecnológica y de la IA.

Desde 1996 inicié investigaciones científicas en torno a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), sobre todo en su relación con el ciberperiodismo. Se ubicó la trascendencia del Internet como uno de los grandes parteaguas en la historia de la humanidad: como lo fue en su momento la escritura y la imprenta; y hoy la IA.

Está por finalizar el primer cuarto del siglo XXI y a partir de la pandemia del Covid-19, que provocó un avance exponencial, el impacto de la IA es un tema que es necesario entender, analizar y estudiar desde una mirada científica.

La Comunicación de la Ciencia es otra línea de investigación que trabajo y coincide con la política pública reciente de México para todos los investigadores, con sus objetos de estudio: desde el emisor, el mensaje, el receptor, los canales, las evaluaciones, entre otros. Este objeto lo he estudiado desde sus dos fundamentos esenciales que son la educación y la comunicación, por supuesto con las mediaciones tecnológicas recientes y sus actualizaciones, como la IA.

Este tema emergente debe estudiarse por el compromiso e incidencia social que tiene. Es primordial realizar investigaciones científicas para generar conocimiento de esta actividad educativa no institucionalizada, para que se realice de la manera más pertinente y responsable; brindar insumos a quienes hoy la ejecutan sólo por cumplir un indicador solicitado.

La inteligencia artificial en el ciberperiodismo. La evolución de los cibermedios

A finales del siglo pasado di inicio a mis investigaciones en torno a la transformación del periodismo a partir de la incidencia de las innovaciones tecnológicas, de manera específica con el Internet y el nacimiento de la primera edición en línea del *The Mercury News*. En 1994, durante mis primeras incursiones, se les llamaban periódicos “on line”.

Entre 1996 y 1999, para descargar las páginas *web* completas de cada cibermedio que analizaba tardaba en promedio tres horas, hoy solo toma unos pocos segundos. De aquellos años a la actualidad, el impacto que han tenido las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el periodismo ha sido fundamental para ubicar su desarrollo y su transformación. El estudio científico de este objeto es trascendental para la generación del conocimiento; el periodismo es la actividad que informa y orienta a las y los ciudadanos de un país, de una región y del mundo.

En el año 2002 se publicó mi primer libro sobre el tema. En el prólogo, el Dr. José Luis Martínez Albertos, Director del Departamento de Periodismo 1 de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, hablaba del brillante análisis que realizaba sobre el paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información, situada en los códigos y signos de los mensajes comunicativos.

En aquella época, los resultados de las investigaciones científicas arrojaban que la convergencia de la escritura con los medios digitales daba lugar a un nuevo modo de estructurar y acceder a la información; era necesario aprender de nuevo a leer y escribir, a recoger y difundir información. Por supuesto, ya se ubicaba el conocimiento fragmentado, disperso, hiperespecializado y desjerarquizado.

Los mensajes de los periódicos *on line* estaban ya afectados por los efectos que obligaban al lector a saberse situar receptivamente en el hipertexto narrativo. En aquellos años, por las limitaciones de la conectividad de Internet para transmitir imágenes, el periódico era el medio con más posibilidades para desarrollarse; la transmisión del audio y

video era muy lenta con el cable coaxial. Sobre el futuro se hablaba de que la lectura del periódico se trasladaría a una pantalla: hoy lo tenemos en la televisión y en el celular. Lo que está escrito en artículos, capítulos y libros desde hace décadas, hoy lo tenemos digital, a la mano.

El telégrafo, la radio y, más tarde, la televisión, introdujeron el concepto de la instantaneidad. En las primeras décadas del siglo XX, la radio le ganó la batalla de rapidez a la prensa, en la década de 1950 la televisión superó a la prensa y a la radio, y en la actualidad el cibermedio tiene todas las ventajas y se ha potenciado su producción y difusión con la IA.

La evolución no ha sido la misma en las diferentes zonas geográficas. En Europa el inicio fue con el llamado periodismo electrónico; se trabajó con el videotexto y el teletexto, ambos nacieron en la década de 1970.

Videografía es el nombre genérico para las técnicas de presentación de información computarizada en un televisor doméstico (Navarro Zamora, 2002). Existieron dos clases: la primera, la videografía interactiva o videotexto, era una terminal, auxiliada por un teléfono, un módem y su correspondiente decodificador para presentar la información de actualidad en una pantalla. Aparecía un menú que mostraba las opciones a las que se podía acceder y era necesario utilizar un teclado para formular preguntas y obtener respuestas; esta posibilidad permitía una interactividad. La consolidación de este periodismo electrónico se dio en Francia con un receptor que recibió el nombre de “Minitel”, algo parecido a una televisión muy pequeña.

En la Unión Europea o en países como Japón se desarrolló la segunda clase de videografía, que fue el teletexto: se aprovechaban las líneas emitidas por la televisión con señal analógica, y se podía transmitir un cierto número de páginas que posteriormente eran seleccionadas para su representación en la pantalla o para su impresión, mediante un control remoto.

La evolución electrónica del periodismo digital y la mediación de la IA, se puede resumir de la siguiente manera: el teletexto, el videotexto, el telefax, el audiotexto, el disquete flexible, el CD Room, el periódico *on line*, el cibermedio y el producto comunicativo y periodístico producido parcial o totalmente a través de una IA. La fecha de nacimiento de los cibermedios fue 1994, y 2014 es el año del surgimiento de la primera cibernoticia generada con IA, publicada en *Los Ángeles Times*. Ya en el año 2002 se hablaba del nacimiento de un nuevo medio y de la desaparición de lo tradicional.

Como se ha publicado en diferentes libros (Navarro Zamora, 2024, 2023, 2018, 2012, 2005, 2004, 2002), en el ámbito de la comunicación, su evolución ha dependido de la tecnología: la escritura fue seguida por

la imprenta, luego la radio, el cine, la televisión, el Internet, y hoy con el potencial de la IA. Con base en los criterios de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), se habla de aceptación generalizada cuando una tecnología tiene 50 millones de receptores. A la radio le tomó 38 años, a la computadora 16, a la televisión 13, al Internet 4 y a las aplicaciones de Inteligencia Artificial, como ChatGPT, tan solo un mes.

La invención de la imprenta revolucionó la comunicación, la información pasó a ser accesible, y hoy es inminente la muerte de los periódicos y los libros impresos, principalmente en los países desarrollados, ya que en América Latina el progreso es más lento.

En el siglo XX, la prensa escrita tuvo momentos de crisis y de readaptación: en los años treinta con el nacimiento de la radio, en la década de 1950 con la llegada de la televisión, en 1994 con los primeros periódicos *on line* a partir del Internet, y en el siglo XXI, en este 2025, con la IA. En esta evolución, se tienen innovaciones acordes a las TIC.

El periodismo de alta tecnología consiste en la aplicación de tecnologías digitales sofisticadas y/o emergentes [...] de tal forma que su uso contribuye en alguna medida (tiempo, costo, análisis, comprensión, impacto, perspectiva, etc.) a la mejora del proceso (por ej., el periodismo automatizado), de la experiencia (por ej., el periodismo inmersivo) o incluso del modelo (por ej., la tecnología blockchain). Dentro de este «aglutinador» periodismo *hi-tech* se incluyen modalidades o tendencias periodísticas como el periodismo dron, el periodismo inmersivo con video 360 grados y realidad virtual y el periodismo robot o automatizado, así como la producción y aplicaciones periodísticas mediante tecnologías como el *blockchain* y la realidad aumentada, entre otras (Pérez Seijo, Gutiérrez Caneda y López García, 2020, p. 134).

Además, el paradigma de las TIC y de la Inteligencia Artificial se debe ver en el contexto del incipiente ámbito legal y ético; existe una gran diferencia entre zonas geopolíticas y los países de dichos espacios. Se ha visibilizado una gran brecha similar a la que se ha vivido, quienes tienen acceso y quienes no a Internet, y quienes tienen acceso a la IA y quienes no.

Hay contextos mundiales como la pandemia de la Covid-19, la cual provocó una crisis económica en los medios de comunicación tradicionales y cibermedios, en los que prevaleció la necesidad de subsistencia. En ese entonces realicé investigaciones en América Latina. Entre los resultados, destaca que a partir de los sucesos se despidió a más de 60 % de los trabajadores de las empresas periodísticas (Navarro Zamora, 2021) y surgieron cibermedios emergentes en las redes sociales con un

equipo muy reducido —en algunos casos, de una o dos personas— que pueden aprovechar la aplicación de la IA para su subsistencia y para atender los derechos de la información de los ciudadanos.

Los periodistas realizan grandes esfuerzos: se encuentran en condiciones económicas muy difíciles, trabajando para empresas que no les brindan las prestaciones mínimas y en países en los cuales la unión es incipiente. En América Latina no hay organizaciones gremiales sólidas como en Europa.

En mis investigaciones se ubica la Inteligencia Artificial y sus efectos en el ciberperiodismo. La IA está basada en el aprendizaje automático, en la generación de lenguaje natural, en el reconocimiento óptico de caracteres y en los algoritmos capaces de rastrear datos a partir de un análisis de indicadores y del lenguaje.

Como resultado he publicado artículos científicos, capítulos de libros y los siguientes libros: *Los Periódicos Online* (2002), *Comunicación Mexicana en Internet, guía de medios en línea* (2005), *Elementos de Ciberperiodismo* (2013); *Miradas de Ciberperiodismo en Iberoamérica* (2018); *Comunicación e Inteligencia Artificial, Guía de IA en diversos idiomas para comunicólogos y periodistas* (2024) y la coordinación de los libros *Inteligencia Artificial y Comunicación* (2024) y *Periodismo, Comunicación Política y Política de la Comunicación* (2024).

Metodología de las investigaciones

Todos los productos son resultado de una investigación científica rigurosa, generalmente con estudios paralelos desde ángulos de los países desarrollados de la Unión Europea y de Estados Unidos, frente a los de América Latina, como México; el marco contextual local, nacional e internacional ha sido esencial. El enfoque metodológico generalmente ha sido mixto, y ha predominado lo cuantitativo frente a lo cualitativo, aunque este último ha complementado los estudios que he realizado.

En el enfoque cuantitativo he trabajado los análisis morfológicos del francés Kacques Kayser, adaptándolos a los objetos de estudio desde el año 1997, situándolos en el mensaje, en los códigos, en las formas, en los contenidos y en las prácticas discursivas. Se inició con los periódicos *on line* y hoy con la IA para los cibermedios.

En cuanto al emisor del mensaje periodístico me he enfocado en el periodista, el ciberperiodista y la empresa, los cuales también han sido objetos de estudio esenciales en la investigación que desarrollo, sobre todo en los medios que provienen de uno analógico, empresas

consolidadas cuya evolución es desde su periódico *on line* de 1994 a la actualidad con la Inteligencia Artificial.

En el enfoque cuantitativo, otra técnica ha sido la encuesta, con una aplicación aleatoria y sobre todo virtual. Más que los formularios, ha sido el envío directo de los cuestionarios a los correos electrónicos directos de las y los encuestados; de los mensajes enviados generalmente la respuesta es de 60 %.

En estos, los estudios paralelos han sido entre países de la región de América Latina y, sobre todo, en México. Entre los emisores, es muy importante separar el emisor periodista y el emisor empresa; en ocasiones, en los pequeños medios, el ciberperiodista y el dueño de la empresa son la misma persona.

Otra técnica de investigación cuantitativa recurrente ha sido el análisis de contenido; una de mis primeras investigaciones fue estudiar la imagen internacional de México en los periódicos *on line*, enfocada en el estudio del mensaje.

En la metodología cualitativa la técnica recurrente ha sido la entrevista semi-estructurada; esta técnica ha permitido la flexibilidad y a su vez, la participación de ciberperiodistas de medios desarrollados y de espacios emergentes. Estos actores han sido parte de la investigación: al inicio de los periódicos *on line* con el proceso de evolución de los cibermedios y de manera reciente con la incorporación de la IA a la comunicación y al periodismo; en otros momentos los *focus group* y la etnografía digital.

Ciberperiodismo e Inteligencia Artificial

La Inteligencia Artificial se ubica en todos los ámbitos y actividades del ser humano. La comunicación, el periodismo y el ciberperiodismo son áreas que han vivido los efectos del desarrollo de las tecnologías. El tema plantea una serie de preguntas e inquietudes en el ejercicio de actividades específicas; por ejemplo, si la Inteligencia Artificial sólo está enfocada a la producción de lenguaje y no en los elementos éticos y deontológicos del periodismo.

En la Unión Europea y en Estados Unidos de América, las IA son empleadas para una diversidad de acciones relacionadas a la comunicación y el ciberperiodismo. En los países menos desarrollados o en pobreza, las mismas actividades todavía son realizadas por el ser humano; por ejemplo el monitoreo de redes sociales, la generación de imágenes (lo que llamamos infografías), los sistemas de recomendación, entre otras.

La IA es definida por la Unión Europea como un conjunto de sistemas de *software* (y de *hardware*) diseñados por humanos que, dado un objetivo complejo, actúan en la dimensión física y digital. Comprenden su entorno mediante la captura de datos, los interpretan bien sea de forma estructurada o desestructurada, razonan y crean conocimiento, procesan la información derivada de los datos capturados, y deciden cuál(es) son la(s) mejor(es) acción(es) para conseguir el objetivo indicado (Comisión Europea, 2022, p. 6).

¿Hasta dónde las IA construyen los procesos ciberperiodísticos? Otras de las preguntas que se han planteado son cuáles son las competencias necesarias en el uso de las IA, la disposición de los espacios de comunicación para integrarlas, la estrategia individual, el plan de incorporación como organización, la preparación, la elaboración de una guía de trabajo y de sus objetivos, etcétera.

En el ciberperiodismo se pueden ubicar las siguientes tareas con la IA: búsqueda de información, generación de textos, construcción de preguntas para entrevistas, escritura de unidades redaccionales periodísticas y no periodísticas, corrección de escritos, traducción de contenidos, generación del lenguaje transmedia, verificación de información.

Además, construcción de contenido para diversos grupos, la personalización de la información, la automatización de acciones en el espacio de comunicación como la estructura de una *home page*, el estudio de las temáticas en la sociedad, la estratificación de los receptores, la determinación por grupo, la verificación de los datos, la eliminación de la desinformación, la detección de contenidos falsos; la creación de Contenidos para textos, imágenes, videos, etc.

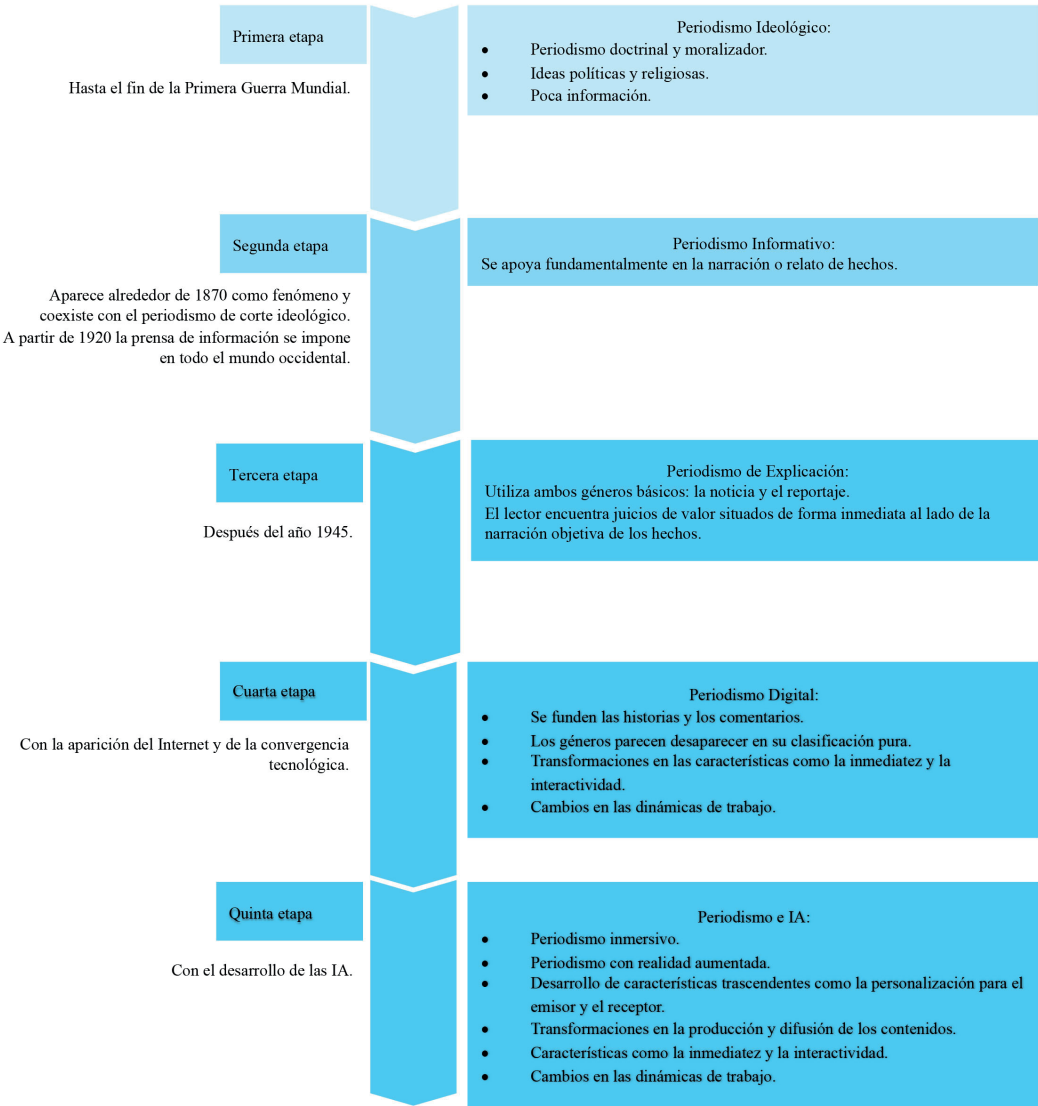
Hay diferencias trascendentes en torno al uso de la IA; quienes solamente utilizan una IA como ChatGPT, aquellos que tienen posibilidades de producir IA, y quienes tienen recursos para pagar una IA. En las IA aplicadas en la comunicación y el ciberperiodismo, el idioma que domina es el inglés; en más del 30% de las aplicaciones; las personas que no dominan esta lengua están alejadas de la IA. Otra brecha se observa en el origen, sólo algunas proceden de América Latina; la zona sigue consumiendo; pero, no produciendo.

En campos como el periodismo, el proceso de digitalización corre en paralelo al de la robotización de tareas que, al tiempo que facilitan la labor profesional, implican la pérdida de puestos de trabajo convencional, pero también la necesidad de formarse en disciplinas emergentes que progresivamente van adentrándose en las redaccio-

nes de los medios de comunicación. La automatización de las labores de documentación y elaboración de noticias viene dada a partir de la Inteligencia Artificial (IA) y el “big data” (BG) (Segarra Saavedra, Cristófol, y Martínez-Sala, 2019, p. 276).

Como se ubica en el Esquema 1, la evolución del periodismo ha estado relacionada directamente con la tecnología y el desarrollo histórico de las naciones, por ello se inició con un periodismo ideológico con la imprenta y hoy con el empleo de la IA con el ciberperiodismo.

ESQUEMA 1: *Evolución del periodismo y del ciberperiodismo*



Fuente: elaboración propia.

En este apartado se presenta un resumen de los resultados del análisis morfológico de 27 años de los cybermedios y con la Inteligencia Artificial de 2021 a 2024. Sobre la actualización, en la portada, los medios de comunicación digitales reorganizan la información según los principios periodísticos de importancia, veracidad, temporalidad y cercanía. Otra forma de actualización es a partir de los intereses de las y los receptores.

Estas características se pueden potenciar. A través de una IA se ubican las unidades redaccionales más vistas y a partir de ello, se reorganiza la portada; es decir, la *home page*. Lo que se puede hacer a través de modelos matemáticos predeterminados, probablemente sea detenido por el ser humano con el objetivo de mostrar otras apariencias; es decir, no a partir del receptor sino de la agenda e intereses del emisor o de la empresa del cybermedio.

El recurso multimedia en los primeros años de la presencia del Internet era mínimo, en la actualidad se ha logrado conformar un nuevo lenguaje mediante la convergencia de texto, voz, música, imagen fija, video, recursos de la infografía, etc., los géneros multimedia y transmedia, los cuales se pueden potenciar con el uso de las diversas Inteligencias Artificiales para audio y video, enfocadas en ello.

Hace más de dos décadas, la interactividad inició con los foros de discusión, las encuestas y el correo del cyberperiodista. Con la IA se pueden fortalecer y establecer modelos a partir de las necesidades de comunicación de las empresas cyberperiodísticas, del cyberperiodista y de los receptores (responder de manera individual es imposible en este momento).

En el entorno geopolítico, la mundialización tiene como esencia la organización de las cybercomunidades y la comunicación más estrecha y directa entre los habitantes del mundo, así como publicar contenidos cyberperiodísticos para grupos que no se encuentran en la cercanía geográfica. La comunidad mundial se torna local, y con esta se tiene la esperanza de acercar y unir. Sin embargo, la integración mundial se ha visto afectada por la disparidad entre quienes tienen acceso a las IA y quienes no.

La personalización se ubica como el elemento central de la comunicación del siglo XXI con el avance de las más de tres décadas de los cybermedios. Hasta el año 2025 son pocos espacios los que han encontrado las cybercomunidades como clientes para vender un producto personalizado. El cybermedio necesita conocer quién es el receptor. En los inicios del desarrollo del Internet, en el siglo pasado, no estaban accesibles los *softwares*, ni la estructura del negocio necesaria para que se construyera contenido a la medida de cada receptor.

Las herramientas desarrolladas para la monetización están enfocadas a recabar información sobre la navegación para explotar las posibilidades de ofrecer contenidos personalizados. Se trata de conocer lo mejor posible: si es fiel o si es su primera vez en una *web*, entre otros aspectos (De Lara González y García Avilés, 2022, p. 9).

Mientras que en los medios de comunicación tradicionales se presenta una jerarquización de los contenidos, determinada por el emisor, con la intervención de la IA, el receptor puede precisar qué es lo más importante para sus intereses, lo cual implica una profundización en ámbitos muy particulares:

Los proyectos informativos correspondientes a la tercera generación de cibermedios nativos digitales de España apuestan por diferentes modelos de negocio con los que afrontar los considerables desafíos de un mercado que ha alcanzado un grado de madurez idóneo para su rentabilización y que incorpora unos crecientes niveles de competitividad con la aparición de nuevos actores ajenos a esta industria (Parra Valcarce, Edo Bolós y Marcos Recio, 2020, p. 5).

De manera concreta, poder personalizar qué contenidos y cómo se quieren ver, el idioma, el formato, la profundización, un producto a la carta que motive al receptor a seguir en el consumo de las unidades redaccionales. Es en esta característica en la cual se encuentra el negocio a través de micropagos, lo cual representa un cambio en la administración y visión de los cibermedios.

La IA promueve la personalización de la información y facilita un modelo de consumo individualizado. Desde la razón económica, este modelo limita la libertad de elección y reduce la producción de excedentes: solo se escribe o se emite aquello que el lector tiene interés por conocer, sin la responsabilidad social de ofrecer una visión más amplia de la actualidad (Mafrendi Sánchez y Urfarte Ruiz, 2020, p. 58).

La Tabla 1 es una guía con la cual el cibermedio y el ciberperiodista pueden ubicarse en su propia evolución individual de la aplicación de la Inteligencia Artificial.

TABLA 1: *Formato para informar el porcentaje en que un periodista y un espacio periodístico empleó la IA*

Género periodístico		Usos		
Contenido textual		Empleo de la IA para...		
		Búsqueda de contenidos textuales	Generación de contenidos textuales	Redacción y corrección de contenidos textuales
	Nombre de la IA			
	Porcentaje de empleo			
Imagen fija		Búsquedas	Elaboración	Corrección
		de imágenes fijas ya construidas	de imágenes fijas o infografías	
	Nombre de la IA			
	Porcentaje de empleo			
Audio		Búsquedas de audio	Elaboración de audios	Corrección de audios
	Nombre de la IA			
	Porcentaje de empleo			
Video		Búsquedas	Elaboración de videos	Corrección de videos
		de videos ya construidos		
	Nombre de la IA			
	Porcentaje de empleo			

Fuente: elaboración propia.

Las aplicaciones de IA más desarrolladas tienen un costo. Generalmente hay una opción gratuita, sin embargo es limitada. También aquí influye el idioma, ya que la mayoría fue construida en inglés. En la investigación desarrollada y cuando se realizó un cruce de variables, más de 90 % de las IA construidas en español y en América Latina, han sido para el uso de un solo cybermedio, un grupo de ellos o una organización, lo que limita el empleo.

Las IA tienen costos diferenciados a partir de las empresas que las usan. Si buscan sobrevivir, tienen que potenciar los recursos di-

giales y las IA, al mismo tiempo que seguir ubicando los ingresos de los canales tradicionales. En muchas partes del mundo, los periódicos impresos están en su muerte, pero tardarán algunos años en América Latina y en África para llegar a su extinción.

En este punto, se concluye que la industria periodística compite con aquella dedicada a la difusión de contenido falso o impreciso. En la medida en que la atención del lector es limitada, la economía de la desinformación impacta en los cimientos de la empresa periodística (Manfredi Sánchez y Ufarte Ruiz, 2020, p. 52).

En el ámbito de la ética, debemos ubicar que la Inteligencia Artificial se basa en algoritmos matemáticos. En esencia, estos modelos no tienen ética, pero su uso sí.

En la cadena de producción de la información automatizada, el periodista se convierte en un elemento más, se diluye su papel en favor de los profesionales con perfiles más tecnológicos... Habría que analizar quién asume la responsabilidad: si el propio sistema o algoritmo, la empresa que lo diseñó o quien seleccionó los datos de entrada. No se trata de un problema exclusivo de la tecnología, sino de las personas que están detrás, ya que los algoritmos obedecen a determinados intereses y planteamientos, que pueden ser éticos o no (De Lara González y García Avilés, 2022, p. 12).

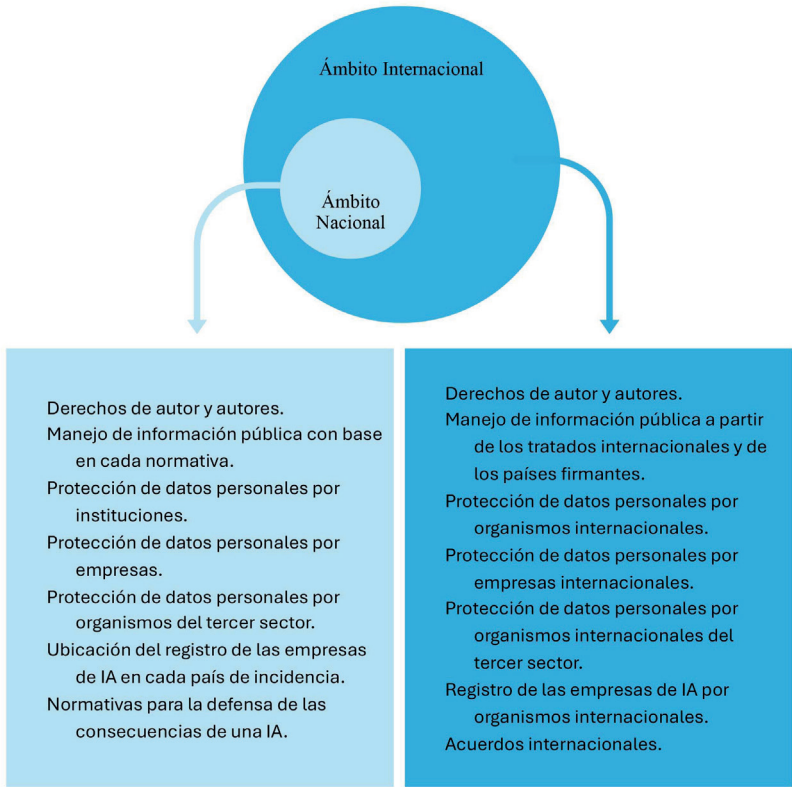
También existe Inteligencia Artificial que permite conocer suficientes criterios para valorar la veracidad de las informaciones, el proceso de cotejo y la verificación de las fuentes. Es una de las áreas más significativas de la comunicación y el periodismo, a partir de la incidencia que se tiene en los diversos grupos sociales.

En el ámbito legal, inician las denuncias sobre los derechos de la propiedad intelectual internacional en diferentes espacios como el medio *The New York Times* en contra de la empresa OpenAI por robar sus contenidos para la IA ChatGPT (Grynbaum y Mac, 2023). En los próximos años, el tema legal será uno de los que más tendrá presencia ya que para construir una IA se necesita contenido, y actualmente es más lucrativo generarlo a partir de las bases de datos existentes.

En Europa, desde el año 2022, con la Ley de Servicios Digitales (DSA, por sus siglas en inglés), existe un avance para que las plataformas tecnológicas sean legalmente responsables por los contenidos que publican. El tema legal es uno de los caminos más importantes,

por ello, en el Esquema 2 se ubican temáticas significativas para considerar en el uso de la IA para el ejercicio periodístico; estos resultados se obtuvieron principalmente de entrevistas semi-estructuradas.

ESQUEMA 2: Temáticas para desarrollar en el ámbito legal en América Latina, en la relación comunicación, periodismo e Inteligencia Artificial



Fuente: elaboración propia.

En la ética, en la deontología periodística y en la comunicación se han construido los manuales de estilo. De los estudios realizados (Navarro Zamora, 2021), menos de 10 % de los medios de comunicación tradicionales y de los cybermedios de América Latina cuentan con uno de ellos, los existentes son reducidos.

Según la definición ética, el periodismo tiene el deber social de cumplir con el derecho a la información y la opinión de los ciudadanos. La búsqueda de la veracidad es una característica que requiere de una serie de competencias y habilidades profesionales, como la práctica de la doble revisión de las fuentes, la calidad en la redacción y el manejo del idioma (Manfrendi Sánchez y Ufarte Ruiz, 2020).

Las hemerotecas y bibliotecas digitales de libros, periódicos y contenidos son la esencia de la Inteligencia Artificial. Para determinar los algoritmos se necesita información de las bases de datos existentes que se generan a partir de diversos intereses.

Generación de contenidos ciberperiodísticos con IA

En América Latina, menos de 5 % de los ciberperiodistas ubican las herramientas de la Inteligencia Artificial. Quienes las conocen, no las aplican a la creación de las unidades redaccionales. Los jóvenes consumidores prefieren los formatos transmedia antes que el texto, por ello es trascendente el empleo de la Inteligencia Artificial para los contenidos periodísticos difundidos en los nuevos dispositivos. Las grandes marcas de medios tienen una amplia plantilla de trabajadores, pero el ciberperiodista que tiene un equipo de una o dos personas, se puede apoyar en la IA.

La aplicación más famosa, aunque no la más accesible, es Chat-GPT. Su consolidación “ha propiciado el desarrollo de múltiples iniciativas en Inteligencia Artificial generativa. Las opciones de generación de contenido permiten obtener textos, imágenes y vídeos a partir de instrucciones relativamente sencillas (denominadas *prompts*)” (Apablaza Campos y Codina, 2023, p. 1).

Con el análisis etnográfico digital se comprobó lo que se ha publicado: el cibermedio *Le Monde* se apoya en la IA para traducir contenido periodístico, publica en promedio 30 noticias en inglés al día, muchas más de las que podía antes, el programa se ha personalizado para reconocer el estilo y la ortografía característica del medio francés (Van Kote, 2024). La IA ayuda con la traducción inicial y luego hay edición humana.

Cibernoticia

Es precisamente este género, la noticia, en el que más se puede utilizar la Inteligencia Artificial, y más de 90 % de la estructura de la noticia se puede construir por IA: contenido completo, resúmenes, titulares y elementos audiovisuales. Una de las prácticas discursivas que tradicionalmente se siguen haciendo es la ya tan famosa pirámide invertida, en ella los algoritmos pueden ser aplicados.

La primera fase de elaboración de una noticia se basa en la detección de un hecho noticioso. Los periodistas tradicionalmente han contado con diferentes fuentes (institucionales, personales, agen-

cias, etc.) para detectar aquellas noticias de interés de diferentes ámbitos para el público (Tejedor Calvo, Cervi, Pulido y Pérez Tornero, 2021, p. 975).

En la comunicación y en el ejercicio periodístico, es la información de actualidad y de interés colectivo que tiene la estructura más rígida y estable. No olvidemos que esta surgió a partir del telégrafo en el siglo XIX. Con este esquema establecido para la noticia, y con el desarrollo actual de las IA, ya se pueden construir en temas con elementos fijos como un temblor, eventos de la agenda planeados o no planeados, etcétera.

La IA consiste en la aplicación de sistemas para la generación de productos informativos basados en datos y algoritmos. Se produce una escritura automática de textos que aprende de una librería de narrativas y permite la redacción de piezas periodísticas con estructuras y fórmulas previsibles, las cuales son suficientes para acontecimientos repetitivos de cobertura rutinaria (Manfrendi Sánchez y Ufrate Ruiz, 2019, p. 52).

Es en la IA generativa en la cual está la construcción del contenido periodístico de la noticia, la generación de redacción de contenidos, la verificación de ortografía en diversos idiomas, de sinonimia, de usos correctos e incorrectos. En pequeños medios de comunicación es la que más se puede emplear, la esencia de la construcción de la noticia es la misma de finales del siglo XIX a la que se tiene actualmente de pirámide invertida.

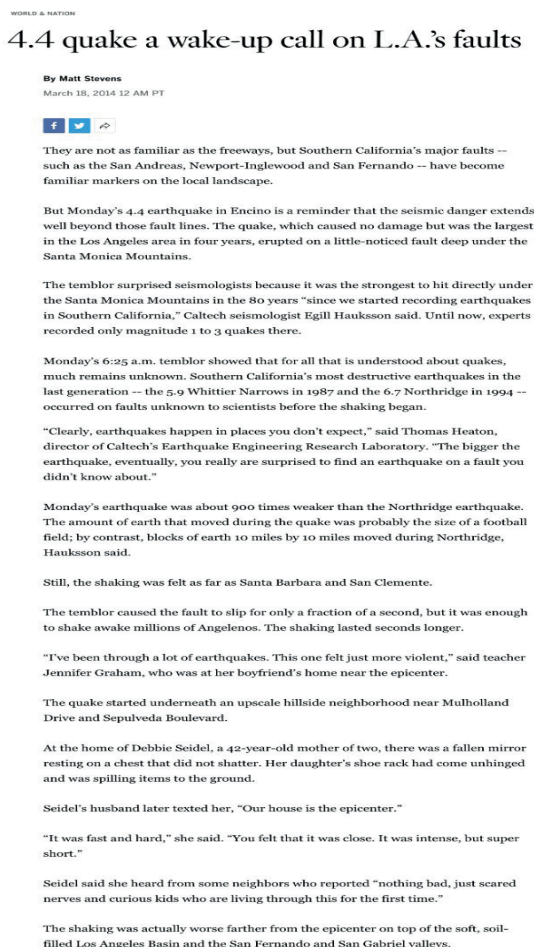
El contenido de las noticias es el que más se ha desarrollado con herramientas para lograr la llamada monetización, es decir convertir en dinero un archivo o publicación digital (Real Academia Española, 2023), a través de las IA se conoce la navegación de los receptores para ubicar los contenidos personalizados; se trata de conocer lo mejor posible sus hábitos de consumo, sus dinámicas, sus desarrollos profesionales, y más.

El lenguaje que se ha potenciado en los contenidos es el transmedia debido a los dispositivos para su consumo, al objetivo de captar la atención de los jóvenes, al desarrollo de plataformas para la creación, descubrimiento y distribución. El pódcast es el formato que más se ha desarrollado (De Lara González y García Avilés, 2022, p. 9).

La fecha de nacimiento de los cybermedios fue 1994 y, como se ubica en la Figura 1, 2014 fue el año del surgimiento de la primera cibernoticia generada con Inteligencia Artificial, publicada en *Los Ángeles*

Times. A través de un algoritmo se programó la creación de una noticia cuando temblara en California y ello sucedió el 18 de marzo de 2014. Quien firma la nota es Matt Stevens.

FIGURA 1 *Primera Cibernoticia Construida con Inteligencia Artificial*



Fuente: Stevens, 2014.

En el resto de los géneros periodísticos, en la entrevista, el principal empleo que se tiene de la IA es el siguiente: búsqueda de información de las personas para entrevistar, elaboración del cuestionario, transcripción estenográfica, así como para el registro y edición de los elementos visuales durante la realización; en la construcción de infografías fijas, en movimiento, con audio y con video.

En el caso de la entrevista de información y de opinión, la redacción es similar a la noticia, en la cual se ubica a la IA para construir los contenidos con base en la pirámide invertida en un periódico impre-

so, en un contenido de audio, en uno de televisión o en un cibermedio; también la traducción en distintos idiomas si se requiere.

En la crónica, la IA proporciona información de fuentes y de contenidos: da respuesta al cómo. Es empleada para la versión estenográfica de las grabaciones que se hacen como reportero, también para realizar las infografías fijas o en movimiento y para la construcción multimedia y transmedia.

En el reportaje, al ser el “género rey”, con la IA ubica las sugerencias de los temas de interés para los receptores y para los diferentes grupos, luego se aplican los objetivos de investigación, se puede ubicar el filtraje de bases de datos muy amplias, para terminar con lo que contiene cada uno de los géneros como la noticia, la entrevista y la crónica. Con el reportaje, como con todos los géneros periodísticos, se puede profundizar en las reacciones y en la aceptación del receptor.

La estructura transmedia es la ideal para la entrevista de semblanza, para la crónica y para el reportaje:

En cuanto a aspectos formales, se ha comprobado que la utilización de hiperenlaces es escasa, a pesar de que constituye una herramienta que podría contribuir a profundizar en los conceptos más técnicos y a hacerlos más asequibles y atractivos para el público (De Lara, 2022, p. 218).

En los géneros de opinión, la IA puede construir todo el artículo, la columna y el editorial. Solo es necesario determinar: el tema, la postura y la tesis a desarrollar. En estas unidades se hace más evidente la ideología. Si se quiere hablar sobre el cambio climático puede ser desde la derecha, la izquierda, el centro, o desde posturas radicales e inclusivas. De todas las unidades redaccionales se debe especificar la IA que se emplee, el porcentaje, el tipo, el origen, las bases de datos, etcétera.

IA, ciberperiodistas y redacciones

Al momento no existe un registro exacto de cuándo fue la primera vez que se empleó la IA para el ciberperiodismo en América Latina. A lo largo de las décadas y los siglos, los periodistas han recibido los efectos de la evolución tecnológica, hoy de las zonas geopolíticas más favorecidas por la IA.

Más de 80 % de los ciberperiodistas entrevistados de América Latina expresó su necesidad de capacitación, pues deben prepararse para ocupar los puestos que demanda la nueva realidad de la comunicación.

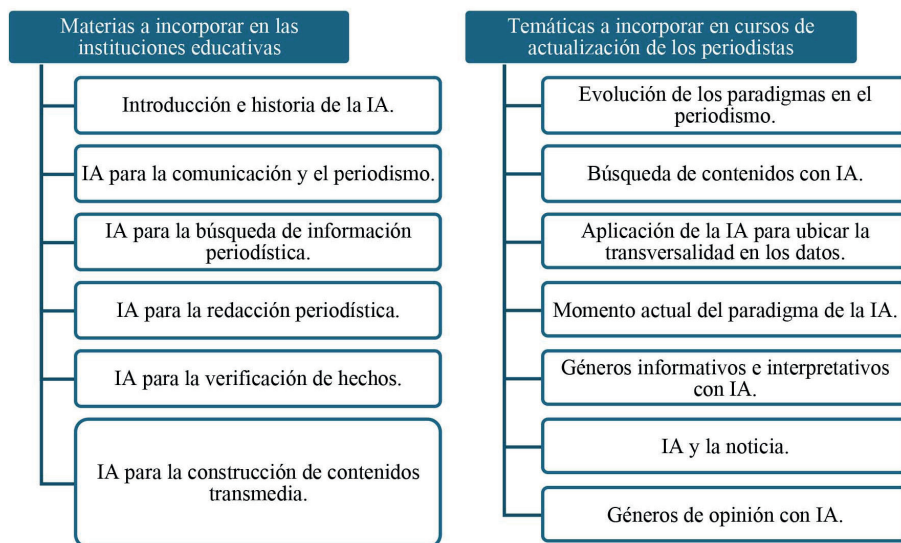
El trabajo de filtraje lo ocupa el periodista, porque el receptor no

dispone del tiempo ni de la formación suficiente para interpretar la información de actualidad. Para él seguirán existiendo los cibermedios. La respuesta a la necesidad de estar informado y orientado se debe seguir trabajando y construyendo. Consensar un lineamiento de empleo de las IA y de información para el receptor, decir qué usan, cuántas usan y cuál IA se empleó, es parte medular del periodista.

En la dinámica de trabajo se puede establecer dos posibilidades: la primera es que el periodista emplee la Inteligencia Artificial en sus actividades, desde la búsqueda de información, hasta la creación de una imagen o de un video; la segunda propuesta es que exista un equipo de trabajo a través del cual se hagan los requerimientos, esta última es muy difícil para los cibermedios de América Latina con una reducida planta laboral.

El periodista debe tener mayor preparación en el contexto complejo de las IA en las Ciencias de la Información y en la cultura general. Como externaron los ciberperiodistas, esto debe desarrollarse con diplomados de actualización y con la incorporación de estos temas en las universidades y centros de enseñanza. Para ello es necesario que las currículas de las escuelas o facultades de comunicación incluyan en sus programas, de manera transversal, las competencias que hasta el momento se han desarrollado para las IA. En el esquema 3 se ubica una propuesta de asignaturas.

ESQUEMA 3: *Asignaturas para la innovación en los programas de licenciatura del comunicólogo y del periodista*



La redacción y la habitación física donde conviven los periodistas se convierte hoy en una redacción virtual. La IA puede ayudar eficazmente en el proceso productivo y en su transmisión, pero hasta hoy no sustituye a quienes se encargan de buscar las informaciones, seleccionarlas, valorarlas y comunicarlas.

ESQUEMA 4: *Trabajos emergentes en las ciberredacciones a partir de la Inteligencia Artificial*



Fuente: elaboración propia.

En América Latina, cada cibermedio, grande o pequeño, debe desarrollar un plan de incorporación de la IA; lo anterior para satisfacer el derecho a la información y a la opinión de los ciudadanos. En la siguiente tabla (2) se ubican las variables que deben contener, desde un diagnóstico hasta una ejecución a corto, mediano y largo plazo; desde el ámbito del cibermedio, los contenidos y los receptores.

Hay espacios de trabajo emergentes y es necesario incorporar las nuevas funciones de los cibermedios. A 11 años de la primera noticia construida con Inteligencia Artificial, es necesario tener un plan estratégico. La aplicación de IA en los procesos es esencial e igual de importante este año y este siglo, junto a la capacitación inmediata y a la reforma de los planes de estudio que forman en las universidades a los comunicólogos y a los ciberperiodistas se les actualiza con diplomados.

Este es un tema vigente, necesario y oportuno en la investigación científica y práctica. Se seguirá trabajando como un objeto de estudio específico.

TABLA 2. *Propuesta de Plan Estratégico para incorporar las IA en espacios de comunicación*

Competencias en las IA
Nivel de comprensión de los conceptos básicos para los ciberperiodistas. Nivel de capacitación de los ciberperiodistas.
Códigos y prácticas discursivas
Lenguaje multimedia y transmedia.
Proceso de escritura
Nivel de corrección de contenidos, redacción y ortografía con base en el idioma de producción. Nivel de inmediatez de la producción.
Proceso de producción de comunicación
Beneficios en las dinámicas de trabajos individuales y colectivas. Producción de contenidos específicos, periodísticos y de comunicación. Nivel de obtención de información. Conversión de voz a texto y de texto a voz en distintos idiomas. Verificación automatizada. Nivel de IA factible en los procesos de comunicación.
Proceso de incorporación de las IA
Definir los ámbitos de automatización. Ubicar los pasos del proceso.
Proceso de difusión
Nivel de incidencia y ubicación de temáticas en las redes sociales.
Agenda setting
Establecida por la ideología del medio. Determinada por la propensión de los grupos sociales. Influenciada por intereses externos al cibermedio.
Economía
Gasto de inversión en la IA frente al ahorro. Reducción de la planta laboral.
Ética
Margen de error frente a beneficios que serán aceptados de las IA por el espacio de comunicación. Elaboración de manuales de estilo.
Estrategia a corto, mediano y largo plazo.
Contenidos innovadores y especializados acordes a las agendas de cada cibermedio. Se podrán ubicar temas periodísticos necesarios para que el receptor logre tener la información esencial. Experiencias humanas a través de la interactividad. Contenido para la generación “Z”, nacidos de 1997 al 2010 y la generación “Alfa” del 2010 a la actualidad (Jha, 2020). Dar respuesta a las problemáticas.
Escenarios a corto plazo
Etapas de cierre del periodismo tradicional. Inicio del contenido personalizado. Publicaciones cortas y concisas por suscripción. Precios accesibles a distintos receptores.
Escenarios a mediano plazo
Contenido totalmente personalizado. Contenido para la generación “Z” y la generación “Alfa”.
Escenarios de contenidos
Se privilegiarán los contenidos transmedia.
Escenarios económicos
Desarrollo de múltiples programas de pagos desde ofertas integrales, hasta la venta de unidades redaccionales muy precisas.
Escenario de personalización
Se potenciará la personalización y, a su vez, la ubicación del negocio. Desarrollo de boletines, podcast y contenido enfocado a necesidades emergentes por tiempos y por agenda de región, país, género, grupo, etc.

Fuente: elaboración propia.

Investigación de Comunicación de la Ciencia

La Comunicación de la Ciencia es mi segundo tema de investigación científica, el cual he desarrollado desde hace 13 años, con el ejercicio práctico como divulgadora de la ciencia en un proyecto multiplataforma que puse en práctica en prensa, radio, televisión, los cibermedios e Internet, y de manera paralela la investigación científica de este objeto de estudio del año 2013 a la fecha.

Como resultado, he publicado artículos científicos, capítulos de libros y los siguientes libros: *Sustentabilidad, educación, comunicación, medio ambiente* (2013); *Las TIC'S, en los niños de educación preescolar* (2014); *La Comunicación de la Ciencia, miradas Interdisciplinarias con responsabilidad social* (2019); *Comunicación de la Ciencia y educación* (2024); *Blog y competencias inclusivas de docencia en contextos rurales, comunicación, discapacidad visual, discapacidad auditiva, TDA y autismo* (2024); *Coordinadora de Comunicación e Incidencia Social* (2024).

La investigación científica tiene su propia complejidad. En la Comunicación de la Ciencia convergen y se interrelacionan diferentes conceptos como divulgación de la ciencia, educación no formal en ciencia, popularización de la ciencia, alfabetización científica, comunicación pública de la ciencia, democratización de la ciencia, apropiación social del conocimiento científico, acceso universal al conocimiento, vocaciones científicas...

Este es un objeto de estudio emergente. En países como México, en el que uno de los objetivos principales es la apropiación social de la ciencia en todos los grupos, sobre todo en los más vulnerables, se debe ubicar un hilo conductor de esta actividad para cumplir un gran deber social: educar a los diferentes grupos sociales, en sus diversos niveles socioeconómicos, en su diversidad ideológica, en el contexto de sus discapacidades o enfermedades, en torno a los temas más importantes del conocimiento.

En la comunicación de la ciencia no cabe la soberbia. Es de acceso y apertura totales, es el reconocimiento de en lo cual somos expertas y expertos, e ignorantes en la mayoría de los ámbitos. Hoy no se puede construir la misma comunicación de la ciencia, el mundo ha cambiado a partir del fenómeno del Covid-19: la irrupción de las mediaciones tecnológicas, la existencia de indigentes mediáticos y tecnológicos, un mundo conectado frente a uno desconectado. Aun cuando realizo actividades de divulgación de la ciencia, este es otro objeto de estudio de mi investigación científica.

Se considera al ser humano desde una perspectiva multidimensional, que trasciende los niveles académicos para reconocer tanto la profundidad del conocimiento especializado en ciertos ámbitos de la vida como la existencia de amplias zonas de ignorancia. “El conocimiento es un bien que mientras más se comparte más crece entre la sociedad, que, al fin y al cabo, es la que lo genera, la que lo consume y proyecta en el futuro” (Bravo Hidalgo y León González, 2018, p. 94).

Los orígenes de la comunicación de la ciencia se dieron con la existencia del hombre. Por ejemplo, se transmitía la información de cómo crear el fuego. Aunque en aquella época aún no se contaba con una investigación científica que explicara el resultado, se conocía cómo hacerlo.

De manera más organizada, en América Latina la comunicación de la ciencia inició con sus primeros ejercicios a mediados del siglo XX, realizados por investigadores de las ciencias exactas; y a finales del siglo XX, las escuelas y facultades de Comunicación incorporaron asignaturas relacionadas, como las de Periodismo Científico.

Hemos ido construyendo un edificio apoyado en el progreso de las ciencias, en el desarrollo de sistemas económicos y sociales que, teóricamente, generaban y aprovechaban cada vez más las riquezas y las desparramaban como una cornucopia de la abundancia, y también en sistemas políticos más perfeccionados y participativos (García Ramos, 2001, p. 87).

La comunicación de la ciencia se ubica en las dimensiones esenciales de: a) compartir conocimiento con los diversos grupos sociales, y b) compartir conocimiento con las y los pares académicos. La primera es la más importante y es la que nos interesa a las investigadoras y los investigadores de este objeto de estudio, debido a su trascendencia de incidencia social.

La comunicación de la ciencia es el puente que une los espacios distantes entre el emisor del conocimiento científico, de todas las áreas del saber, y el receptor; se vincula con el aprendizaje no institucionalizado y el uso práctico que se puede dar para la solución de problemas.

La esencia de los conceptos mencionados está construida sobre dos pilares trascendentes: la comunicación y la educación, procesos en los cuales se logran aprendizajes significativos en todas las áreas del conocimiento, desde las ciencias exactas hasta las ciencias sociales.

La comunicación de la ciencia debe ubicarse como una educación no institucionalizada, la cual a través de recursos didácticos, peda-

gógicos y comunicativos, permitirá un avance social y contribuirá a la solución de problemas, sobre todo en los grupos más vulnerables.

El modelo educativo para su ejecución es el del constructivismo, fundamentado en el aprendizaje significativo de David Ausubel (Navarro Zamora, 2024) con el proceso de: 1) base previa, 2) interacción con el nuevo conocimiento, 3) relación con el nuevo conocimiento y 4) ponerlo en práctica. Sin embargo, existen barreras que lo limitan.

Aprendizaje significativo es aquél en el que ideas expresadas simbólicamente interactúan de manera sustantiva y no arbitraria con lo que el aprendiz ya sabe. Sustantiva quiere decir no literal, que no es al pie de la letra, y no arbitraria significa que la interacción no se produce con cualquier idea previa, sino con algún conocimiento específicamente relevante ya existente en la estructura cognitiva del sujeto que aprende... El aprendizaje significativo se caracteriza por la interacción entre conocimientos previos y conocimientos nuevos, y que esa interacción es no literal y no arbitraria. En ese proceso, los nuevos conocimientos adquieren significado para el sujeto y los conocimientos previos adquieren nuevos significados o mayor estabilidad cognitiva (Moreira, 2012, p. 25).

Esta fundamentación educativa se nutre del Modelo Socio-Cultural de Lev Vygotsky (1984) integrado por tres zonas del proceso que son: a) Zona de desarrollo real, que es el conocimiento previo; b) Zona de desarrollo próximo, que es el conocimiento nuevo, y c) Zona de desarrollo potencial, que es la evaluación del conocimiento (lo aprendido).

En el modelo sociocultural, los conocimientos científicos deben integrarse con las tradiciones y el contexto cultural; es decir, incorporar los resultados del conocimiento científico a la vida, continuar empleando dicho conocimiento y a su vez compartirlo con los núcleos cercanos.

Hasta el momento, las etapas que se han ubicado en el proceso de la Comunicación de la Ciencia son las siguientes: 1. Analfabetismo sobre el tema a tratar, 2. Ubicación del problema, 3. Alfabetismo sobre el tema a tratar, 4. Relación del alfabetismo para solucionar el problema a partir del contexto cultural.

Los países de América Latina deben construir e implementar un programa a corto, mediano y largo plazo de comunicación de la ciencia a través de los distintos recursos que se tienen y ante los problemas existentes. En el siglo XXI en ningún país de la región se tiene una evaluación y un diagnóstico profundo y eficiente que permita conocer lo que se ha hecho hasta la actualidad, para ubicar las estrategias rea-

lizadas de manera correcta e incorrecta. Es necesario identificar las variables, los actores, las mediaciones, los elementos didácticos y los recursos comunicativos, entre otros.

Las dos primeras décadas del siglo XXI están suponiendo el aumento de la complejidad en cuanto a los problemas que confronta la sociedad. Cada vez se hace más necesario buscar soluciones desde perspectivas integradoras que provengan de los múltiples campos del conocimiento (Serón Torrecilla, 2019, p. 199).

El otro concepto central, además de la educación, es la comunicación, la cual, a partir de la teoría desarrollada por Manuel Martín Serrano (Navarro Zamora y De Lara Bashulto, 2011), se entiende como el intercambio de información entre dos actores o dos grupos; una persona que dirige un mensaje a un grupo o un grupo que se dirige hacia una persona, con una retroalimentación y canales abiertos. En la comunicación de la ciencia el proceso comunicativo es una transcodificación de lenguajes especializados para la transmisión de conocimientos, con el imperativo de que sea en lenguajes omnicomprendibles.

En toda forma comunicativa hay aspectos educativos y viceversa; educación y comunicación están indisolublemente ligadas... la divulgación es una disciplina que se encarga de llevar el conocimiento científico y técnico a un público no especializado, que va desde los niños hasta las personas de edad avanzada (Pacheco Muñoz, 2003, p. 56).

En México existe una política pública de requerimiento de comunicación de la ciencia para las y los investigadores, lo cual no significa que por un requerimiento existan competencias de inmediato para quien tiene este compromiso.

Se deben desarrollar en el investigador o investigadora competencias que pertenecen al área de la educación y comunicación, como las siguientes: conocimiento de los procesos comunicativos en la diversidad de grupos, desde un grupo de dos personas hasta los grandes públicos de los medios de comunicación; las estrategias analógicas y digitales y su planeación y elaboración a partir del perfil de los receptores, entre otros: sus necesidades, sus conocimientos previos, el conocimiento del modelo constructivista, de los elementos para alcanzar el aprendizaje significativo, de las bases didáctico-pedagógicas.

La comunicación de la ciencia es una forma no institucionalizada de formar en temas de relevancia científica, con los pilares fundamen-

tales de la educación y comunicación, con el desafío de reducir las diferencias entre un grupo que tiene amplias oportunidades y el resto de los mexicanos. Es urgente un programa por cada entidad federativa a corto, mediano y largo plazo, a partir de las diversas realidades y contextos geopolíticos y culturales. Y retomar evaluaciones profundas, de orden cuantitativo y cualitativo, a corto, mediano y largo plazo.

La Comunicación Pública de la Ciencia es una responsabilidad social que no excluye la realización de productos y actividades concretas orientadas a divulgar ciertos conocimientos o procesos en particular, pero debe tender a objetivos más amplios, que incluyan proyectos encaminados a conseguir una cultura científica de planeación social y prevención, los cuales contribuyan a incorporar efectivamente el conocimiento científico a la práctica cotidiana y al quehacer colectivo, llegar a la sociedad de la información y pasar a la sociedad del conocimiento.

No solo hay diversas variantes en las formas de dar a conocer el conocimiento científico al público en general, sino en las intenciones y las estrategias a partir de las cuales se realiza esta tarea, desde los grupos de científicos interesados en hacer públicos sus hallazgos y sus descubrimientos en torno de la comunicación de la ciencia hasta las grandes cadenas televisivas que descubren este nicho de mercado y construyen la audiencia para sus programas de divulgación científica, pasando por la reflexión de grupos de investigadores y académicos en torno a una propuesta concreta de profesionalizar la divulgación de la ciencia, que deriva en planteamientos teóricos y metodológicos en un espacio inherentemente multidisciplinario, en el que puedan confluir disciplinas asociadas tanto a las ciencias naturales y exactas, como de las ciencias sociales, las artes y las humanidades.

Entre las líneas de trabajo que compartimos se pueden mencionar: cómo se realiza y se promueve la comunicación pública del conocimiento científico producido en las instituciones de educación superior; la comunicación de la ciencia por los organismos gubernamentales; cuál es el estado actual de las políticas públicas y de los proyectos de apoyo a la comunicación pública de la ciencia por parte de organismos gubernamentales; la comunicación de la ciencia y las organizaciones ciudadanas, ya que la participación de la sociedad civil ha sido uno de los fenómenos característicos de este fin de siglo; cuáles son los proyectos encaminados a la apropiación del conocimiento científico por parte de los ciudadanos, y cómo se fomenta la ciudadanía participativa a través de estos proyectos; la comunicación de las ciencias desde museos y otros centros similares.

Las investigaciones científicas las he situado en torno a los siguientes objetos de estudios: el emisor del mensaje; es decir, el divulgador de la ciencia, podemos ubicar al tallerista, conferencista, ponente, trabajador de museo, periodista, investigador/investigadora, youtuber, tiktok, instituciones y empresas.

En el receptor me he concentrado en grupos por estratificación social, por nivel económico, por edades, por nivel académico, por marginación: por discapacidad, por tercera edad, por pobreza, etc., grupos por zonas urbanas y rurales diferenciadas en el país, grupos por acceso y sin acceso a Internet.

En los medios y espacios, podemos estudiar: museos de ciencia, institutos de investigación científica, centros culturales, ferias de ciencia, conciertos de rock, plazas públicas. En medios tradicionales: radio, televisión, impresos. En los nuevos medios: cibermedios y redes sociales (Facebook, X, YouTube, Instagram, TikTok), blogs, videojuegos, propuestas digitales; espacios emergentes como los cómics y ciencia, el *stand up comedy*, el arte y la ciencia; la música y la ciencia, la ciencia y el cine, entre muchos otros.

La Comunicación Pública de la Ciencia es una responsabilidad social para construir una cultura científica que contribuya a incorporar el conocimiento a la práctica cotidiana y al quehacer colectivo, alcanzar una sociedad de la información y llegar a la sociedad del conocimiento.

Los cibermerdidos y la IA, junto a la comunicación de la ciencia, son los objetos de estudio en los que continuaré con mi investigación científica para sumar a la generación de conocimiento y en pro de la incidencia social.

Referencias

- APABLAZA CAMPOS, A. y Codina, L. (2023). *ChatGPT en medios digitales: experiencias periodísticas con inteligencia artificial generativa*. Barcelona: Departament de Comunicació, Universitat Pompeu Fabra. Communication Reports 07. Doi: <https://doi.org/10.31009/cr.2023.07>
- BRAVO HIDALGO, D., y León González, J.L. (2018). Divulgación de la investigación científica en el siglo XXI. En *Universidad y Sociedad*, 10(3), pp. 88-97. <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- COMISIÓN EUROPEA (2022). The EU's Digital Services Act. Consultado el 28 de enero de 2024. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_en

- DE LARA GONZÁLEZ, A. y García Avilés, J. A. (2022). Implantación de la Inteligencia Artificial en los medios españoles: análisis de las percepciones de los profesionales. *Textual y Visual Media*, No. 15, 1-16. p. 9. Doi: doi.org/10.56418/txt.15.202.01
- GARCÍA RAMOS, A. (2001). Comunicación, ciencia, desarrollo y tercer mundo. En *Treballsde la SCB*, 51, pp. 87-105. <https://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000027/00000061.pdf>
- GRYNBAUM, M. C. y Mac, R. (27 de diciembre de 2023). The Times Sues OpenAI and Microsoft Over A.I. Use of Copyrighted Work. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/12/27/business/media/new-york-times-open-ai-microsoft-lawsuit.html>
- MANFREDI SÁNCHEZ, J. L., y Ufarte Ruiz, M, J. (2020). Inteligencia artificial y periodismo: una herramienta contra la desinformación. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, No. 124, p. 49-72. Doi: <https://doi.org/10.24241/rcai.2020.124.1.49>
- METZ, C. y Grant, N. (6 de febrero de 2023). Racing to Catch Up With ChatGPT, Google Plans Release of Its Own Chatbot. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2023/02/06/technology/google-bard-ai-chatbot.html?searchResultPosition=18>
- MOREIRA, M. A. (2012). ¿Al final, qué es el aprendizaje significativo?, En *Qurrriculum*, 25, 29-56. https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/10652/Q_25_%282012%29_02.pdf?sequence=5&i-sAllowed=y
- NAVARRO ZAMORA, L. (2024). *Comunicación de la Ciencia y Educación*. RIA y AMIC. https://www.researchgate.net/publication/385215582_Comunicacion_de_la_Ciencia_y_Educacion
- NAVARRO ZAMORA, L. (2023) Inteligencia Artificial en el Ciberperiodismo de AméricaLatina: *Estudio exploratorio de las prácticas de los cibermedios y del ciberperiodista*. *Question/Cuestión*, 75(3), 1-26. Doi: <https://doi.org/10.24215/16696581e80>
- NAVARRO ZAMORA, L. (2021). La Comunicación de la Ciencia en la pandemia por COVID-19 y sus divulgadores. *Emerging Trends in Education*, 4(7). pp. <https://revistaemerging.ujat.mx/index.php/emerging/article/view/4456>
- NAVARRO ZAMORA, L. (2018). *Miradas del Ciberperiodismo en Iberoamérica*. España: Sociedad Latina de Comunicación Social. <https://portalciencia.ull.es/documentos/6274a4c980338e-79676dc1f6>
- NAVARRO ZAMORA, L. (2012). *Elementos de Ciberperiodismo*. México: Fundación Manuel Buendía. https://www.researchgate.net/publication/335432440_Elementos_del_Ciberperiodismo
- NAVARRO ZAMORA, L. y De Lara Bashulto, F. (2011). Teoría General de la Comunicación. Recorrido histórico. *Razón y Palabra*, 74, 1-13. <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199516111030.pdf>
- NAVARRO ZAMORA, L. (2005). *Comunicación Mexicana en Internet*. México: FundaciónManuel Buendía. <https://www.researchgate>.

- net/publication/349363231_Comunicacion_Mexicana_en_Internet_Mexican_Communication_on_the_Internet
- NAVARRO ZAMORA, L. (2004). 1994-2004: Diez años del periodismo on line. Desde las primeras experiencias hasta el éxito de algunos medios y el fracaso de la mayoría*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 159-174. https://www.researchgate.net/publication/27576321_1994-2004_Diez_anos_del_periodismo_on_line_Desde_las_primeras_experiencias_hasta_el_exito_de_algunos_medios_y_el_fracaso_de_la_mayoria
- NAVARRO ZAMORA, L. (2002). *Los periódicos on line*. Ed. UASLP.
- PACHECO MUÑOZ, M. F. (2003). La divulgación de la ciencia. *Ciencias*, 71, pp. 56-64. <https://www.redalyc.org/pdf/644/64407109.pdf>
- PARRA VALCARCE, D., Edo Bolos, C., y Marcos Recio, J. C. (2020). Modelos de negocio en cibermedios de tercera generación. Tres casos de estudio de nativos digitales españoles. *Mediatika*, No. 18, p. 5-36. Doi: <https://www.eusko-ikaskuntza.eus/PDFAnlt/mediatika/18/18005036.pdf>
- PÉREZ SELJO, S., Gutiérrez Caneda, B. y López García, X. (2020). *Periodismo digital y alta tecnología: de la consolidación a los renovados desafíos*. *Index. comunicación*, 10(3), 129-151. Doi: <https://doi.org/10.33732/ixc/10/03Period>
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (2023). Monetizar. En *Diccionario de la lengua española* (edición de tricentenario). Consultado el 21 de enero de 2024. <https://dle.rae.es/monetizar>
- RIVAS DE ROCA, R. (2021). Oportunidades de la robotización en el periodismo local: el caso de 'Mittmedia'. *Index. Comunicación*, 11(2), 165-185. Doi: <https://doi.org/10.33732/ixc/11/02Oportu>
- SEGARRA SAAVEDRA, J.; Cristófol, F. J. y Martínez-Sala, A. M. (2019). Inteligencia artificial (IA) aplicada a la documentación informativa y redacción periodística deportiva. El caso de BeSoccer. *Doxa Comunicación*, 29, p. 275-286. Doi: <https://doi.org/10.31921/doxa-com.n29a14>
- SERÓN TORRECILLA, F.J. (2019). Arte, ciencia, tecnología y sociedad. Un enfoque para la enseñanza y el aprendizaje de las ciencias en un contexto artístico. *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad-CTS*, 14(40), pp. 197-224. <https://ojs.revistacts.net/index.php/CTS/article/view/99>
- STEVENS, M. (18 de marzo de 2014). 4.4 quake a wake-up call on L.A.'s faults. *Los Angeles Times*. <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2014-mar-17-la-me-0318-earthquake-los-angeles-20140318-story.html>
- TEJEDOR CALVO, Cervi, L., Pulido, C. y Pérez Tornero, J. M. (2021). Análisis de la integración de sistemas inteligentes de alertas y automatización de contenidos en cuatro cibermedios. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27(3). Doi: <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.77003>

- UFARTE, M. J, Manfredi, J. L. (2019). Algoritmos y bots aplicados al periodismo. El caso de Narrativa Inteligencia Artificial: estructura, producción y calidad informativa. *Doxa Comunicación*, 29, p. 213-233. Doi: <https://doi.org/10.31921/doxacom.n29a11>
- VAN KOTE, G. (13 de marzo de 2024). Le Monde adopts a charter on artificial intelligence. *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/en/about-us/article/2024/03/13/le-monde-adopts-a-charter-on-artificial-intelligence_6615286_115.html#:~:text=The%20group's%20titles%20do%20not,translated%20into%20English%20every%20day
- VYGOTSKY, L. (1984), Aprendizaje y desarrollo intelectual en la edad escolar. En *Escritos escogidos de Psicología*, 27/28, pp. 105-116.

Innovación tecnológica e investigación: el fenómeno del IdC

ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA

En los inicios de los dos miles, en el marco del surgimiento de la llamada *Sociedad de la Información*, en paralelo a otros investigadores, Bernard Miège (2002) analizó un fenómeno entonces en plena configuración, al cual llamó la *informacionalización de la sociedad*.

En su análisis, además de considerar a la información como un paradigma que cruzaría las actividades humanas, Miège puntualizó que, como parte de ese proceso, la tecnología de la comunicación tendría un creciente papel de “acompañante” de los cambios sociales, sociorganizacionales y culturales de los usuarios.

Ese rol de la tecnología de “estar con”, de vincularse más cercanamente con la vida cotidiana, como de hecho ha estado presente en la relación tecnología-sociedad, al cual hacía referencia el estudioso francés, en el ámbito de la comunicación se vio potenciado notablemente a partir del surgimiento de Internet.

Si bien no hay duda de que entre los “medios tradicionales” la radio ha cumplido y sigue cumpliendo aún ese importante papel, en el caso de la red, como lo muestran las estadísticas, tal asociación se ha intensificado con velocidad en los últimos años. Y más con la invención del llamado *Internet de las Cosas* (por sus siglas en inglés, IoT, *Internet of Things*), una tecnología que hará posible que los objetos se comuniquen con otros objetos, máquinas, procesos y personas, en tanto se encuentran conectados a la red), ese enlace pudiera llegar a un nivel apenas imaginado siquiera.

Antes de insertarse en la problemática del *Internet de las Cosas* (IdC), desarrollo que constituye hoy en día uno de los grandes temas para el trabajo investigativo en la línea de Innovación Tecnológica, en tanto se trata de la tecnología precursora de la red omnipresente de un futuro que ya está aquí, considero necesario reflexionar, aun con brevedad, sobre dos aspectos que reviste el estudio del tema.

Uno es el relativo a la trascendencia de la innovación tecnológica como una línea general de trabajo en la investigación en comunicación en la cual he buscado adscribirme desde mis inicios, no solo por su evidente importancia, sino también en el interés de contribuir de alguna manera al necesario distanciamiento del determinismo tecnológico y la actitud de fascinación que aún impera en la sociedad; incluso en la academia, con trabajos donde en ocasiones el abordaje carece de la profundidad y reflexión que amerita el asunto. Y es que esa postura, que hace tiempo parecía haber sido convenientemente acotada, hoy, de nuevo, encuentra refuerzo en las visiones de la tecnología como factor decisivo y cardinal para la historia y la sociedad, siendo que el desarrollo de ésta depende de una interacción entre múltiples factores.

Sobre este punto, cabe recurrir al pensamiento de otro de los estudiosos de los inicios del siglo XXI, Manuel Castells, quien escribió que “la tecnología no determina la sociedad” sino que, más bien, esta “plasma la capacidad de las sociedades para transformarse” (Castells, 1999: 33). La tecnología es así la expresión de condiciones sociales específicas.

“¡Las innovaciones ya no caen del cielo!”

Ciertamente, tal como lo hace ver la expresión de Robert Boyer (2000: 7) arriba señalada, hubo una época “no tan lejana”, en la cual “en el cielo azul de la teoría económica las nuevas tecnologías y productos caían como maná” (Boyer, 2000: 7). Pero a fines del siglo XX se hizo evidente el papel estratégico de la innovación tecnológica en la llamada “nueva economía”, un proceso que, enfatiza dicho autor, está presente en el núcleo de las sociedades contemporáneas y en los modelos productivos.

En el contexto del desarrollo del capitalismo, la innovación ha ido asumiendo de forma acelerada un lugar especial en las políticas macroeconómicas, esto con base en el imperativo de generar o renovar los productos, en paralelo a ampliar el repertorio de estos y sus variedades (Neffa, 2000).

De acuerdo con dicho autor, las aportaciones de ciertas escuelas del pensamiento económico, así como de nuevas teorías sobre el crecimiento, han mostrado que el progreso técnico es un elemento nuclear “endógeno” y no marginal, “exógeno” de la economía, tal como se consideraba hace apenas unas cuantas décadas.

Ha sido a partir de considerables esfuerzos intelectuales por comprender y explicar el complejo proceso de la innovación como hoy en día el cambio científico y tecnológico, propulsor de las revoluciones científico-técnicas, ha pasado a considerarse como “una variable explicativa central del crecimiento económico [...] Fue de tal forma como a comienzos de la década de los ochenta, el proceso de cambio científico y tecnológico se aceleró notablemente, debido al progreso de las TIC” (Neffa, 2000: 21).

Entre los impactos más evidentes de tal fenómeno, subraya el autor arriba citado, es de mencionarse la notable reducción del tiempo transcurrido para que un descubrimiento científico, “concretado en una innovación que da lugar a un producto o un servicio, se ponga en el mercado” (*Idem*). Quizás el caso más reciente que ilustra el proceso anterior sea el del *ChatGPT*, desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA) lanzado a nivel global en los inicios de 2023, y el cual en unas cuantas semanas obtuvo millones de adeptos.

Siguiendo a Neffa, entre las corrientes o escuelas teóricas que han acometido el tema que nos ocupa, vale citar aquí la marxista y la schumpeteriana. En cuanto a la primera, indispensable para comprender la trascendencia y alcances de la innovación tecnológica, es de hacer notar el énfasis del marxismo en cuanto al rol de la tecnología como factor de primer orden para el curso de la historia.

Como parte de sus análisis sobre el trabajo, el marxismo ha identificado y desentrañado las determinantes del proceso de innovación, con las relaciones de producción y las fuerzas productivas como elementos decisivos del mismo. En sus estudios sobre el proceso de innovación tecnológica, la perspectiva marxista ha subrayado la importancia de la introducción de innovaciones que ahorran trabajo. Inicialmente ese factor, en el marco de la competencia interna entablada en el orden capitalista, permite incrementar la tasa de ganancia. Sin embargo, esta tiende a decrecer en virtud de que sucesivamente, ese proceso o producto innovador se va extendiendo y generalizando, al punto de igualarse a un nivel inferior. Sumado a ello, el esquema capitalista, al aumentar la composición orgánica del capital mediante la entrada a innovaciones incorporadas a los procesos productivos y por sustituir trabajo por capital, conduce a una reducción del plusvalor, y con ello, a la caída de las tasas de ganancia, con la consecuente situación de crisis (Neffa, 2000).

Otra sería la visión de Joseph Schumpeter. Considerado autor central en el tema, este economista de mediados del siglo pasado de-

sarrolló la teoría de la “destrucción creativa” para explicar el proceso de innovación, además de concebir a ésta como el motor del desarrollo económico.

Para efectos de un abordaje inicial del IdC, es útil tomar en cuenta la propuesta del también politólogo austriaco sobre las cinco categorías de hechos económicos que generan la innovación: la introducción de un nuevo artículo o de una nueva calidad del mismo producto; la introducción de un nuevo método de producción; la apertura de un nuevo mercado, la “conquista” de una nueva fuente de suministro de materia prima o de nuevos productos semifabricados y, por último, en lo que hace ver que la propuesta schumpeteriana la innovación no sólo se remite al cambio tecnológico, la construcción de una nueva organización de cualquier industria o institución (Neffa, 2000).

El mirador de la Economía Política de la Comunicación

Llegado este punto surge el pertinente cruce del fenómeno de la innovación tecnológica con la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación (EPC), cuyo antecedente teórico es la Economía Política.

Vincent Mosco, uno de los pensadores contemporáneos más relevantes en la materia, ha definido a la EPC como “el estudio de las relaciones sociales, particularmente las relaciones de poder, que mutuamente constituyen la producción, distribución y consumo de recursos, incluidos los de comunicación” (Mosco, 2006: 59).

La EPC constituye una visión teórica la cual, aunque poco aplicada en los estudios de comunicación, resulta de suma utilidad para acometer los fenómenos de la innovación tecnológica en nuestro campo disciplinario. Propiamente data de la segunda mitad del siglo pasado, al identificar los desequilibrios del supuesto “libre flujo de la información” a nivel mundial.

Si nos asomamos a sus inicios, cabe subrayar que los primeros trabajos realizados desde este enfoque se localizaron en los Estados Unidos, mientras que en Europa destacaron investigaciones llevadas a cabo en Gran Bretaña, Francia y España, las cuales tuvieron una significativa repercusión en varios países latinoamericanos.

Las temáticas abordadas en esa primera etapa de la EPC abordaron desde el papel de los sistemas de comunicación de masas en la reproducción de las relaciones capitalistas de producción y la estructura económica de los medios de comunicación, hasta la relación

entre la producción material y la producción simbólica, pasando por el análisis sobre la industria cultural y los análisis históricos de la evolución del capitalismo.

Constituida como una perspectiva teórica que se apoya en la economía, la ciencia política, el derecho y, por supuesto, la comunicación, a partir de tales raíces esta vertiente ha buscado explicar los fenómenos comunicacionales con base en la creciente integración del capital a los procesos de producción simbólica, es decir cultural, así como las estructuras de concentración, las políticas de comunicación, la regulación y diversos aspectos económicos del funcionamiento de los medios de comunicación (en este rubro podrían citarse varios notables trabajos de investigadores latinoamericanos). Los aportes sobre estos temas han sido apreciables en tanto se han ofrecido análisis de fondo, es decir, de las estructuras, con visiones multidimensionales y contextualizados históricamente.

Hoy en día, ante la complejidad de los fenómenos actuales, la EPC se ha empeñado en reforzar sus postulados teóricos y extender su mirada hacia terrenos de la comunicación más amplios, con visiones interdisciplinarias. Todo ello constituye un compromiso epistemológico de la EPC.

Parte importante de la respuesta a ese compromiso puede encontrarse en la propuesta de Vincent Mosco (2006) sobre la transposición de los cuatro pilares de la Economía Política a la investigación desde tal mirador. Esos cuatro ejes son los siguientes: la historia, la totalidad social, la filosofía moral y la praxis.

Si la primera es indispensable para comprender los cambios en la sociedad, entre ellos la innovación y el desarrollo de la tecnología de la comunicación, la segunda permite ubicar el objeto de estudio en los contextos económico, político, social y cultural. No menos importante es el papel de la filosofía moral, en tanto se trata de los valores que influyen u orientan el comportamiento social en un momento histórico determinado, mientras que la praxis consiste en el compromiso entre la tarea de la investigación con la transformación social.

Como es posible apreciar a partir de lo aquí sucintamente expuesto, los beneficios para el conocimiento científico de la aplicación de la perspectiva de la EPC a los fenómenos comunicacionales contemporáneos son múltiples, ya que conducen a la identificación de los factores de fondo de aquellos, a la profundidad en el análisis de las problemáticas y con ello, a la posibilidad de la intervención social y de la transformación en las mismas.

“Revolución 4.0”: ¿qué revolución?

Los impulsores del cambio que se esboza ya en el panorama (entre quienes se encuentran empresarios, directivos de empresas tecnológicas, ejecutivos financieros y analistas de diversos campos) han reforzado la faceta conceptual de esa narrativa al situar a la transformación que viene en una secuencia histórica, como la sucesora de las “revoluciones industriales” precedentes.

Así, el siguiente punto del itinerario corresponde a la denominada *Revolución 4.0*. Quizás su rasgo más característico sea su tendencia a la automatización, aunque también es identificada por la disponibilidad de un Internet más ubicuo y móvil, como también en aras del desarrollo de la Inteligencia Artificial (IA) y el aprendizaje de máquina (*machine learning*).

De acuerdo con Klaus Schwab, ideólogo de cabecera sobre el tema con influencia en los sectores arriba señalados, la revolución agrícola fue el “primer cambio profundo en nuestra manera de vivir”. Esa revolución, ocurrida hace diez mil años, “combinó los esfuerzos de los animales con los de los seres humanos con vistas a la producción, el transporte y la comunicación” (Schwab, 2016: 19).

Ese cambio primigenio, señala el fundador del Foro Económico Mundial fue seguido de una serie de revoluciones industriales, que comenzaron en la segunda mitad del siglo XX, para establecer “la transición de la energía muscular a la mecánica y evolucionaron hasta lo que conocemos hoy: un poder cognitivo que aumenta la producción humana” (Schwab, 2016: 20).

Tal visión simplificadora, que plantea y reduce a los procesos de transición fundamentalmente a partir del desarrollo de la tecnología, cuando en realidad se trata de grandes transformaciones económicas, sociales, políticas y culturales, se refleja en otros estudiosos que han abordado el tema, pero sobre todo en el relato construido para el gran público y el cual, de forma similar al difundido en los inicios de los dos miles a propósito de la *Sociedad de la Información*, presenta los procesos de cambio reducidos a la esfera de las innovaciones tecnológicas.

Sin embargo, existen trabajos que, aun cuando otorgan prioridad al desarrollo del sector industrial, por lo menos registran que el impacto de las “revoluciones industriales” alcanza también el ámbito de la economía, la vida social y cultural de un determinado momento.

Ése es el caso, por ejemplo, de L. Joyanes (2018), conocido en el ámbito iberoamericano por sus trabajos sobre el asunto y para quien

la Primera Revolución Industrial (que fecha entre 1760 y 1830) marcó el paso de la producción manual a la mecanizada. Con la construcción del ferrocarril y la invención de la máquina de vapor como desarrollos emblemáticos, dicha etapa “posiblemente supuso el mayor cambio socioeconómico, tecnológico y cultural en la historia de la humanidad desde el neolítico” (Joyanes, 2018: 5).

Comúnmente, es reconocido que la “Segunda Revolución Industrial” tuvo lugar entre finales del siglo XIX y principios del XX, con la generación de electricidad y la cadena de montaje como las principales invenciones. Fue ese un periodo que contó con múltiples innovaciones tecnológicas, científicas, sociales y económicas. Entre las más llamativas para la sociedad destacaron el motor de combustión, el teléfono, el avión, el automóvil, el cinematógrafo y la radio. Todos estos desarrollos surgieron en el contexto de la consolidación del capitalismo como sistema económico, en paralelo al protagonismo del movimiento obrero (Joyanes, 2018).

En lo que respecta a la etapa entendida como la “Tercera Revolución Industrial” existen varias conceptualizaciones y definiciones. Para algunas indagaciones aquella se inició en 1960, bajo el impulso del desarrollo de los semiconductores, de la informática y desde luego, de Internet (Schwab, 2016).

Otros investigadores del tema caracterizan a dicho lapso, en lo referente a desarrollo tecnológico, como uno en el cual la automatización y la informática tuvieron una notable evolución, con el Internet encabezando el proceso.

Sin embargo, desde la visión de este trabajo se consideran pertinentes las investigaciones sobre esta etapa de estudiosos que han aplicado un enfoque holístico para comprender el fenómeno como lo es el de la Economía Política de la Comunicación. En el ámbito iberoamericano, entre tales investigadores destacan Manuel Castells y Bernard Miége.

El concepto acuñado por el teórico español para denominar a la transformación incubada desde mediados del siglo XX, de la cual surgiría la red de redes, y que denominó como la *Revolución de la Tecnología de la Información*, si bien no puede plantearse como equivalente a la llamada *Tercera Revolución Industrial*, coincide con este concepto en la importancia que ambas nociones conceden al surgimiento en los años setenta de un nuevo paradigma, el de la Tecnología de la Información (TI), como factor nuclear para la estructura social que comenzaría a configurarse en los países más avanzados, con Estados Unidos en primer término.

Con mayor profundidad de la conferida al fenómeno en cuestión por las visiones mayormente difundidas sobre las características y alcances de la *Tercera Revolución Industrial*, Castells analizó en su texto clásico de 1999, la forma en la que el nuevo referente tecnológico, “en interacción con la economía global y la geopolítica mundial [...] materializó un modo nuevo de producir, comunicar, gestionar y vivir” (Castells, 1999: 61).

En cuanto al ya referido B. Miége, desde una línea de pensamiento coincidente en varios aspectos con Castells, en tanto se trata de la Economía Política de la Comunicación, más que una *Tercera Revolución Industrial*, la transformación que emergió en medio de la confluencia del fin de un siglo y el inicio de otro se denomina como *Revolución Informacional*, en tanto las actividades industriales y las propiamente informacionales comenzaron a articularse estrechamente, involucrando dos procesos de magnitud: la industrialización de la cultura y la informacionalización de la sociedad, proceso antes mencionado aquí.

En esta parte de la reflexión que aquí se presenta es necesario referir, aunque sintéticamente, algunos momentos importantes de la historia de la innovación y el desarrollo de la tecnología, en cuyas páginas más recientes se inscribe la invención del IdC.

Para diversos estudiosos el punto más alto de la innovación en tecnología de la información y de la comunicación en el siglo XX, por constituir el detonante de una revolución tecnológica de singular trascendencia, se remonta a la etapa en la cual surgieron las primeras computadoras: Colossus, creada por el gran matemático inglés Alan Turing en 1944, y la ENIAC, construida por General Electric en 1947 (Lahoz-Beltrá, 2009)

Como se sabe, el desarrollo de la electrónica fue crucial para el surgimiento de las inicialmente llamadas “nuevas tecnologías”. Como bien explica el ya citado Castells (1999), aun cuando existen antecedentes científicos e industriales de TIC basados en la electrónica generados incluso a fines del siglo XX, sería durante la Segunda Guerra Mundial y los años posteriores cuando surgieron los principales avances tecnológicos en la electrónica (las primeras computadoras programables y el transistor, “verdadero núcleo de la Revolución de la Tecnología de la Información” (1999: 67), ya que dio paso a la microelectrónica, un campo que diez años después lanzaría el circuito integrado y en 1971 diese el salto fundamental con la invención del microprocesador, es decir, una microcomputadora funcionando en un chip. Con ello, el poder de

procesar información podía instalarse en todas partes. Tal es, sin duda, un claro y remoto antecedente del IdC.

Fue a partir del proceso anterior, del cual surgió toda una constelación de innovaciones tecnológicas que resultaría extenso referir aquí, como a fines del siglo pasado se comenzó a vivir lo que el investigador español nombró “un intervalo de la historia”.

Ahora bien, ese gran salto tecnológico no se produjo en el vacío. Es fundamental tener presente una vez más que la innovación tecnológica refleja condiciones económicas, industriales, sociales, culturales, científicas y, por supuesto, políticas. Para las investigaciones adscritas al campo de la comunicación este hecho no puede perderse de vista en el compromiso de ofrecer análisis de fondo de los complejos fenómenos contemporáneos.

Resulta crucial considerar que lo hicieron ver varios autores desde hace tiempo, pero al parecer frecuentemente se olvida. Desde los inicios de esa revolución tecnológica, a partir de los años ochenta esta resultó funcional para llevar a cabo “un proceso fundamental de restructuración del sistema capitalista”, en tanto “en el proceso, esa revolución tecnológica fue remodelada en su desarrollo y manifestaciones por la lógica del capitalismo avanzado, sin que pudiera reducirse a la simple expresión de tales intereses” (Castells, 1999: 39).

En la mitad de la tercera década del siglo XXI, *Revolución 4.0* es el concepto que anuncia para el gran público, como si fuese un mero advenimiento, el “arribo” de un importante cambio, esta vez protagonizado por las tecnologías “inteligentes” y en torno al cual se está construyendo y difundiendo una conveniente narrativa que apunta a la llegada (ahora sí) del progreso, en tanto el cambio que se avecina radica en los sistemas de producción.

Vale puntualizar que, en el campo académico, una denominación mayormente aceptada para ese proceso es el de *Cuarta Revolución Industrial*. Dicho término ha sido asumido y ampliamente difundido por Klaus Schwab, antes aquí citado. En 2013, en Alemania se presentó la iniciativa *Industria 4.0*, proyecto oficial del gobierno de ese país, con el apoyo del sector industrial, para el impulso a la digitalización de sistemas y procesos industriales, interconectados mediante el IdC para conseguir una mayor flexibilidad e individualización de los procesos productivos. Esto es, avanzar al desarrollo de “la fábrica inteligente” (Joyanes, 2018).

Conviene subrayar que la anunciada transformación se basa en avances de otros campos disciplinarios, “que van desde la secuenciación

ción genética hasta la nanotecnología y de las energías renovables a la computación cuántica”. Se trata pues de una fusión de tecnologías generadas en tales ámbitos científicos, con una interacción mediante “dominios físicos, digitales y biológicos”, característica “que hace que la Cuarta Revolución Industrial sea fundamentalmente diferente a las anteriores” (Schawb, 2016: 21).

Mediante las “tecnologías inteligentes”, la revolución en despliegue actualmente se apoya centralmente en la digitalización, así como en la confluencia de avances tecnológicos en varios campos como los de la IA, la robótica, el Internet de las Cosas, los vehículos autónomos, la impresión 3D y la ciencia de materiales, entre otros desarrollos estratégicos.

Vale hacer notar el frecuente hecho de que, inmersos en la fascinación tecnológica ante éstos y otros desarrollos, los promotores de la incipiente revolución son presa fácil del tecnodeterminismo. Como señala Neffa, el renovado interés por la innovación por parte de múltiples analistas está marcado por “la sorprendente vuelta de un fuerte determinismo tecnológico” (Neffa, 2000: 10), ahora aplicable a las tecnologías digitales, consideradas el motor de la historia.

Si bien el macrorelato de la *Revolución 4.0* no ignora la compleja situación actual del mundo —en la cual campean las desigualdades sociales y los conflictos bélicos, con las consecuencias del cambio climático y otros complejos problemas que agobian a la sociedad contemporánea—, tal narrativa plantea la resolución de los mismos como accesible mediante “soluciones técnicas”, vía la intercesión de las capacidades de la tecnología. La desigualdad social es vista solamente como “un desafío sistémico”, por lo cual para avanzar en el tema es necesario “encontrar maneras de equilibrar los beneficios y riesgos de las plataformas digitales” (Schawb, 2016: 26) mientras se garantiza la apertura y las oportunidades para la innovación colaborativa.

Desde la importancia de comprender los orígenes y desarrollo de esa revolución en su vínculo con el capitalismo avanzado, es de subrayar que, más allá de las visiones tecno-optimistas existen los problemas estructurales. Estos han persistido durante las últimas décadas y se encuentran aparejados con las sucesivas crisis del capitalismo, como también con su necesidad de renovar y ampliar la acumulación de capital y con ello salir adelante una vez más.

De la “crisis inmobiliaria” en el 2008-2009, con epicentro en Estados Unidos y la cual empujó al Estado norteamericano al rescate del sistema bancario de ese país, hasta el “lunes negro” de agosto del 2024, que conllevó un serio desplome bursátil, pasando por la con-

flictiva situación económica mundial ocasionada por la pandemia del COVID-19 entre 2020 y 2023, los colapsos capitalistas han causado una mayor desigualdad en el mundo, en especial en determinadas regiones y países.

Y es que, como ha puntualizado William I. Robinson, en los tiempos que corren “el capitalismo global está al borde de otra ronda de reestructuración y transformación, basada en una más avanzada digitalización de la economía global y de la sociedad en su conjunto y con la aplicación de las tecnologías de la *Cuarta Revolución Industrial* como recurso estratégico.

En efecto, de acuerdo con Robinson, el desafío social y las condiciones económicas que conllevó la pandemia han acelerado ese proceso restructurador del modelo económico prevaleciente, al impulsar durante el periodo pandémico a un nuevo bloque de capital transnacional, encabezado por los complejos financiero y militar-industrial, a concentrar un mayor poder. “Mientras esta reestructuración procede”, advierte Robinson, las gigantes compañías tecnológicas “intensificarán la concentración de capital a lo largo del mundo, empeorando la inequidad social” (Robinson, 2020: 1).

Contundente, el autor arriba citado detalla en los términos siguientes el rol que cumplen las tecnologías digitales del siglo XXI, lideradas por la IA, en la reconfiguración capitalista: “El paradigma emergente del capitalismo post-pandémico está basado en la digitalización y aplicaciones de la tan mencionada Cuarta Revolución Industrial. Esta nueva ola de desarrollo tecnológico ha sido posible por las más avanzadas tecnologías de la información” (Robinson, 2020: 2).

A partir de lo anterior es claro que el Internet de las Cosas, con todo y lo atractivo de muchas de sus novedosas funciones, habrá de constituirse en un dispositivo económico de primer orden, enfoque desde el cual es indispensable realizar un análisis crítico sobre su funcionamiento.

Internet de las Cosas: ¿el “negocio del siglo”?

Punta de lanza de las innovaciones tecnológicas digitales de un futuro que ya llegó, el Internet de las Cosas (por sus siglas en inglés *Internet of Things, IoT*), además de que habrá de convertirse en el portador de la conexión permanente y ubicua, como parte de la siguiente etapa de evolución de Internet, se asoma desde ahora como un dispositivo con altas potencialidades comerciales.

Técnicamente, el Internet de las Cosas se entiende como “una red de objetos físicos que se conectan a Internet usando diversas tecnologías, y que tienen capacidades de conexión e interacción con el entorno, capacidades que le permiten tomar decisiones y comunicarse con el mundo” (López i Seuba, 2019: 21).

La definición ofrecida por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) es interesante y visionaria, al caracterizar a este sistema como “una estructura global para la Sociedad de la Información, permitiendo servicios avanzados mediante la interconexión (física y virtual) de cosas, basada en tecnologías de información y comunicación interoperables, existentes y en evolución” (UIT, 2012: 2).

Desde el ángulo de análisis de la Economía Política de la Comunicación, Vincent Mosco ha identificado la importancia de dicho dispositivo como parte de un potente sistema tecnológico, que denomina *Post-Internet*, es decir, la siguiente etapa de la red de redes y que consistirá en una infraestructura global de grandes dimensiones y suministradora de múltiples tipos de servicios. Parte integrante de ese nuevo complejo, en conjunción con la Cloud Computing y el Big Data y con una creciente vinculación con la IA, el Internet de las Cosas, apoyado en sensores instalados en redes de todo tipo de objetos constituye un artefacto para la extracción de datos, los cuales después de su recopilación, son almacenados en “la nube” y analizados y procesados con algoritmos.

El Internet de las Cosas constituye pues un sistema surgido en el marco de la más reciente de las crisis del capitalismo como una de las salidas posibles. En la explicación de Nick Srnicek, “con una prolongada caída de la manufactura, el capitalismo se volcó hacia los datos, como modo de mantener el crecimiento económico y la vitalidad” (Srnicek, 2018: 13).

Ahora bien, en lo relativo al valor de los datos es útil la investigación realizada por Shoshana Zuboff sobre la datificación, un proceso estratégico para la acumulación de capital en los momentos actuales. Esto, debido a que luego de su recopilación, los datos son transformados en una mercancía de alto valor, dado su carácter predictivo, en los mercados de la economía digital.

Es con base en el análisis de los patrones de búsqueda de los requerimientos de todo tipo de los cibernautas, ya sea de información, actividades de navegación, preferencias, compras en línea, publicidad visualizada o del tiempo que invierten en determinados contenidos o sitios web, entre tantas otras variables, como se construye una diversidad

perfiles de usuario. Estos resultan de suma utilidad por ejemplo para el marketing digital, al presentarse segmentados a detalle y, por tanto, de eficaz aplicación. Se trata, pues, de una mercancía de alta cotización.

Bien puede decirse a partir de lo anterior y aplicando un concepto del citado V. Mosco, que el Internet de las Cosas lleva a cabo una tarea primordial para el proceso de mercantilización, inherente al capitalismo.

Sin embargo, la estratégica tarea como “el aparato de la datificación” (Zuboff *dixit*) que desde su etapa temprana de incorporación ya ha asumido el Internet de las Cosas, podría convertirse en lo que dicha investigadora no duda en calificar como la amenaza más seria hasta ahora para la privacidad de los usuarios en la red, no sólo en cuanto a la extracción de información sobre sus comportamientos, sino también en lo relacionado con la fase siguiente del proceso mediante el cual los datos son convertidos en mercancía, que apunta a lo que llama la “modificación conductual” de las acciones de los cibernautas en su tránsito a través de la red de redes.

Es claro que, en tanto la datificación se consolida como un procedimiento nuclear para la economía digital del siglo XXI, el sistema encargado de la tarea prioritaria e inicial, la de extraer los datos para su transformación en valor, es decir, el Internet de las Cosas, se ha convertido en un elemento crucial como parte de los recursos a los que recurre el orden económico para sortear una crisis más y prolongar su dominio en el panorama mundial.

Por lo anterior es previsible que en los tiempos que vienen, como han anticipado los desarrolladores de tecnologías digitales, dicho sistema se consolide como parte de un modelo de negocio de alta rentabilidad.

Como se aprecia en lo expuesto en este trabajo, la problemática del *Internet of Things* representa una importante veta para la investigación de la comunicación en general (dado que es susceptible de diversos abordajes teóricos y metodológicos) y desde la perspectiva de la Economía Política de la Comunicación en particular, en aras de la pertinencia de este enfoque para acometer fenómenos complejos y multidimensionales. La visión de alcance de la EPC puede ser muy valiosa para desentrañar las serias implicaciones conllevadas por el funcionamiento de innovaciones tecnológicas tan novedosas y cautivadoras al tiempo que implacablemente intrusivas, tal cual lo es el Internet de las Cosas.

Bibliografía

- BOYER, Robert (2000), “Las instituciones que favorecen la innovación” (Prólogo), en Neffa, J. L. (2000) *Las innovaciones científicas y tecnológicas. Una introducción a la economía política*, Argentina, Lumen-Humanitas, pp. 7-15.
- CASTELLS, Manuel (1999), *La era de la Sociedad de la Información*, México, Siglo XXI.
- JOYANES, Luis (2017). *Industria 4.0. La cuarta revolución industrial*, México, Alfa-Omega.
- LAHOZ-BELTRÁ, Rafael (2009), *Turing. Del primer ordenador a la IA*, Nivola, España.
- LÓPEZ I SEUBA, Manuel (2019) *Internet de las cosas. La transformación digital de la sociedad*, Madrid, Editorial Ra-Ma.
- MIÉGE, Bernard (2002), La Société de l’Information: Toujours Aussi Inconcevable, en *Révue Européenne des Sciences Sociales*, No. 123, Tomo XL, París, pp. 41-54.
- NEFFA, Julio César (2000), *Las innovaciones científicas y tecnológicas. Una introducción a la economía política*, Argentina, Lumen-Humanitas.
- ROBINSON, William (2020), *Global capitalism post-pandemic, Race&Class*, SAGE, London.
- SCHWAB, Klaus (2016), *La Cuarta Revolución Industrial*, México, Ed. Debate.
- SRNICEK, Nick (2018), *Capitalismo de plataformas*, Buenos Aires, Caja Negra.

Acerca de los autores

Raúl Fuentes Navarro

Investigador Nacional Emérito del Sistema Nacional de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación. Integrante del Comité Científico de AMIC.

raul@iteso.mx

Raúl Trejo Delarbre

Investigador Nacional Emérito del Sistema Nacional de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación. Investigador de la UNAM y ex Presidente de AMIC 1985-1987.

trejoraul@gmail.com

Enrique E. Sánchez Ruiz

Investigador Nacional Nivel 3 del Sistema Nacional de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación. Investigador de la Universidad de Guadalajara, Integrante del Comité Científico y ex Presidente de AMIC 1987-1989.

enrique.sruiz@academicos.udg.mx

Inés Cornejo Portugal

Investigadora Nacional Nivel 3 del Sistema Nacional de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación. Investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana e Integrante del Comité Científico de AMIC.

icportugal@hotmail.com

José Carlos Lozano Rendón

Investigador Nacional Nivel 3 del Sistema Nacional de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación. Investigador Adjunto de la Universidad Autónoma de Nuevo León e Integrante del Comité Científico de AMIC.

jclozano16@gmail.com

Javier Esteinou Madrid

Investigador Nacional Emérito del Sistema Nacional de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación. Investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana y Fundador AMIC.

jesteinou@gmail.com

Lizy Navarro Zamora

Investigadora Nacional Nivel 2 del Sistema Nacional de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación. Investigadora de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí y Presidenta Actual de AMIC.

lizy@uaslp.mx

Alma Rosa Alva de la Selva.

Investigadora Nacional Nivel 2 del Sistema Nacional de Investigadores de la Secretaría de Ciencia, Humanidades, Tecnología e Innovación. Investigadora de la UNAM y ex Presidenta de AMIC 1993-1995

ar.alva@politicas.unam.mx

Innovaciones y fundamentos de la comunicación
se terminó de imprimir en septiembre de 2025
en San Luis Potosí, SLP, México,
y una versión electrónica para su libre descarga.

Este libro colectivo, impulsado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), reúne a reconocidos académicos y académicas de trayectoria indiscutible en la investigación científica, quienes, desde distintas perspectivas, exploran los dilemas, tensiones y horizontes de la investigación en la comunicación. Las y los lectores encontrarán en estas páginas no sólo diagnósticos, sino también propuestas e innovaciones para el futuro.

A partir de la experiencia de ellos y ellas, este conjunto de aportes es una brújula, y permite advertir la vitalidad de la investigación en la comunicación en México y su permanente contribución para la enseñanza y la extensión en América Latina. Desde los dilemas de los medios públicos hasta la economía política, desde los flujos audiovisuales hasta la innovación tecnológica, desde la institucionalización académica hasta la vocación pública de los investigadores, se configura un mosaico plural que refleja la riqueza y la complejidad del campo.