



Razón y Palabra

Primera revista digital en América  
Latina especializada en tópicos de Comunicación  
ISSN 1605-4806

## DESTELLOS DE LA COMUNICACIÓN. LA DISEMINACIÓN DE CONOCIMIENTO A TRAVÉS DE LAS PUBLICACIONES ACADÉMICAS

**Karla Margarita Ramírez y Ramírez**

[karla.margarita.ramirez@umontreal.ca](mailto:karla.margarita.ramirez@umontreal.ca)

[rana\\_39@hotmail.com](mailto:rana_39@hotmail.com)

**Centro de investigación Cultura popular, conocimiento y crítica  
Universidad de Montreal**

### INTRODUCCIÓN

Desde los estudios pioneros sobre la comunicación científica realizados en los años treinta por Robert K. Merton se observó cómo la creación de mecanismos de intercambio entre científicos se encuentra relacionadas con la estructura y el desarrollo de un campo científico<sup>1</sup>.

De acuerdo con esta observación, el análisis de estos mecanismos (ya sean *formales* como las revistas especializadas o los congresos científicos, o *informales* como el uso del correo postal o electrónico y las redes de colaboración) es un aspecto central para la comprensión de la organización social de la ciencia. De ahí que Paisley ha señalado cuatro funciones básicas de la comunicación de la ciencia: la *revelación* de descubrimientos ante la comunidad científica. Una segunda función es la *estimulación* producida por las ideas nuevas que desplazan a las viejas (...) Una tercera es la *retroalimentación* a los científicos acerca de la aceptación y crítica de su trabajo (...) Una cuarta función de la comunicación en la ciencia es *recompensar* a los científicos mediante el reconocimiento de sus pares (...) Cuando fallan las funciones comunicativas, la ciencia se tambalea. La conclusión de este silogismo fue establecida por James Watson en una entrevista con la BBC: la comunicación es la esencia de la ciencia (Paisley, 1984: 27 - 28).

Con base en lo anterior dentro del estudio “Destellos de la Comunicación” se efectuó un análisis sobre la diseminación del conocimiento científico a través de las publicaciones académicas *Comunicación y Sociedad* del Departamento de

---

<sup>1</sup> Para definir el campo científico seguimos la propuesta del sociólogo francés Pierre Bourdieu, para quien, “En cuanto sistema de relaciones objetivas entre posiciones adquiridas (en luchas anteriores), es el lugar, el espacio de juego de una lucha competitiva. Lo que está en juego específicamente en esa lucha es el monopolio de la autoridad científica definida, de manera inseparable, como capacidad técnica y poder social; o, si quisiéramos, el monopolio de la competencia científica, entendida en tanto capacidad de hablar y de actuar legítimamente (es decir, de manera autorizada y con autoridad), que es socialmente otorgada a un agente determinado (Bourdieu; 1976: 1).

Estudios de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* del Programa Cultura de la Universidad de Colima y *Versión, estudios de comunicación y política* del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco. Específicamente fueron estudiados cuantitativamente los artículos publicados en ellas por investigadores adscritos a las instituciones editoras. Con el objetivo de conocer, a nivel descriptivo, cómo es que en estas publicaciones se reproducen rasgos del campo académico<sup>2</sup> de la investigación de la comunicación en México. Para ello fueron sistematizados todos los números de cada revista, desde su origen y hasta el año 2000. Se trató de un estudio bibliométrico – comparativo que encontró su principal apoyo en algunos postulados teóricos provenientes de la sociología de la ciencia<sup>3</sup>, de la propia teoría de la comunicación, y de técnicas como la bibliometría<sup>4</sup>.

## **1. ANTECEDENTES**

### **1.1 ESTUDIOS SOCIALES DE LA CIENCIAS Y SU COMBINACIÓN CON LOS ESTUDIOS MÉTRICOS DE LA INFORMACIÓN**

El conocimiento científico es considerado un producto social, como lo han mostrado los estudios sociales de la ciencia. Producto dependiente de la interacción humana, de una “comunidad científica” (Kuhn, 1971) donde la comunicación es el vehículo que lo crea y recrea. “El conocimiento científico, como el lenguaje, es intrínsecamente la propiedad común de un grupo o no es nada. Para comprenderlo debemos conocer las características especiales de los grupos que lo crean y lo usan” (Kuhn, 1971: 209 – 210).

Por ello la creación de publicaciones especializadas se encuentra relacionada con la estructura y el desarrollo de un campo científico, las cuales han sido identificadas por los estudios sociales de la ciencia como los indicadores más obvios de lo que constituye su contenido, las fronteras, así como los retos de un

---

<sup>2</sup> Para definir el campo académico seguimos la propuesta del sociólogo francés Pierre Bourdieu quien desde su teoría de los campos lo visualiza como un territorio constituido por individuos que compiten entre sí, bajo ciertos parámetros por un fin concreto: la autoridad científica, política, económica, etc. “El campo universitario es, como cualquier otro campo, un espacio de lucha por la determinación de las condiciones y los criterios de la membresía y la jerarquía legítimas, esto es, por determinar cuáles propiedades serán pertinentes, efectivas y susceptibles de operar como capital que genere los beneficios específicos ofrecidos por el campo. Los diferentes conjuntos de individuos (más o menos constituidos en grupos) que se definen por esos criterios diversos, tienen un interés absoluto en ellos. Al profesar esos criterios, al tratar de hacerlos reconocer, al intentar imponerlos como propiedades legítimas, como capital específico, ellos están trabajando para modificar las leyes de formación de los precios, características del mercado universitario, y por tanto para mejorar sus beneficios potenciales (Bourdieu, 1988, citado en Fuentes, 1998:67).

<sup>3</sup> Disciplina que concibe al conocimiento científico como producto social, destacando en ello el peso de la “comunidad científica” (Kuhn, 1971), así como la definición de campo científico hecha por el sociólogo francés Pierre Bourdieu.

<sup>4</sup> La bibliometría fue definida por su creador como “la aplicación de matemáticas y métodos estadísticos a libros y otros medios de comunicación, para arrojar luz sobre los procesos de la comunicación escrita y de la naturaleza y el curso de desarrollo de una disciplina mediante el recuento y análisis de las diferentes facetas de esta comunicación (Pritchard, 1969).

campo. De ahí que su análisis ha sido considerado como un aspecto central para la comprensión de la organización social de la ciencia<sup>5</sup>.

Con este objetivo, los estudios sociales de la ciencia han establecido alianzas con los estudios métricos de la información para analizar cuantitativamente la comunicación científica y las redes de intercambio de información científica entre especialistas; para medir el crecimiento del conocimiento; la producción de los investigadores; las relaciones entre áreas de investigación y disciplinas y para trazar el impacto de una idea. Todo ello a partir del análisis matemático y estadístico de las publicaciones, las conferencias publicadas, así como de otros canales informales de intercambio, como son las discusiones, el correo electrónico, las conversaciones, etc.

Dentro de esta vertiente Derek J. de Solla Price, historiador de la ciencia y profesor en Yale, fue el primero en mostrar cómo la investigación de la comunicación científica puede ser cuantificada en su obra *Little Science, Big Science* (1963), donde analiza estadísticamente la forma y el tamaño de la ciencia con la pretensión de conocer las reglas que gobiernan el crecimiento y el comportamiento de la ciencia como un todo. Price estudió a la ciencia como una entidad medible, calculando así la fuerza de trabajo implícita en ella, a partir de lo cual formuló una ley estadística que muestra cómo el crecimiento de la ciencia es exponencial. Como consecuencia de este crecimiento, Price habló de la "contemporaneidad" de la ciencia y retomando el concepto de "Colegios Invisibles"<sup>6</sup>, al analizar las "redes de citas" y la co-citación desarrolló una nueva manera de estudiar la ciencia. Años más tarde, Diane Crane, alumna de Price, desarrolló un estudio sobre la difusión del conocimiento en comunidades científicas titulado *Invisible Colleges* (1972), donde analizando cuantitativamente las redes de intercambio de información científica entre los especialistas de un tema concreto: la sociología rural, llegó a un modelo de "colegio invisible" que suponía una estrecha relación entre los científicos de la red y su productividad.

Posteriormente los estudios métricos de la información comienzan a ser aplicados a la comunicación académica, como lo dio a conocer el *Communication*

---

<sup>5</sup> Más allá de apoyarnos en un concepto de ciencia, en el presente trabajo la mirada se posa sobre las prácticas científicas, ya que como han señalado los filósofos y sociólogos la ciencia se encuentra definida por las prácticas llevadas a cabo por una comunidad científica determinada, la cual delimita el campo de problemas a resolver, los métodos y las teorías que pueden ser consideradas como científicas. De ahí que, "La ciencia jamás tuvo otro fundamento que el de la creencia colectiva en sus fundamentos, que el propio funcionamiento del campo científico produce y supone. La misma orquestación objetiva de los esquemas prácticos inculcados por la enseñanza explícita y por la familiarización – fundamento del consenso de lo que está en juego en el campo, esto es, de los problemas, de los métodos y de las soluciones inmediatamente percibidos como científicos – encuentra su fundamento en el conjunto de mecanismos institucionales que aseguran la selección social y escolar de los investigadores (en función, por ejemplo, de la jerarquía establecida de las disciplinas), la formación de los agentes seleccionados, el control del acceso a los instrumentos de investigación y de publicación, etc. (Bourdieu, 1976:21).

<sup>6</sup> Término introducido en el siglo XVII por Robert Boyle: pequeños grupos de científicos muy productivos que establecen medios informales (correspondencia, encuentros, conferencias) de contacto y de apoyo mutuo con el propósito de ganar prestigio y prioridad dentro del campo (Fuentes, 1998:235)

*Research Journal*, que publicó un volumen dedicado a la *Bibliometría y la comunicación académica* (Vol. 16, Núm. 5, de 1989), en el cual su editora comenta que,

En años recientes ha resurgido el interés tanto por la comunicación académica (scholarly communication) como área de investigación, como por la aplicación de la bibliometría como método de investigación (...) Por comunicación académica entendemos el estudio de cómo los académicos en cualquier campo usan y diseminan información a través de canales formales e informales, mientras que la bibliometría es la aplicación de métodos matemáticos y estadísticos a libros y a otros medios de comunicación. Proponemos una matriz para la intersección de estos tópicos de variables estudiadas (productores, artefactos y conceptos de comunicación), por preguntas de investigación abordadas (caracterización de comunidades académicas, evolución de comunidades académicas, evaluación de contribuciones académicas, difusión de ideas)" (Borgman, 1989:583).

En este caso se intenta suplir carencias, ya que el estudio de la comunicación académica dentro del propio campo de la comunicación es reducido en comparación con campos tan antiguos como el de Física, Química, Biología, etc. Para William Paisley esto se debe principalmente a que campos jóvenes como el de la comunicación no invierten sus energías en investigarse a sí mismos, lo cual es el primer estado en la producción del conocimiento, diseminación y utilización del proceso. De ahí que Borgman sugiera seguir las estrategias que campos más antiguos aplican para manejar y evaluar su desarrollo, estrategias que "forman parte de "la auto – conciencia disciplinaria" que caracteriza a cualquier campo maduro" (Borgman, 1989: 585).

Independientemente la escasez de estudios de la comunicación académica dentro del área<sup>7</sup>, cabe decir que gracias a la aplicación de los estudios

---

<sup>7</sup> Sólo fueron localizadas nueve publicaciones, artículos y libros, en las cuales son analizadas las revistas académicas para apoyar el estudio del campo de la comunicación de América Latina y de México, mismas que a continuación son presentadas cronológicamente: La Comunidad desapercibida. Investigación e investigadores en México de Raúl Fuentes Navarro, (Guadalajara: ITESO/CONEICC, 1991); del mismo autor (1990<sup>a</sup>): "Cuadernos de Comunicación y la constitución de un campo académico y profesional en México (1975- 1990)", Cuadernos de Comunicación, N.100, Comunicología Aplicada de México, México y (1990b): "La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y comunicación", FELAFACS (Cuadernos de Diálogos de la Comunicación, N.9, 1990) Bogotá, Colombia. Se cuenta con un recuento histórico general de estos medios de comunicación académica en el artículo de Francisco de Jesús Aceves titulado "Publicaciones sobre comunicación en México: las palabras errantes" (1993). A modo de información básica de referencia se encuentran las fichas correspondientes a México compiladas por Joëlle Hullebroeck en su Repertorio de revistas latinas de comunicación y cultura (1994). Un diagnóstico muy general sobre las mismas se localiza en el libro La investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina, tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios (1997) de Guillermo Orozco, donde en el capítulo quinto "La investigación de la comunicación dentro de América Latina", en su apartado V.5 "La investigación de la Comunicación desde las revistas más distintivas de la región" son analizadas considerando su calidad, ámbito y especificidad editorial. En el número 32 de la revista *Comunicación y Sociedad*, en la sección MATERIALES PARA EL ESTUDIO DE LOS MEDIOS, Florencia Saintout (1998)

cuantitativos en Estados Unidos se han logrado crear importantes recursos de sistematización de información bibliográfica sobre la producción del campo de la investigación de la comunicación, reflejadas en *bases de datos* como las operadas por el Instituto para la Información Científica (ISIC) (*Science Citation Index, Social Science Citation Index Arts and Humanities Citation Index*), o a los extraordinarios *Index to Journals in Communication Studies Through 1990* publicados por la *Speech Communication Association* (Malton y Ortiz, 1992, citado en Fuentes, 1998:211).

Por lo que respecta a América Latina en general y a México en particular, “los bancos de información y la sistematización documental de la producción científica se ha desarrollado incomparablemente menos que en los países “desarrollados”, por lo que la actividad científica cuenta con mucho menor apoyo en este tipo de infraestructura, demostrando desde ahí su carácter “periférico” y marginal” (Fuentes, 1998:224). En este sentido, dentro del campo de comunicación en México se han realizado varios esfuerzos como el Centro CONEICC de Documentación sobre Comunicación en México, el cual fue creado en 1977 en la Universidad Iberoamericana y es operado desde 1983 en el ITESO.

## **1.2 UN CONTEXTO ABIERTO: COMUNICACIÓN, OBJETO DIFUSO**

El propósito del análisis fue explicar cómo es que a través del conocimiento científico diseminado en las revistas académicas *Comunicación y Sociedad, Estudios sobre las Culturas Contemporáneas y Versión, estudios de comunicación política*, se manifiesta que la investigación académica de la comunicación en México ha sido guiada por el modelo hegemónico norteamericano y por orientaciones conceptuales y metodológicas europeas, en particular francesas, así como por algunas pocas aportaciones latinoamericanas, trabajadas desde marcos transdisciplinarios. Producto de centros multidisciplinarios, donde se concentra la producción en pocos investigadores y se evidencia un decidido esfuerzo por llevar a cabo trabajo de campo a pesar de las limitaciones estructurales e institucionales, cuyos resultados son una multiplicidad de tópicos y enfoques, síntomas inequívocos de la fragmentación del campo.

De tal manera que la generación del conocimiento en el campo académico de la investigación de la comunicación de México ha sido determinada por factores externos e internos. Dentro de los factores externos sobresalen los elementos teórico – metodológicos Norteamericanos y Europeos que permean a nivel cognoscitivo el quehacer científico, incluyendo ahí la característica más evidente del campo de la comunicación: su dudosa identidad disciplinaria que ha generado

---

de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina, publicó el artículo "*La recepción de los medios masivos en la revista Comunicación y Sociedad, una primera exploración*" donde analiza lo que se ha investigado sobre la recepción a través de los artículos publicados en dicha revista. Por otra parte, los únicos casos en los que se detecta el empleo de técnicas como la bibliometría para estudiar la estructura y desarrollo del campo a través de los productos publicados, ensayos, tesis y libros, pertenecientes a los miembros de un campo científico, son las sistematizaciones documentales, 1956 – 1986; 1986 – 1994 y 1995- 2001; de La investigación de la comunicación en México, hechas por Raúl Fuentes Navarro, quien además en 1998 publicó La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la comunicación en México (Guadalajara: Universidad de Guadalajara/ ITESO, 1998, 426 pp.).

un acalorado debate en Estados Unidos de Norte América, el cual sienta raíces en los años cuarenta en torno a la distinción hecha por Paul Lazarsfeld entre la investigación “administrativa” y la “crítica”<sup>8</sup>.

En los ochenta la polémica se intensificó al ser cuestionado, además, el paradigma dominante, abriéndose así un camino infinito a la lucha por la hegemonía del campo, por la legitimidad que representa autoridad científica – y por tanto, recursos, prestigio -, misma que ha sido obstaculizada por la confusa condición disciplinaria de la comunicación, esta última cada vez más acentuada por la proliferación de perspectivas que como fuerza centrífuga han fragmentado el campo norteamericano de la comunicación, debilitándolo. Buenos ejemplos del debate se encuentran en el *Journal of Communication*, dentro de su número denominado “*Ferment in the Field*” publicado en 1983, así como en “*Defining Media Studies. Reflexions on the Future of the Field*” (1994), en los cuales queda manifiesto como con el deslizamiento del paradigma funcionalista quedaron al descubierto elementos negados e indispensables para que los estudios de la comunicación ampliaran su mirada como son la incorporación de los sujetos como categoría de análisis, el reconocimiento de la parte subjetiva de la investigación, la necesidad del trabajo multidisciplinario, etc., destacando así lo incomensurable de la tarea científica.

Frente a esta situación la investigación de la comunicación en América Latina se permitió el reconocimiento de sus determinantes propias, tanto económicas, culturales, sociales como políticas. Entonces observó cómo su práctica ha estado definida por un trabajo multidisciplinario así como transdisciplinario, con préstamos y apropiaciones de otras disciplinas de las ciencias sociales, de saberes técnicos y especialistas; marcado por el distanciamiento con la docencia y la urgencia de rigor científico, de ser tanto útil como pertinente socialmente. Un campo latinoamericano de la comunicación definido por una institucionalización débil que es otorgada principalmente por las escuelas de comunicación y su desmesurada matrícula escolar.

Mezclados con los factores externos, entre los factores internos que han permeado el quehacer científico destaca la reestructuración sufrida en los ochenta en el campo académico de la investigación de la comunicación en México, debido en parte a la crisis económica que constriñó el área académica y de investigación, así como a la incorporación de nuevos investigadores. Esta nueva generación de estudiosos, formados algunos en el extranjero dentro de diferentes especialidades de las ciencias sociales, creó, a partir de proyectos específicos, centros de investigación, independientes de la licenciatura, tanto en la provincia como en la ciudad de México (Fuentes, 1998). Dentro de sus proyectos, calificados como

---

<sup>8</sup> En el debate de 1959, así como en el de 1983, la distinción establecida en los cuarenta por Paul Lazarsfeld entre la investigación “administrativa” y la “investigación crítica” fue un eje organizador muy socorrido. Habría que recordar que tal distinción tenía por objeto relacionar la investigación orientada de sistemas “técnicamente superiores” por la corriente positivista dominante, representada por el propio Lazarsfeld, con los aportes de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt, en la persona Theodor Adorno, a quien Lazarsfeld asignó la tarea de “explicar las cuestiones cruciales” (Fuentes, 1999: 48).

innovadores en el país, pues han favorecido la generación del conocimiento en cantidad y calidad, se consideró el establecimiento de canales para la diseminación de sus productos como son las publicaciones académicas.

Las aportaciones hechas por centros como el Programa Cultura de la Universidad de Colima, el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, así como el Departamento de Educación y Comunicación de la UAM- Xochimilco han sido evidentes dentro de la estructura del campo académico de investigación de la comunicación en México. En especial en lo relacionado al incremento de productos publicados fuera de la ciudad de México, iniciándose así una fase de expansión en el campo manifiesto principalmente en los índices de producción. De acuerdo a la Sistematización Documental de la Investigación en Comunicación 1986 – 1994 realizada por Fuentes, de un 100% sólo 16 % de los productos mexicanos de investigación fueron publicados antes de los ochenta; el resto se puso en circulación en el periodo siguiente. La circulación de este material ha implicado la formalización de los mecanismos de publicación, cuyos rasgos fundamentales son el establecimiento del formato artículo (resultado algunas veces de avances de investigación), la publicación de libros colectivos (coordinados por uno o dos editores); así como un cambio notable y mutante en cuanto a los lugares de edición.

El aumento de productos publicados, indicativo de la composición del campo, es significativo, pues representa la importancia que ha cobrado para los investigadores publicar, ya que de ello depende la evaluación de su desempeño, la promoción laboral, designación de recursos, tanto por parte de las instituciones a las cuales se encuentran adscritos como por instancias como el Sistema Nacional de Investigadores.

En este sentido, resulta interesante observar cómo se ha ido concentrando la producción a nivel nacional, pues poco más del 70% de los productos de investigación académica de la comunicación en el país, entre 1986 y 1994, ha sido generada por investigadores adscritos a sólo seis instituciones: la UNAM, la Universidad Iberoamericana, la UAM- Xochimilco, la Universidad de Guadalajara, el ITESO y la Universidad de Colima. Y de los 25 investigadores con mayor número de publicaciones en estos últimos años, sólo cinco no trabajan en alguna de esas seis instituciones (FUENTES, 1998, 228).

A pesar de la tendencia a la concentración en los productores, los temas abordados en este periodo se han diversificado. En este sentido, Fuentes detecta entre las características más sobresalientes de la investigación de la comunicación en México: la construcción del objeto de estudio con apoyo en la sociología, lo que él denomina “objetos enmarcados sociológicamente”; la continua perspectiva instrumental en el análisis de la comunicación; la dispersión entre los puntos de vista teóricos – metodológicos determinada por la diversidad de marcos disciplinarios (históricos, educativos, antropológicos, económicos/ políticos, lingüísticos/ semióticos). Así como el aumento en el número de trabajos que son

producto de proyectos formales de investigación, aunque también de la escasez de recursos para realizarlos.

Los breves trazos mostrados de la práctica de la investigación en México y sus determinantes externas e internas nos conducen al análisis de las publicaciones académicas seleccionadas en el presente estudio. Trabajo desarrollado y fundamentado empíricamente mediante el apoyo de postulados propios a la teoría de la comunicación y de la técnica cuantitativa bibliometría, que se concretan en el diseño de operaciones metodológicas que se exponen en el siguiente apartado.

## 2. METODOLOGÍA

En el estudio se aplicó la bibliometría para cuantificar los productos diseminados a través de tres importante revistas académicas de comunicación mexicanas. Para ello, se tomaron como guías las cuatro preguntas de investigación resultado de la intersección entre bibliometría y comunicación académica, dadas a conocer dentro del *Journal de Communication Research*, Vol. 16, Núm. 5, de 1989:

- Caracterización de comunidades académicas (...) combinamos estudios de colegios invisibles y estudios de especialidades de investigación, que aunque son teóricamente distintos, tienen mucho en común metodológicamente (...) las comunidades académicas han sido estudiadas mediante sus productores, artefactos y conceptos.
- Evolución de comunidades académicas. La mayor parte de los trabajos que han seguido comunidades científicas a lo largo del tiempo han confiado en el análisis de citas de artefactos, especialmente el análisis documental de co- citación. Comparando los cambios de composición de los *clusters* de documentos co- citados, es posible identificar tanto la magnitud como la dirección del cambio en tópicos de la investigación.
- Evaluación de contribuciones académicas. La importancia de una idea se mide por el número de citas que recibe en los documentos en que es incorporada. De este modo la referencia a un artefacto se ve como una elección sociométrica.
- Estudios de difusión de ideas. La bibliometría puede usarse para trazar la evolución de una idea en ámbitos disciplinarios y trans-disciplinarios (...) Dentro del campo de la comunicación se han realizado diversos estudios de difusión de ideas (Paisley, 1984) (Borgman, 1989, citado en Fuentes, 1998: 212).

Preguntas que fueron adaptadas, dado que el centro del análisis son únicamente los artefactos (“producto formal o resultado, así como insumo de la comunicación académica a otros” (Borgman, 1989: 587 – 588)), que fueron en este caso denominados *productos*.



A partir de lo anterior fueron seleccionadas las revistas: *Comunicación y Sociedad*, editada por el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, editada por el Programa Cultura del Centro Universitario de Investigaciones Sociales de la Universidad de Colima, *Versión*, estudios de comunicación y política, editada por el Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco. Dicha selección se debió a que “El conocimiento diseminado a través de ellas proviene de investigación “realizada en las universidades, sujeta a las normas de la actividad académico – científica, y por tanto pública en su financiamiento, objetivos, procedimientos y resultados” (Fuentes, 1998: 68). Publicaciones consideradas como de alta calidad por responder a proyectos concretos de investigación, por contar con mecanismos de arbitraje nacional e internacional para la selección de los trabajos a publicar; de normas para los artículos; de abstracts en español e inglés para cada producto; de una edición, con retrasos, pero constante, ya sea anual, en el caso de *Versión* y semestral, para las dos restantes. Estas últimas, *Comunicación y Sociedad* y *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* catalogadas, desde 1994, por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), dentro del Índice de Revistas Científicas Mexicanas de Excelencia.

Para proceder a su análisis las publicaciones fueron distinguidas con el carácter de diseminación, considerando en ello los propósitos declarados (y el formato adoptado) en cuanto su función comunicativa primordial, ya que de acuerdo con Antonio Pasquali,

Se entiende por difusión el envío de mensajes elaborados en códigos o lenguajes universalmente comprensibles, a la totalidad del universo receptor disponible en una unidad geográfica, cultural, etc. Se entiende por divulgación el envío de mensajes elaborados mediante la transcodificación de lenguajes crípticos a lenguajes omnicomprensibles, a la totalidad del universo receptor disponible. Se entiende por diseminación el envío de mensajes elaborados en lenguajes especializados, a receptores selectivos y restringidos (Pasquali, 1970, 200 – 201).

Así el "carácter" fue tomado para distinguir entre medios de divulgación (ilustrados gráficamente) y medios de diseminación (no ilustrados gráficamente) como las publicaciones analizadas. Una vez hecha esta distinción se procedió a la sistematización de los productos incluidos dentro de todos los números de cada publicación editados hasta el 2000.

## CUADRO 2.1

### Caracterización de las Revistas Académicas de la Comunicación analizadas (1986 – 2000)

TÍTULO	EDITOR	DESDE	Números hasta el 2000	Total de productos
<i>Estudios sobre las Culturas Contemporáneas</i>	Programa Cultura, CUIS, Universidad de Colima	1986	Época I 18 Época II 12	227

			Total 30	
<i>Comunicación y Sociedad</i>	Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS), Universidad de Guadalajara	1987	37	229
<i>Versión, estudios de Comunicación y Política</i>	Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco	1991	10	93

Para desarrollar el estudio se establecieron cinco categorías de análisis:

- **Las publicaciones académicas:** dentro de la primera categoría se encuentran las tres publicaciones académicas seleccionadas.
- **Los artículos o productos:** El centro del estudio fue el análisis de los productos publicados pertenecientes a los investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas, exceptuando reseñas de libros. Para localizarlos, se hizo un listado general con todos los productos publicados en ellas, reuniéndose un total de 549, de entre los cuales fueron detectados como propios a los investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas sólo 184, los cuales se constituyeron como muestra analítica. Los restantes, un total de 365 productos, aún cuando excluidos del análisis, fueron definidos como “ajenos” y catalogados de acuerdo al origen de su autor, como “ajenos nacionales” (un total de 169) y “ajenos extranjeros” (un total 196).
- **Los productores** A través del análisis de los productos seleccionados es posible obtener los índices de producción de los productores. Localizados 67, sólo aquellos investigadores adscritos a las instituciones que editan las revistas.
- **Los temas** Una vez hecha la cuantificación de los productos seleccionados (184) se emprendió la clasificación de los temas abordados en cada uno. Para ello, se creó una categorización temática adecuada, lo cual implicó una enorme dificultad debido a que cada producto puede ser clasificado en varias a la vez al analizar su contenido. Sin embargo, fueron ubicados 10 temas principales, frecuentemente citados. Además se detectaron tópicos diversos, escasamente abordados, que fueron colocados dentro de una categoría denominada “otros”.

### CATEGORÍAS TEMÁTICAS

<b>1.- Televisión:</b> contempla los estudios sobre este medio masivo en general, como análisis específicos de sus vínculos en contextos regionales, nacionales o globales, así como en relación con aspectos considerados políticos, económicos, ideológicos, laborales, tecnológicos, etc.
<b>2.- Medios impresos:</b> abarca todos los productos que hacen referencia a estos medios, incluyendo ahí estudios sobre historietas, revistas y periódicos.
<b>3.- Técnicas de investigación:</b> contempla todos los productos en los que se exponen técnicas de investigación como: historia de vida, historia oral, grupo de discusión, etnografía, entrevista, etc.
<b>4.- Medios en general:</b> esta categoría comprende a todos los productos que abordan el análisis de varios medios masivos de comunicación juntos y desde distintas perspectivas, social, cultural, académica, económica, etc.

<b>5.- Cine:</b> tema central en diferentes productos, en los cuales es tratado en relación con su historia, su impacto social y recepción.
<b>6.- Campo de la comunicación (investigación, académico):</b> productos que lo abordan desde perspectivas tanto cualitativas como cuantitativas.
<b>7.- Telenovelas:</b> productos que tiene como centro el estudio de este género televisivo.
<b>8.- Cultura:</b> todos los productos que abordan a la cultura como sujeto o aspectos culturales nacionales o regionales.
<b>9.- La comunicación e instituciones:</b> aquellos productos que analizan a la comunicación en relación a la religión, la política, la educación, etc.
<b>10.- Nuevas tecnologías:</b> productos en los cuales se analiza el impacto de las computadoras en la educación, el internet como un nuevo espacio de interacción, etc.
<b>“Otros”:</b> categoría amplia que incluye a todos aquellos productos cuyo centro son temas escasamente publicados o de estudio reciente como las Movimientos Sociales, Radio, Telecomunicaciones, Recepción, Consumo, Mitos / Creencias Populares, Frentes Culturales, Identidad Cultural, Discurso político, Consumo, Audiencias, Ofertas Culturales, Cartografías Culturales, etc.

- **Las citas:** De la muestra analizada fueron abstraídas únicamente las citas o referencias hechas a artículos “ajenos”, es decir, fueron excluidas del análisis las citas auto referenciales de cada producto, seleccionándose para su análisis sólo las hechas a otros autores, siempre y cuando éstos aparecieran más de tres veces. Con estos parámetros se obtuvo un total de 126 citas, las cuales fueron a su vez clasificadas de acuerdo al origen del autor, nacional o internacional.

Con esta exposición del *diseño de la investigación* puede procederse a continuación a la presentación de los análisis específicos y a la interpretación de los resultados.

### 3 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA INFORMACIÓN

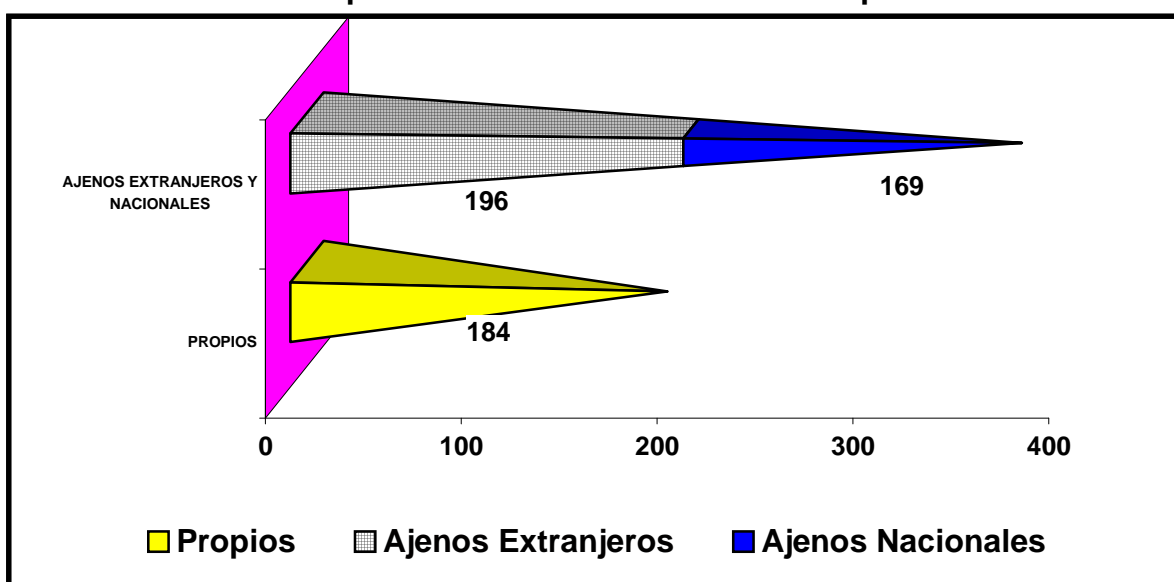
La ciencia es una enorme industria  
que debe ser analizada  
no sólo en términos de costos (mano de obra y recursos)  
y beneficios materiales (calidad de publicaciones  
y cantidad de inventos) en términos de costos  
y beneficios sociales (SOLLA PRICE, 1963).

#### 3.1 LOS PRODUCTOS

Al aplicar la bibliometría en el análisis de los productos publicados dentro de las revistas académicas *Comunicación y Sociedad* del Departamento de Estudios de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* del Programa Cultura de la Universidad de Colima y *Versión, estudios de comunicación y política* del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana – Unidad Xochimilco, desde el primer número del surgimiento de cada una y hasta el año 2000, se detecta que han sido publicados en total 549 productos.

Entre los 549 productos localizados se distinguen dos tipos de documentos: los publicados por académicos adscritos a las instituciones editoras y de autores ajenos a las mismas. Los primeros representan el centro de nuestro estudio y de acuerdo al análisis han sido diseminados 184 productos por ellos a través de las publicaciones académicas analizadas. Del segundo tipo se encontraron 365 productos, entre los cuales 196 productos pertenecen a autores ajenos extranjeros y 169 de autores ajenos nacionales. Los datos anteriores son presentados en la siguiente gráfica, donde se observa cómo el número de productos publicados por autores ajenos (66.48%) a las instituciones editoras superan a los diseminados por académicos – investigadores adscritos o propios (33.51%).

**GRÁFICA 3.1.1**  
**Productos publicados de acuerdo a la adscripción del autor**



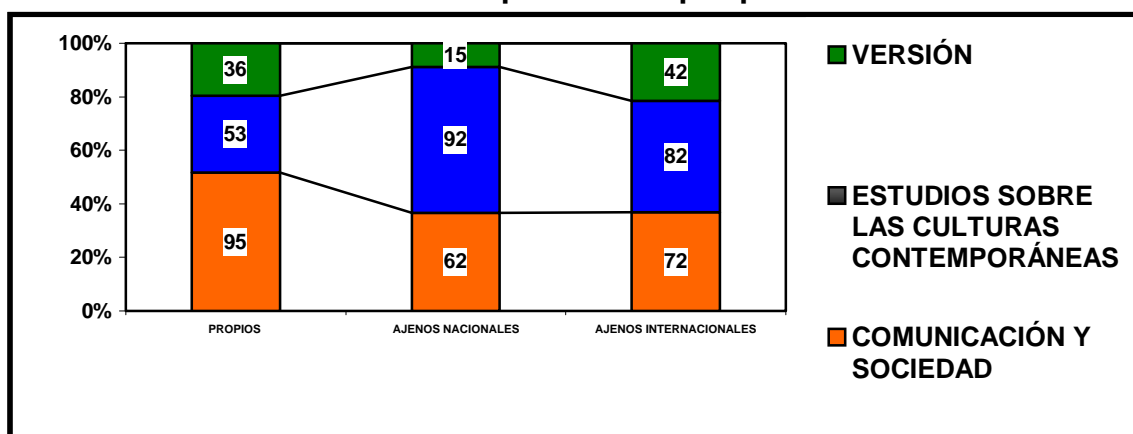
Como se muestra, dentro de los productos ajenos publicados destacan en número de aquellos que pertenecen a autores ajenos de origen extranjero (196, es decir, 30.7% del total general), lo que supera tanto al total de los propios (184) y a los publicados por autores ajenos nacionales (169 productos). Este dato puede relacionarse principalmente con la dependencia estructural (Fuentes, 1992<sup>a</sup>) de México con Estados Unidos y Europa que ha determinado teórica y metodológicamente la investigación de los fenómenos comunicacionales.

Este rasgo general se manifiesta con matices particulares en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, donde el número de productos publicados por autores nacionales ajenos (92) a la Universidad de Colima supera tanto a los propios (53) como a los ajenos de origen extranjero (82). Matiz congruente con una intención expresa del Programa Cultura: “Redujimos el número de páginas y reforzamos nuestro equipo editorial con presencia de más compañeros y compañeras de todo el país. Es una labor que quiere ser más colectiva y abarcadora, precisamente para fomentar y dar salida a voces de todos nuestros

México<sup>9</sup>”. Así como por una necesidad real de suplir la carencia de productores adscritos a la Universidad de Colima y de miembros del Programa Cultura.

Al enfocar nuevamente los 549 productos diseminados a lo largo de la existencia de las revistas, se distingue cómo la mayor parte de ellos (229) provienen de *Comunicación y Sociedad*, le sigue *Estudios de las Culturas Contemporáneas* con 227 y por último, *Versión* con 93 productos. Como se observa en la Gráfica 3.1.2, las distancias entre productos publicados por una u otra revista son mínimos en el caso de las dos primeras y aumenta al compararlas con *Versión*, lo cual podría encontrar explicación en los números editados por cada revista: *Comunicación y Sociedad* cuenta con 37 números, 30 *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* y 10 solamente *Versión*. En este sentido conviene considerar que todas las publicaciones se encuentra con retrasos en la edición.

**GRÁFICA 3.1.2**  
**Productos publicados por publicación**



Las diferencias reales aparecen al observar la composición de la muestra analizada (los 184 productos propios), entre los cuales 95 (51.16% del total de la muestra) son de la revista del DECS; 53 (28.80% del total de la muestra) de la publicación del Programa Cultura y 36 (19.56% de la muestra) de *Versión*. De alguna manera los datos apoyan la observación hecha por Fuentes (1996) sobre la producción de los centros ubicados en Guadalajara y Colima, los cuales por su “alta productividad” han establecido un esquema geográfico bipolar en el campo.

### 3.2 PRODUCTORES

En este sentido, los 184 productos propios han sido generados por 67 investigadores. La mayoría (30) de ellos se encuentran adscritos a la Universidad de Guadalajara, quizá una de las razones de su “alta productividad”, conectada directamente con el número de productos propios (95) en *Comunicación y Sociedad* diseminados hasta el 2000. En esta publicación, en la cual al parecer se cuida el equilibrio, es decir, que se publiquen en cada número casi igual número de productos de propios y ajenos. En contraste, sólo quince investigadores adscritos

<sup>9</sup> Editorial del primer número, época II de la revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Programa Cultura, Universidad de Colima, p.5-7.

a la Universidad de Colima publican en su propia revista, mientras que en *Versión* 22 productores pertenecientes a la UAM – Xochimilco participan en ella.

Los datos hacen referencia a diferentes concentraciones. Por una parte, la mayor concentración de productores se encuentra en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS) de la Universidad de Guadalajara, al cual han ido incorporándose con regularidad académicos provenientes de otros centros de investigación, como Guillermo Orozco Gómez, quien abrió en 1989 el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana y posteriormente se incorporó al DECS, publicando por primera vez en 1996 dentro de *Comunicación y Sociedad*; así como Sarah Corona Berkin, quien publicó en 1998 en *Versión* como adscrita a la UAM-Xochimilco y un año después, en 1999 dentro de *Comunicación y Sociedad* como adscrita al DECS. Lo mismo sucede con quienes publican en ella primero como estudiantes de posgrado o ajenos a la U. de G. y posteriormente lo hacen ya como investigadores del DECS, tal es el caso de Raúl Fuentes Navarro y Rosana Reguillo, por citar a algunos.

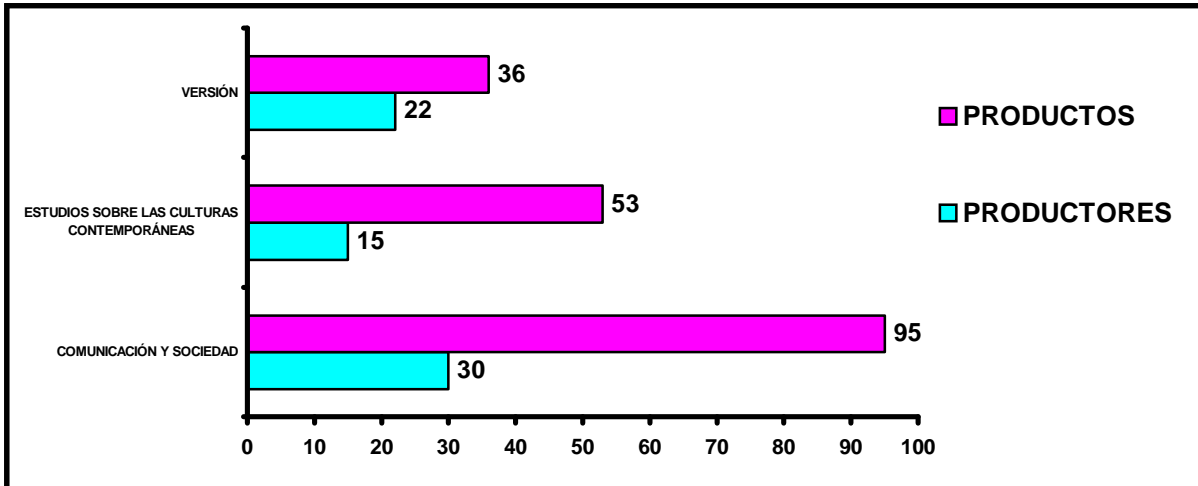
En el lado opuesto se observa cómo en la publicación de la Universidad de Colima la concentración mayor se da en el número de productos publicados por autor, de 53 productos propios publicados 35 son producto sólo de dos académicos. De tal manera que hasta 1999 los productos publicados en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* pertenecían en su mayoría a los fundadores del Programa Cultura, Jorge González y Jesús Galindo, quienes inclusive publicaban dos artículos por número. Sin embargo, a partir de 1997 se percibe la diseminación de productos de miembros más jóvenes del Programa Cultura como Ana Uribe y Karla Covarrubias, así como la cada vez más esporádica publicación de los productos de González y Galindo.

Por su parte, en *Versión* las concentraciones son casi imperceptibles debido a los pocos números de ella publicados, distinguiéndose por tanto un cierto equilibrio entre el número de productos publicados (36) y de productores (22), así como en cuanto a la constitución del cuerpo de productores, el cual ha permanecido constante.

Más allá de la tendencia a la concentración en los productores, la incorporación de nuevos autores, aunque lenta y tardíamente, habla de la incidencia de los fundadores de los respectivos centros en la formación de investigadores dentro de la institución a la cual se encuentran adscritos y en consecuencia del crecimiento paulatino del campo de la investigación en comunicación en México. En la siguiente gráfica se indican las proporciones descubiertas entre los productos y los productores por publicación.

### **GRÁFICA 3.2.1**

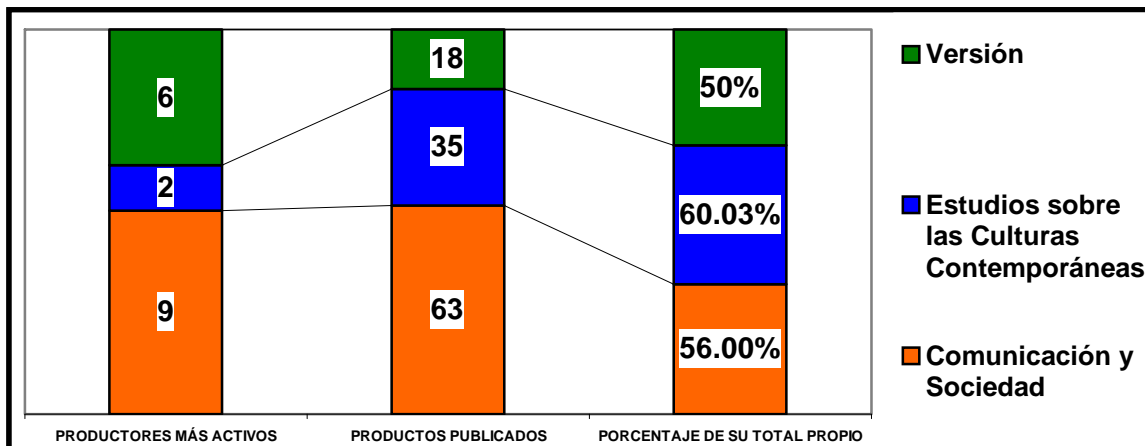
#### **Proporciones entre productos y productores**



Como ya se comentó, de acuerdo a la autoría de los productos analizados se detecta un núcleo de académicos que publican más que otros dentro de cada una de las revistas. En la composición de estos núcleos se descubre siempre la presencia de los fundadores de los centros de investigación, así como de algunos, pocos realmente, investigadores de reciente ingreso o de generaciones más jóvenes. Los primeros publican desde el inicio de las revistas, en tanto pilar y a falta de más productores, para posteriormente con la incursión de nuevos autores ir espaciando la publicación de sus artículos, como es el caso de Francisco Aceves y Enrique Sánchez Ruiz, ambos fundadores del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes publicaban en forma ininterrumpida en cada número hasta 1998 y posteriormente, sólo Aceves vuelve a publicar en el 2000; o en *Versión*, Margarita Zires, quien publica consecutivamente en varios números al principio, desaparece y ya en el último número del 2000 de la misma retoma.

Un factor determinante en la productividad de los académicos es la presión por publicar ejercida tanto por sus instituciones como por instancias oficiales que les otorgan así reconocimiento, recursos, promociones, etc. Otro más es la visibilidad que genera el publicar, como dice la conocida frase “publicar o morir”. Por lo tanto publicar es también una estrategia definitiva para maximizar el lucro científico, es decir, el “reconocimiento de los pares competidores” (Bourdieu, 1976: 5), en un campo caracterizado por prácticas científicas con doble vista, por un lado lo político y por el otro lo científico, “orientadas fundamentalmente a la adquisición de autoridad científica, especie particular de capital que puede ser acumulado, transmitido o incluso, bajo ciertas condiciones, reconvertido en otras especies” (Bourdieu, 1976:89). De acuerdo a lo anterior, en la Gráfica 3.2.2 se muestra el número de productores, la cantidad de productos por ellos publicados y el porcentaje que alcanzan en relación a sus compañeros institucionales

**GRÁFICA 3.2.2**  
**Concentración por productores de cada publicación**



El número de investigadores que han publicado más de cinco productos (8) es reducido en comparación con aquellos (59) que han diseminado cuatro o menos productos, lo cual sugiere que muchos de los productores son de formación reciente o que aún cuando están adscritos a la institución, no forman parte propiamente del centro de investigación o programa editor, motivo por el cual su participación es casual o realmente esporádica.

En relación con los ocho investigadores que han publicado más de 5 productos, enlistados en la Tabla 3.2.1, entre ellos se encuentran los fundadores del Programa Cultura y del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes ya en anteriores análisis (Fuentes, 1996) fueron clasificados entre los productores más prolíficos en el campo. Los restantes pertenecen al DECS y han sido discípulos de los fundadores del mismo durante el posgrado, además de contar con una amplia trayectoria en la docencia.

**TABLA 3.2.1**  
**Productores más activos**

AUTOR	INSTITUCIÓN	TOTAL PRODUCTOS PUBLICADOS
1.- GALINDO Jesús	Universidad de Colima	20
2.- GONZÁLEZ Jorge	Universidad de Colima	15
3.- SÁNCHEZ RUIZ Enrique	Universidad de Guadalajara	15
4.- ACEVES GONZÁLEZ Francisco	Universidad de Guadalajara	10
5.- FREGOSO PERALTA Gilberto	Universidad de Guadalajara	7
6.- CERVANTES BARBA Cecilia	Universidad de Guadalajara	7
7.- FUENTES NAVARRO Raúl	Universidad de Guadalajara	7
8.- RENERO Martha	Universidad de Guadalajara	5

Cabe destacar que la mitad de ellos pertenece al Sistema Nacional de Investigadores (SNI), la mayoría cuentan con el grado de doctor, sólo uno obtenido en el extranjero, los demás en el país, dentro de áreas de las Ciencias

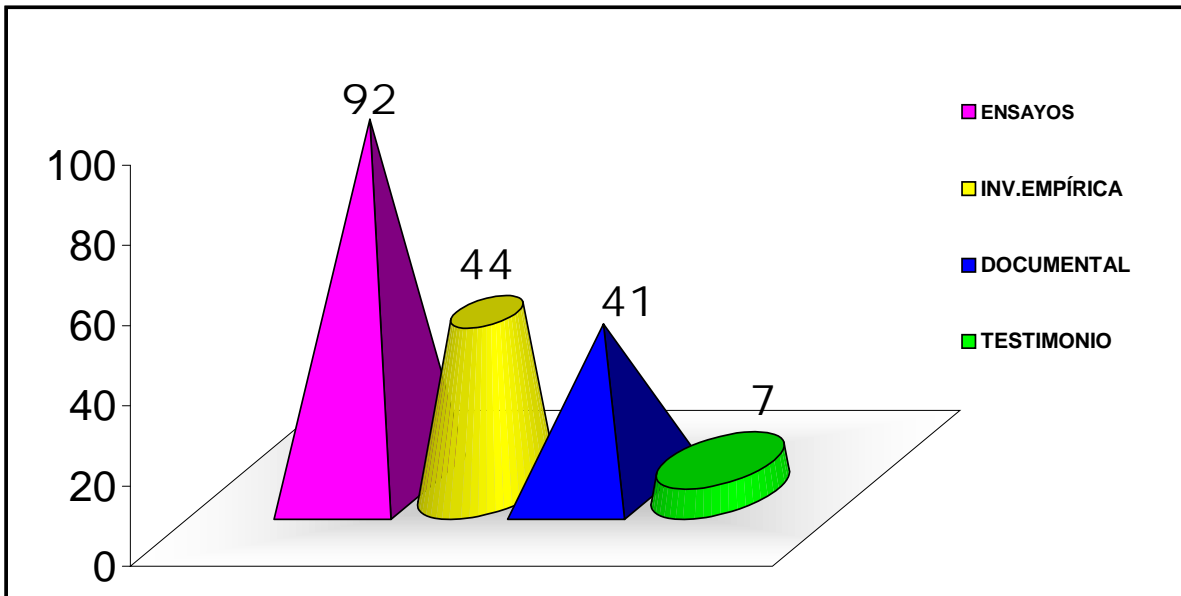


Sociales como Antropología, Sociología, Educación, etc. Todos están desarrollando actividades de docencia y coordinación de posgrados, con publicaciones nacionales e internacionales y más de dos participan en asociaciones mexicanas y latinoamericanas del campo.

### 3.3. PROCEDENCIA DE LOS PRODUCTOS

En los productos publicados se percibe la constitución de una comunidad académica o científica, las fronteras disciplinarias, los retos y las debilidades. De acuerdo con los datos bibliométricos, en el presente estudio se detecta que el 50% (92 productos) del total de la muestra analizada son ensayos o reflexiones teóricas - metodológicas; 23.91% (44) productos son reportes de investigación documental; 22.38% (41) productos de investigación empírica y 3.80% son entrevistas o testimonios publicados. Estos datos se manifiestan en la Gráfica 3.3.1.

**GRÁFICA 3.3.1**  
**Procedencia de los productos**



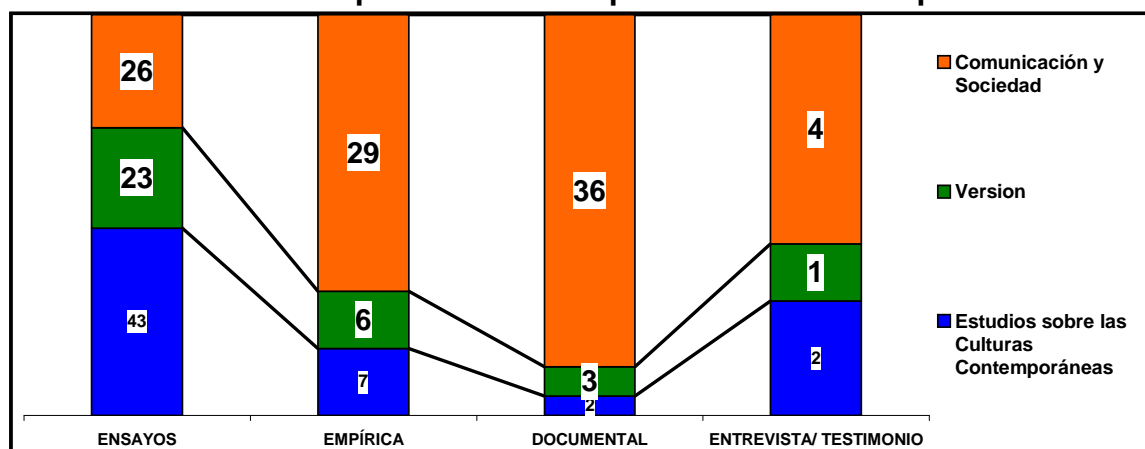
Como se muestra, los ensayos superan en su conjunto a los resultados de proyectos de investigación, ya sea empírica o documental. Dentro de esta categoría se ubican las reflexiones teórico – metodológicas, la teorización “libre y pura”, los ensayos biográficos, así como los ensayos filosóficos, muchas veces de temas distantes a la disciplina de la comunicación.

El dato anterior se encuentra relacionado con dos rasgos fundamentales del campo académico de la investigación de la comunicación en México; primero, que hay pocos recursos económicos para desarrollar proyectos de investigación y para tener acceso a ellos el académico debe ser visible, lo que significa ser productivo y qué mejor manera que publicando. De otra manera, sólo le resta limitarse a la docencia y pasar desapercibido. En segundo lugar, la “capacitación técnica y

teórico – metodológica sigue siendo deficiente” (Sánchez Ruiz, 1997), lo cual frena el desarrollo de nuevos proyectos de investigación.

El mayor número de ensayos publicados (43 productos del total de 92) proviene principalmente de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, la razón aducida es el limitado número de miembros del Programa Cultura. Le sigue la revista *Versión* con 23 ensayos publicados, donde aún cuando el número de productores es mayor, se detecta muy poco trabajo de campo y predominio de productos publicados a manera de ensayo sobre temas alejados a lo que podría considerarse la disciplina de la comunicación. Por último, *Comunicación y Sociedad* con sólo 26 ensayos, la mayoría de los cuales son teórico - metodológicos, lo cual habla de la importancia que esta comunidad académica otorga a la reflexión epistemológica y metodológica necesaria para el fortalecimiento de la producción del conocimiento. Los datos citados son distribuidos en la Gráfica 3.3.2, donde de acuerdo a la publicación se presentan las cifras alcanzadas en relación a la procedencia del producto diseminado.

**GRÁFICA 3.3.2**  
**Distribución por revista de la procedencia de sus productos**



En la Gráfica 3.3.2 se muestra cómo los productos publicados resultado de investigación, tanto empírica como documental, proceden principalmente de la revista *Comunicación y Sociedad*, entre los cuales es mayor el número de reportes de investigación documental publicados, debido por una parte, a que es más sencillo tanto económica como físicamente, acceder o sistematizar documentos que hacer trabajo de campo, y por otra como una respuesta ante la necesidad de conocer desde su nivel más básico, histórico y después estructural a los medios, regionales principalmente, en congruencia con uno de los objetivos del DECS: “Incidir en la producción y sistematización del conocimiento, en el campo de la comunicación y de sus interacciones con el entorno socioeconómico, político y cultural, por medio de la realización de estudios e investigaciones”<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> ARREDONDO Pablo (1997) “La génesis de un espacio académico. Notas sobre la construcción del Centro de Estudios de Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara”, No.30, mayo – agosto 1997, *Comunicación y Sociedad*, DECS – U. de G. Pp. 13- 28.

Por lo que respecta a las otras dos revistas, el número de reportes de investigación publicados no rebasa los 7 productos. Sin embargo, en ambas es superior la cifra de reportes de investigación empírica, de estudios de campo: etnográficos, observación participante, etc. Esto debido a los proyectos de investigación propios de cada centro; la escasez de investigadores realmente productivos; la falta de costumbre de dar a conocer sus investigaciones a través de la revista propia a su institución; así como los parámetros impuestos para la selección de los artículos que serán publicados, etc.

Finalmente, los testimonios y/ o entrevistas publicadas representan espacios abiertos para los actores principales en el campo de la comunicación, nacional e internacionalmente. La mayoría provienen de *Comunicación y Sociedad*, dentro de la cual representan el 4.21% (4 productos del total propio). En *Versión* han sido publicadas dos entrevistas y una en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*.

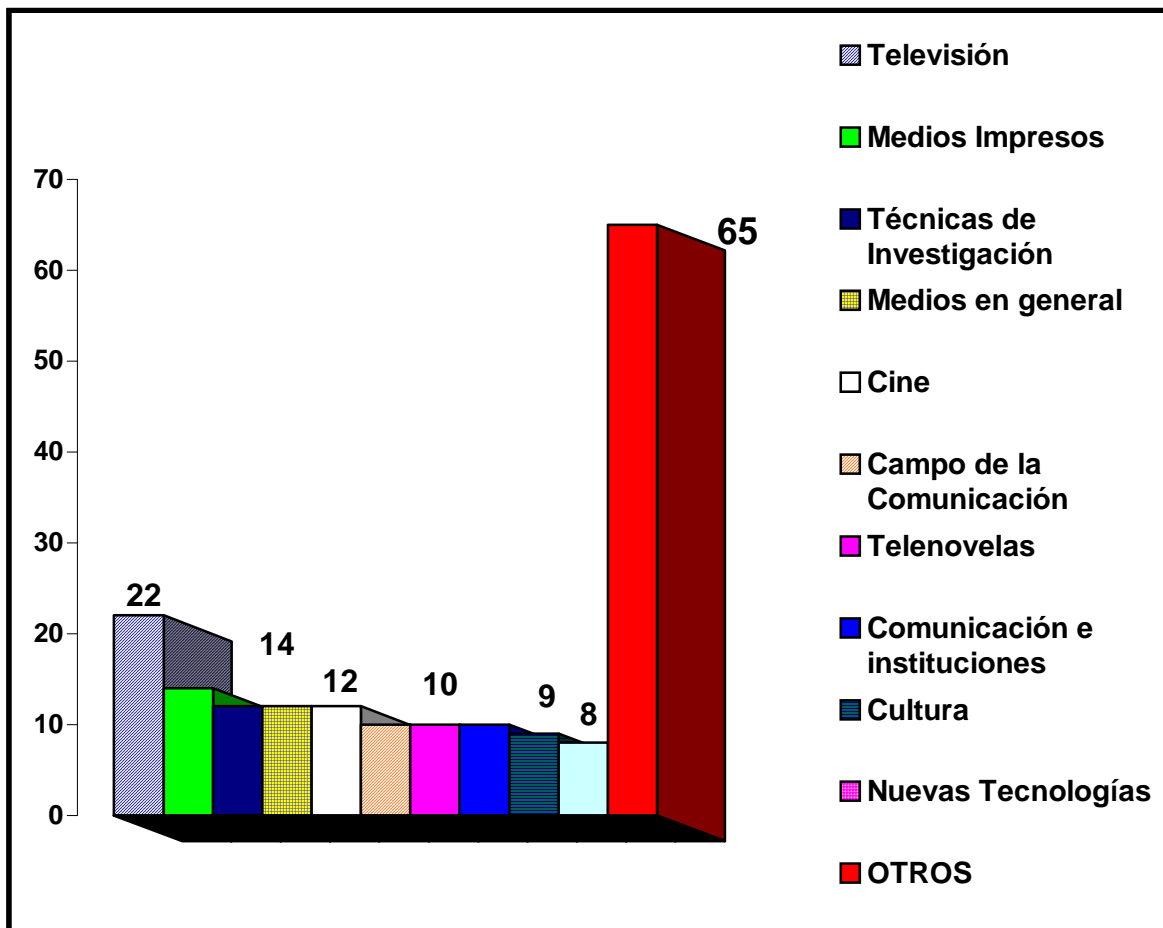
### **3.4 TENDENCIAS TEMÁTICAS**

A través del análisis bibliométrico se detecta que el 64.67% de los productos refieren a temas sobre o en relación directa con los medios masivos de comunicación, lo cual corrobora la observación hecha en 1992 por Enrique Sánchez Ruiz: “lo que más ha captado la atención de los estudiosos (de la comunicación) ha sido el dominio de los medios de difusión masiva, sus orígenes, los determinantes de su operación social, sus relaciones con el poder, la composición de sus discursos, sus consecuencias e influencias sociales, etc.” (Sánchez Ruiz, 1992) y un 35.32% hacen referencia a múltiples tópicos, ensayos sobre el multiculturalismo en Estados Unidos, crónicas de Talpa, reflexiones sobre la política y la globalización, etc., la mayoría de los cuales podrían ser catalogados más como sociológicos, antropológicos, propios a las ciencias políticas o de historia que a la comunicación.

Este último aspecto describe la dispersión temática existente en el campo, la cual se encuentra vinculada a la constitución disciplinaria de la comunicación, la cual “al no estar integrada por una disciplina, sino por un conjunto de saberes y prácticas pertenecientes a diversas disciplinas y campos, presenta dispersión y amalgama, especialmente visibles entre ciencias sociales y adiestramientos técnicos” (Martín Barbero, 1990). Así como también a los proyectos establecidos en cada centro editor, donde se desarrolla una práctica científica multidisciplinaria, caracterizada por la concentración de académicos formados dentro de diferentes disciplinas de las ciencias sociales.

Las proporciones temáticas obtenidas han sido distribuidas dentro de 10 categorías (donde se incluyen 119 productos), y una (con 65 productos), denominada OTROS, las cuales son expuestas a continuación en la Gráfica 3.4.1.

**GRÁFICA 3.4.1**  
**Productos por temas**



Dentro de las 10 categorías temáticas claramente detectadas se manifiesta como el medio de difusión masiva más estudiado: la televisión (con 22 productos), le sigue los medios impresos (con 14). La mayoría de los productos alusivos a dichos temas, junto con el tratamiento de los medios masivos de comunicación en general (con 12 productos) y el estudio del propio campo de la comunicación en México (con 10 productos) pertenecen a investigadores del DECS de la Universidad de Guadalajara, quienes los han analizado desde su constitución histórica regional, estructural, así como en relación a aspectos económicos, políticos, etc. En concordancia con uno de los objetivos establecidos en su centro de “crear un espacio institucional, diferente de las opciones existentes, para promover el análisis crítico de los fenómenos de comunicación social en el contexto nacional, con un especial énfasis en la región occidental.”<sup>11</sup>, desarrollando para ello diferentes líneas de investigación aglutinadas en tres programas de investigación: Las relaciones entre la comunicación y la política,

<sup>11</sup> ARREDONDO Pablo (1997) “La génesis de un espacio académico. Notas sobre la construcción del Centro de Estudios de Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara”, No.30, mayo – agosto 1997, *Comunicación y Sociedad*, DECS – U. de G. Pp.13- 26.

entre la comunicación y la economía, y entre la comunicación y los fenómenos culturales.

La selección de los problemas a resolver, “los paradigmas”, se encuentra definida en su mayoría por el proyecto de investigación propio a cada centro, lo que ha generado parcelas temáticas delimitadas. En este sentido, los productos referentes a técnicas de investigación (12 en total), típicamente de origen sociológico y antropológico, de los cuales 10 pertenecen a los investigadores de la Universidad de Colima hablan de un propósito explícito del Programa Cultura por “servir como promotores de la cultura de la investigación sobre las múltiples dimensiones simbólicas de la sociedad. Cultura de pensar reflexivamente las culturas”<sup>12</sup>. De ahí que en su sección Metodologías, Métodos, Técnicas se discutan reflexivamente técnicas como la etnografía, historia de vida, etc., técnicas ligadas al estudio de los fenómenos comunicativos desde dos enfoques la sociología de la cultura y los estudios culturales.

De igual forma, en congruencia a la intención del Programa Cultura de “investigar la cultura contemporánea” se detecta que la mayor parte de los productos publicados sobre el análisis de la cultura, 6 de 9, pertenecen a los miembros de dicho programa, quienes además se han mostrado muy interesados por el estudio de los movimientos sociales, tema sobre el cual se han publicado un total de 6 productos, 5 de los cuales provienen de *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*.

Lo mismo sucede con el estudio de las telenovelas (con un total de 10 productos publicados, todos de *Estudios...*), el género televisivo analizado principalmente por los miembros del Programa Cultura siguiendo así su deseo de “volver inteligible cómo se ha abordado este fenómeno cultural contemporáneo, de qué manera la sociedad se relaciona con él y cómo está compuesta su video – textualidad, lo cual no es nuevo en ciencias sociales, sin embargo, nunca – al menos en América Latina – se ha realizado un esfuerzo conjunto para sentar las bases de su comprensión”<sup>13</sup>.

Resulta interesante observar cómo desde 1989 el estudio del cine (con un total de 12 productos) mantiene su importancia, pues es abordado en todas las revistas, en *Comunicación y Sociedad* (6 productos) desde una perspectiva histórica, como industria cultural, así como desde su recepción; en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (con 1 producto) desde una perspectiva política; y en *Versión* (con 5 productos), donde es uno de los tópicos de análisis frecuentes en tanto texto cultural, desde la semántica y la semiología.

---

<sup>12</sup> GONZÁLEZ Jorge (1998) en la editorial al número 8, Volumen IV/ Diciembre 1998 Estudio sobre las Culturas Contemporáneas, Programa Cultura, U. de C. P-5-9

<sup>13</sup> En la editorial del No. Doble 4/5, febrero 1988, Estudios de las Culturas Contemporáneas, Programa Cultura, U. de C, pp.5-8.

Entre los temas que aparecen en todas las revistas se encuentran las nuevas tecnologías (con un total 8 productos), cinco de los cuales pertenecen a investigadores adscritos a la Universidad de Colima, cuyos productos se le observa desde su apropiación en el terreno educativo. En *Versión* (1 con un producto), donde se mide su impacto cultural; y en *Comunicación y Sociedad* (2 productos), donde se ha tratado sobre la metodología para su estudio.

Otro más es el estudio de la comunicación en relación con las instituciones y con procesos religiosos, electorales y educativos (un total de 10 productos publicados). Relación tratada principalmente por los académicos de la Universidad de Colima y por quienes participan en *Versión*. Esto muestra la necesidad expresada en ambos centros de repensar los vínculos entre los campos de la vida social y la comunicación, y/o como un indicio, también, de la visión instrumental que ha permeado el campo.

Ahora bien, es importante señalar que la mayoría de los productos (un total de 119) ubicados dentro de las 10 categorías mencionadas, pertenecen a los investigadores adscritos a los centros de investigación editores, es decir, a los miembros del Programa Cultura, a los fundadores y adscritos al DECS de la U. de G. y unos pocos a los adscritos al Departamento de Educación y Comunicación de la UAM- Xochimilco, mientras que los productos reunidos en la categoría “otros”, son en su mayoría de productores adscritos a diferentes espacios y facultades de las instituciones editoras y no a los propios centros. En otros casos son académicos de las distintas facultades, o estudiantes de las maestrías coordinadas por los centros de investigación dentro de las propias instituciones, lo cual pareciese que genera la libre selección de problemas a resolver o propicia la innovación.

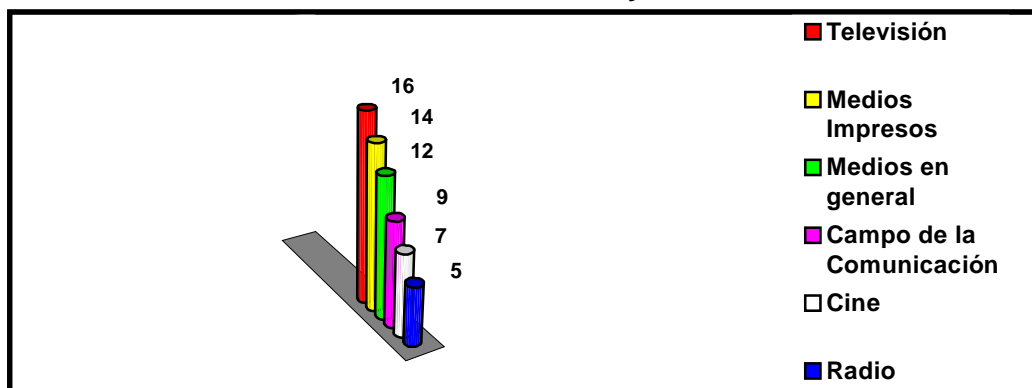
En la categoría denominada “otros” se encuentran 65 temas diferentes, normalmente irrepetibles, los cuales acentúan la dispersión, la sonada fragmentación. Tópicos itinerantes con cabida en más de una disciplina de las ciencias sociales, como la identidad cultural nacional, las reflexiones sobre la política nacional, el Estado/ nación, los géneros y estrategias del discurso, la política, Talpa, etc. El borramiento de las fronteras teóricas entre las ciencias sociales y las humanidades (Geertz, 1980) es confirmado en estos productos, la mayor parte de los cuales provienen de *Versión*, dato vinculado totalmente al objetivo de esta publicación que “es constituir un espacio teórico político de evaluación y crítica en torno a los procesos de comunicación – y sus soportes tecnológicos – fundamentalmente en el contexto general de los procesos políticos y culturales que se desarrollan en México y América Latina. De ahí que todas las contribuciones que alimenten la revista queremos considerarlas como una *Versión* más de un saber fragmentado y en permanente cambio, que invita a ser transformado y remodelado por sus lectores y futuros colaboradores”<sup>14</sup>.

---

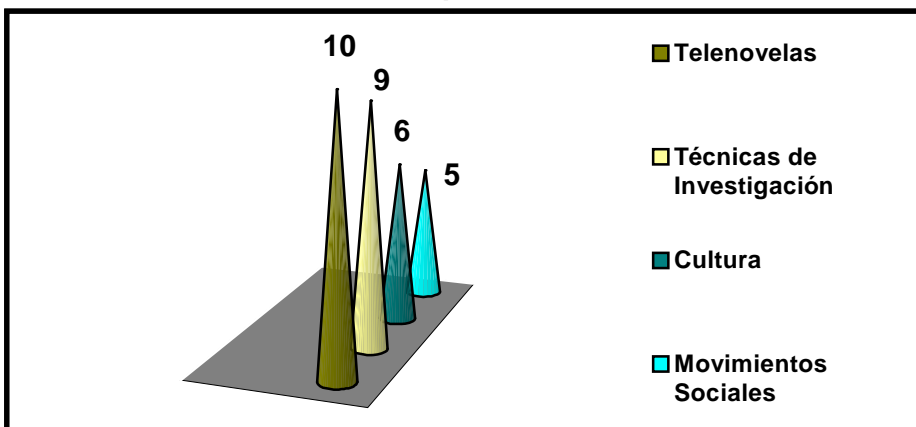
<sup>14</sup> Editorial del No. 1, 1991, de la revista *Versión*. Estudios de Comunicación y Política. UAM-Xochimilco. Pp. 4-8.

Es así como el análisis bibliométrico aplicado permite observar las tendencias temáticas en cada centro, las cuales se encuentran graficadas en relación a los temas y número de productos publicados.

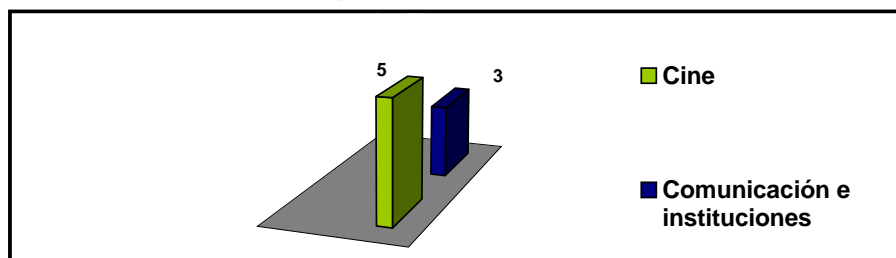
**GRÁFICA 3.4.2**  
Principales temas en  
Comunicación y Sociedad



**Gráfica 3.4.3**  
Principales temas en Estudios sobre las  
Culturas Contemporáneas



**Gráfica 3.4.4**  
Principales temas en Versión



En suma, los medios masivos de comunicación (televisión, prensa, radio, etc.) y el campo de la comunicación han sido el foco de atención para los

investigadores pertenecientes al DECS de la Universidad de Guadalajara. Las telenovelas, las técnicas para su abordaje, la cultura y los movimientos sociales para los miembros del Programa Cultura; y el análisis del cine así como el estudio de la comunicación en relación a las instituciones, para los adscritos a la UAM – Xochimilco.

Los principales temas de cada revista han sido publicados desde el inicio de las mismas, de la mano a los proyectos de investigación de sus respectivos centros. Una excepción son los productos acerca de propio campo de comunicación, publicados en *Comunicación y Sociedad* por primera vez en 1994.

Otras temáticas, variadas, están ligadas normalmente al surgimiento, al desarrollo de los fenómenos comunicativos y sus vínculos con procesos sociopolíticos – económicos y culturales. Así como determinadas teórico – metodológicamente por tendencias norteamericanas, europeas y por algunas pocas latinoamericanas que han ido apareciendo, o redescubriéndose, en el campo de la comunicación tanto nacional como global.

De tal manera que los productos diseminados en 1990 sobre los medios de comunicación y los procesos electorales en México tienen su referencia fundamental en las elecciones de 1988; los estudios sobre el impacto de los medios en la vida cotidiana, así como los usos sociales de los medios, los estudios de la recepción y los análisis de las culturas populares encuentran sustento teórico metodológico en las reelaboraciones hechas a la “corriente de los usos y las gratificaciones”; en las obras de Martín Barbero como “De los medios a las mediaciones”; en la recuperación de los “Cultural Studies”, así como en la “teoría de la estructuración” que traen consigo los investigadores formados, algunos en el extranjero, dentro de diversas disciplinas de las ciencias sociales, muestra del ejercicio multidisciplinario prevaleciente en los centros. Por último, el análisis de los medios y su relación con el contexto internacional pende de las inquietudes surgidas a raíz de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

En 1991 se publica por primera vez en *Versión* sobre las nuevas tecnologías. Posteriormente, en 1993 son diseminados los primeros artículos sobre las creencias y los mitos en esa revista. Proliferan, entonces los estudios de corte más sociológico y antropológico, en los cuales la comunicación es vista como medular para la comprensión de los procesos sociales contemporáneos. Sale a la luz el tema de la recepción, donde el papel del sujeto es redimensionado, secuela del deslizamiento del paradigma dominante y el auge del constructivismo. Finalmente, cercanos al siglo XXI, la globalización toma parte dentro de los estudios efectuados sobre los medios de difusión masiva.

En resumen, las temáticas identificadas dibujan un campo académico de la investigación de la comunicación transdisciplinario en esencia, con tintes profundamente sociológicos, antropológicos y lingüísticos. Los principales tópicos abordados son: los medios de difusión masiva (televisión, prensa, radio); comunicación y cultura; análisis del discurso; las ofertas culturales; las nuevas



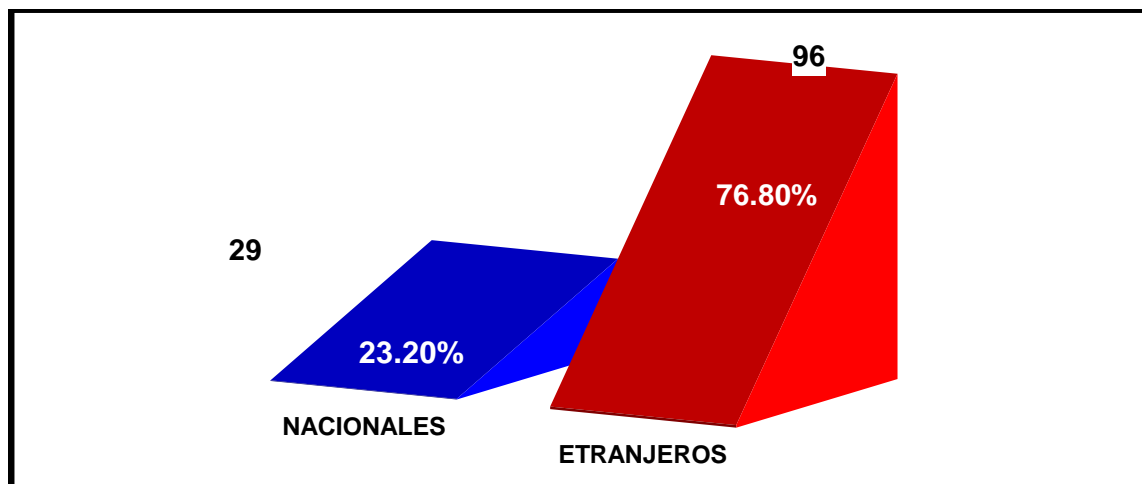
tecnologías; teoría y epistemología de la comunicación; subjetividad y comunicación; organización social y comunicación.

### 3.5. ANÁLISIS DE CITAS

El análisis de citas permite registrar el uso del conocimiento científico implícito en los proyectos de investigación, trazar la influencia de una idea o captar la relevancia de un artículo u obra dentro de una comunidad científica. En el presente estudio al cuantificar las citas emitidas, sólo aquellas que aparecían más de tres veces, dentro de los 184 productos seleccionados se obtuvo un total de 125 referencias a autores nacionales e internacionales.

Como se muestra en la Gráfica 3.5.1, de las 125 citas obtenidas el 76.8% son hechas a obras o artículos de autores extranjeros y sólo un 23.2% a nacionales, lo cual apoya la observación hecha sobre la dependencia estructural de México con Estados Unidos y Europa o como menciona Orozco, “de síntesis entre la metodología norteamericana y la reflexión europea. Este proceso se ha referido como uno de sincretismo (...), ya que combina los procedimientos de las escuelas norteamericanas – primero Chicago y luego Stanford (Schramm), la Escuela de París (Althusser, Mattelart), la Escuela de Moscu (Bajtín) y la Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Habermas)” (Orozco, 1997: 126 – 127).

**GRÁFICA 3.5.1**  
**Citas Analizadas**



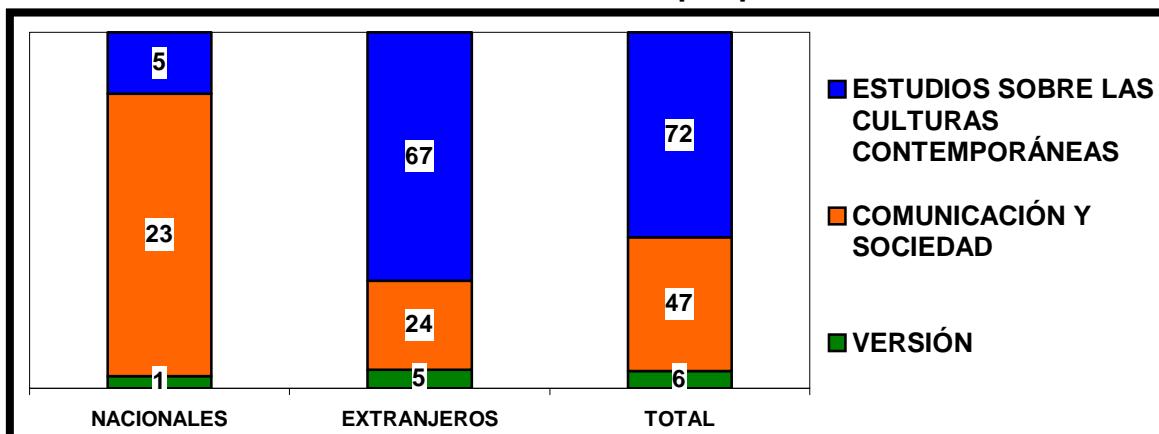
Aún cuando los referentes comunes entre las publicaciones son casi nulos, en términos generales se detecta un predominio de citas a autores u obras europeas, principalmente francesas, siendo las obras del sociólogo Pierre Bourdieu las más citadas, en particular La distinción (1979). Le sigue The constitution of society (1984) del autor inglés Anthony Giddens; la Teoría de la Acción Comunicativa I y II (1989) del alemán Jürgen Habermas, y por último el francés Michel de Certeau, de quien se citan diferentes títulos. La referencia extranjera más antigua es News as a form of Knowledge de Robert Park (1969),

mientras que la obra citada más actual es *The social semiotics of mass communication* de Jensen (1995).

Las citas hechas a extranjeros reflejan cómo los investigadores mexicanos desde los ochenta son parte de una tendencia mundial que busca el regreso al sujeto, “como una reacción a las “teorías estructural – funcionalistas” que han dominado durante largo tiempo la escena sociológica, se han ido afirmando gestiones que consagran otras unidades de análisis, la persona, el grupo, las relaciones intersubjetivas en la experiencia de la vida cotidiana” (Mattelart & Mattelart,1997:89).

De ahí que las referencias predominantes sean a representantes de la sociología interpretativa, heredera de la Escuela de Chicago, del interaccionismo y la etnometodología fundadas por Simmel y Mead; a herederos de la Escuela de Frankfurt; de la teoría semiológica de Greimas; de la Escuela Francesa y de la sociología del presente de Edgar Morin; así como de los Cultural Studies ingleses. Las proporciones de referencias a extranjeros y nacionales detectados en cada publicación se encuentran en la siguiente gráfica.

**GRÁFICA 3.5.2**  
**Distribución de citas por publicación**



Como se muestra en la Gráfica 3.5.2, el mayor número de citas a extranjeros proviene de los productos publicados en *Estudios de las Culturas Contemporáneas*, donde de un total de 72 referencias, el 93.05% son a extranjeros, principalmente franceses como Bourdieu y Robert Fossaert, y el 6.94% a obras o productos de autores nacionales como Bonfil Batalla. Esto está relacionado con la formación de los miembros del Programa Cultura y su interés por estudiar los fenómenos sociales desde la perspectiva cultural; para ello se han apropiado de técnicas como la etnometodología, la historia de vida, la historia oral, la etnografía, etc., creadas y aplicadas por sociólogos como Mead, a quien citan con insistencia. Además de su marcado interés en las ciencias cognitivas y la configuración de las nuevas organizaciones sociales, razones que explican las referencias frecuentes a Morin, Varela y Maturana.

Mientras que el equilibrio se presenta en *Comunicación y Sociedad*, donde 51.06% son referencias a extranjeros y el restante a nacionales, siendo el sociólogo inglés Anthony Giddens y el filósofo español - latinoamericano Jesús Martín Barbero los más citados. Estas referencias enuncian el interés de estudiar los fenómenos comunicativos desde una perspectiva compleja e integral. Así, con Giddens conciben “la imbricación de las prácticas y la estructura, de la acción y la institución, en las relaciones concretas entre prácticas y coacciones exteriores, entre individuos y totalidad social, entre micro y macro” (Mattelart & Mattelart, 1997: 94) y junto con Martín Barbero observan como la cultura es negociada y es un objeto de transacción en una variedad de contextos, que abarca el cine, la prensa popular, la radio, la televisión, el circo, las interpretaciones musicales y muchos otros más.

Por último dentro de las pocas referencias comunes a extranjeros (6) que se presentan en los productos publicados en *Versión*, destaca la presencia de autores como Greimas, Foucault y principalmente Bakhtin. La mayoría de ellos pertenecientes a la corriente lingüística, en especial fundadores de la semiología, interesados por lo tanto en el análisis del discursos de los medios masivos, así como en el caso de Foucault de identificar los dispositivos de la comunicación - poder.

Resulta importante destacar que entre las obras más citadas en cada publicación se encuentran varios libros de texto como a continuación se puede observar en los cuadros que incluyen las principales referencias por revista.

**Cuadro 3.5.1**  
**Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**  
*Programa Cultura – Universidad de Colima*

AUTORES EXTRANJEROS CITADOS EN MÁS DE TRES OCASIONES	NO. DE CITAS
SCHWARTS H & JACOBS (1984): <i>Sociología Cualitativa</i> . Ed. Trillas. México	10
BRUNNER, Jerome (1988): <i>Realidad mental y mundos posibles</i> , Gedisa, Barcelona.	9
FOSSAERT, Robert (1983): <i>La société Tomo VI: Les Structures Ideologies</i> . Seuil, Paris.	9
MAUS, Marcel (1974): <i>Introducción a la etnografía</i> . Ediciones ISTMO, Madrid.	8
MEAD, George Herbert (1968): <i>Espíritu, persona y sociedad</i> . Paidós, Buenos Aires.	8

**Cuadro 3.5.2**  
**Comunicación y Sociedad**  
*DECS – Universidad de Guadalajara*

AUTORES EXTRANJEROS CITADOS EN MÁS DE TRES OCASIONES	No. DE CITAS
MARTÍN BARBERO, Jesús (1987): <i>De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía</i> . México, Barcelona: Gustavo Gili, Mass Media.	11

GIDDENS, Anthony (1984): <i>The constitution of society</i> . Outline of the theory of structuration. Berkeley/ Los Angeles; University of California Press.	8
--	---

### Cuadro 3.5.3

#### **Versión Estudios de Comunicación y Política**

*Departamento de Educación y Comunicación, UAM- Xochimilco*

AUTORES EXTRANJEROS CITADOS EN MÁS DE TRES VECES	NO. DE CITAS
BAKHTIN, M. (1982): <i>Estética de la Creación Verbal</i> , Siglo XXI editores, México.	5

Por último, en relación a las referencias a obras o autores nacionales encontradas (un total de 28 citas), no se distinguen coincidencias entre las publicaciones, aun cuando sí es clara la forma en que se citan. En este sentido, entre las citas obtenidas de *Comunicación y Sociedad* (23 citas) se distinguen artículos y obras de miembros del Programa Cultura y de la UAM- Xochimilco. Así, Jorge González y Gabriel González Molina son referencia para quienes estudian la televisión y los medios impresos y Javier Esteinou para los interesados en el análisis de los medios y la política.

De igual forma, entre las citas localizadas en *Comunicación y Sociedad* se aprecia cómo los productores adscritos al DECS de la Universidad de Guadalajara se citan entre ellos constantemente, mas no en forma reciproca, es decir: Guillermo Orozco es citado por Cervantes Barba, Sánchez Ruiz y Torres San Martín, sin embargo, él no cita a estos autores. En consecuencia, además de Orozco de esta forma son citados también Raúl Fuentes, Fregoso Peralta, Gil Olivo, siendo principalmente Pablo Arredondo una de las referencias frecuentes para su propia comunidad académica, fundamental para los estudiosos de la historiografía de los medios de difusión en Jalisco.

Entre el reducido número de referencias nacionales detectado en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* no se encuentra ningún productor perteneciente a los otros dos centros, y de los autores adscritos a la Universidad de Colima sólo es citado el artículo "Historia de vida y Guía Técnica y Reflexiva" de Jesús Galindo por sus compañeros miembros del Programa Cultura, tanto por Jorge González como por los de formación reciente como Karla Cobarrubias, lo cual sugiere que los productores adscritos a la U. de C. o no leen los productos de investigadores nacionales, a pesar de publicar en su revista el mayor número posible de ellos, o que la distancia entre sus intereses y los de los otros es tan grande que es imposible encontrar apoyo entre los miembros del campo de la investigación de la comunicación en México. En contraste, el autor nacional más citado por ellos, en especial por Galindo, es Guillermo Bonfil Batalla, lo que corrobora el interés de este programa por el estudio de la cultura contemporánea nacional desde una perspectiva antropológica.

Finalmente en *Versión* únicamente es citado en tres ocasiones un autor mexicano: Roland Barthes. La carencia de referentes tanto nacionales como

internacionales comunes se explica, en cierta forma, en la gran diversidad temática manifiesta en esta publicación.

Los obras nacionales más importantes y el número de citas se presentan a continuación en el cuadro correspondiente a cada publicación.

**Cuadro 3.5.4**  
**Comunicación y Sociedad**  
*DECS – Universidad de Guadalajara*

AUTORES NACIONALES CITADOS EN MÁS DE TRES OCASIONES	No. DE CITAS
ARREDONDO, Pablo (1986): <i>Los medios de Comunicación en Jalisco</i> . Cuadernos de Difusión Científica núm. 3. U. de G.	7
FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima (1982): <i>Los medios de difusión masiva en México</i> , México: Juan Pablos Editor.	7
GONZÁLEZ MOLINA, G. (1989): <i>The production of mexican comercial televisión news: The supremacy of corporate racional</i> . Tesis de Doctorado.	7
ARREDONDO, Pablo y SANCHEZ RUIZ, Enrique (1986): <i>Comunicación social, poder y democracia en México</i> , Universidad de Guadalajara, Guadalajara.	6

**Cuadro 3.5.5**  
**Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**  
*Programa Cultura – Universidad de Colima*

AUTORES NACIONALES CITADOS EN MÁS DE TRES OCASIONES	No. DE CITAS
BONFIL BATALLA, Guillermo (1987): <i>México Profundo</i> . Una civilización negada. CIESAS – SEP, México.	6
AGUILAR CAMIN, Héctor (1982): <i>Saldo de la Revolución; cultura y política de México 1910 – 1980</i> . Editorial Nueva Imagen, México.	5

**Cuadro 3.5.6**  
**Versión. Estudios de Comunicación y Política**  
*Programa Cultura – Universidad de Colima*

AUTOR NACIONAL CITADO EN MÁS DE TRES OCASIONES	No. DE CITAS
BARTRA, Roger (1947): <i>La jaula de la melancolía. Identidad y metamofosis del mexicano</i> , Grijalbo, México.	3

Una de las características de las referencias a obras o autores nacionales es su antigüedad, ya que la gran mayoría datan de la década de los ochenta. La más antigua es el artículo de Mariclaire Acosta Urquidi, publicado en 1975, "Comunicación colectiva y socialización política: estudio comparativo del campo y la ciudad", localizado en *Comunicación y Sociedad* y las más actuales, ambas publicadas en 1995, son las obras "Consumidores y ciudadanos. Conflictos Culturales de la Globalización" de Néstor García Canclini y "Desarrollo de las industrias culturales audiovisuales en México y Canadá", proyecto Monarca de Delia Crovi Drueta et al.

En suma, a través del análisis de citas aplicado se observa la fuerte influencia que los modelos norteamericanos y europeos, en especial franceses, imprimen en la forma de pensar la comunicación por nuestros investigadores. Y su referente latinoamericano por excelencia: Jesús Martín Barbero, corrobora la observación hecha por Sánchez Ruiz en torno a que “El movimiento hacia las mediaciones de la cultura y la comunicación, que de hecho no fue privativo de América Latina, sino que ocurrió también en Europa y Estados Unidos durante los ochenta, considero que fue – y sigue siendo – válido y muy importante, en la medida en que, por ejemplo, lo comunicacional “propiamente” se solía ocultar – como de hecho lo siguen haciendo – detrás de los análisis de los medios, en tanto actores económicos y políticos centrales de la segunda mitad del Siglo XX” (Sánchez Ruiz, 2000:519).

Por último, la falta de referentes nacionales comunes deja al descubierto la mínima interlocución formal entre quienes participan dentro del campo académico de investigación de la comunicación en México, su necesidad de publicar distante a la necesidad de leer al otro. Paradoja que es explicada por Price así,

La comunidad científica a través del artículo publicado es y ha sido siempre un medio de establecer conflictos de prioridad por alegato, más que de evitarlos dando información (...) Los alegatos de propiedad científica son vitales para la imagen del científico y de sus instituciones. Por eso los científicos tienen una fuerte urgencia de *escribir artículos* pero sólo un afán moderado de leerlos. Por eso hay una considerable organización social de los científicos cuyo propósito es establecer y asegurar el prestigio y la prioridad que desean por medios más eficientes que el tradicional de la publicación de artículos (Price, 1963, citado por Fuentes, 1998:34).

## CONCLUSIÓN

Las publicaciones pueden desempeñar un papel fundamental, por múltiples razones: como vehículo de transmisión del conocimiento y recursos esenciales para la enseñanza y como medios de comunicación de nuevos hallazgos; para la divulgación de las ciencias, de su historia, sus ideas y sus avances: para la promoción del desarrollo científico; como indicador de la ciencia que producimos y como medio de definición y difusión del vocabulario científico. (CETTO, 1995:30)

Es así como en el presente estudio se ha tenido la pretensión de explicar cómo es que en los productos diseminados a través de las revistas académicas *Comunicación y Sociedad* del Departamento de Estudios de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* del Programa Cultura de la Universidad de Colima y *Versión, estudios de*

*comunicación y política* del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM – Xochimilco, se reproducen los rasgos del campo académico de la investigación de la comunicación en México.

Con este propósito se recurrió a postulados teóricos provenientes de la sociología de la ciencia, disciplina que concibe al conocimiento científico como producto social, destacando en ello el peso de la “comunidad científica” (Kuhn, 1971), así como la definición de campo científico hecha por Bourdieu; junto a la teoría de la comunicación, que contribuyó, en este caso, a distinguir las publicaciones estudiadas como de diseminación, y de la “bibliometría” técnica a través de la cual fue posible cuantificar los productos publicados desde el origen de las revistas y hasta el año 2000 para caracterizar la comunidad académica en cuestión.

Como se dio a conocer la generación del conocimiento científico diseminado por las revistas académicas seleccionadas es determinada por factores externos como son los aportes teórico – metodológicos norteamericanos y europeos que permean a nivel cognoscitivo el quehacer investigativo en el campo académico de la comunicación en México, así como por factores internos, desde estructurales hasta institucionales. Entre estos últimos se contempla la estructura propia del campo, caracterizado en principio por una triple marginalidad<sup>15</sup>, así como por la práctica multidisciplinaria, palpable en los centros editores, en los cuales estudiosos formados en diferentes áreas de las ciencias sociales establecieron la dirección de la investigación a partir de proyectos concretos.

Como resultado del análisis bibliométrico de los productos publicados, se desprende que la dependencia estructural de Latinoamérica con E. U. y Europa detectada por investigadores como Raúl Fuentes (1992) es un rasgo principal del campo académico de la investigación de la comunicación en México, visible tanto en el número de productos diseminados como en los referentes presentes en ellos de procedencia básicamente extranjera.

Los índices de productividad de los investigadores dan muestra de una fuerte tendencia a la concentración en la generación de los conocimientos, puesto que sólo ocho académicos de 69 han publicado más de cuatro productos durante casi dos décadas en estas tres revistas. En este caso, los productores más activos se localizan en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la

---

<sup>15</sup> A finales de los ochenta, los investigadores mexicanos Raúl Fuentes y Enrique Sánchez Ruiz, al analizar las condiciones estructurales dentro de las cuales se produce conocimiento empírico sobre comunicación en México, llegaron a la conclusión de "que nos cubría una *"triple marginalidad"* estructural, que creo que se puede aplicar al resto de Latinoamérica: un primer nivel de marginalidad es la de la investigación científica en general, dentro del marco de las prioridades del desarrollo en nuestras sociedades, respecto del flujo de recursos, y en términos de estatus social. A su vez, la investigación en ciencias sociales es percibida socialmente, y dentro de la comunidad científica misma, como "soft", sospechosa, de segunda, y por lo tanto está en un segundo nivel de marginalidad en los aspectos recién mencionados. La investigación sobre la comunicación, finalmente, es percibida como una especie de "hermanita menor" de las otras disciplinas sociales, inmadura, sin objeto ni métodos, ni teorías propias (SÁNCHEZ RUIZ, 1995: 85

Universidad de Guadalajara y en el Programa Cultura de la Universidad de Colima, centros calificados como de “alta productividad”.

Las restricciones financieras impuestas al quehacer científico nacional así como la escasez de recursos humanos capaces de desarrollar investigación, junto con la fuerte concentración de productores podrían explicar la mediana investigación empírica, cuantitativa y cualitativa, diseminada a través de las revistas, donde un 50% de los productos publicados son ensayos o reflexiones teórico – metodológicas, los cuales aun cuando necesarios no aportan nuevos conocimientos.

Como ya fue señalado en varios diagnósticos del campo académico de la investigación de la comunicación en México (Fuentes, 1987; 1990b; 1991; Fuentes y Sánchez Ruiz, 1992; Orozco, 1997, etc.) el estudio de los medios de difusión masiva (70.65% de los productos), en especial la televisión (con un 11.95%) sigue absorbiendo la atención de los investigadores mexicanos. Sin embargo, cada vez es más evidente la multiplicación de tópicos que acentúa la fragmentación: un 29.34% de los productos hace referencia a objetos de estudio distantes a lo que podría considerarse parte de una disciplina concreta de comunicación. Confirmación del borramiento de fronteras disciplinarias (Geertz, 1980), así como de la constitución multidisciplinaria de la comunicación, entendida en nuestro subcontinente como “un movimiento de intersección que no es, de ninguna manera, una amalgama o síntesis de saberes. Se trata más bien de un producto de las relaciones entre el objeto de estudio, la especificidad de las contribuciones analíticas y la particularidad de la evolución histórica de ambos (Lopes, 2001:49).

Estos tópicos han sido definidos a partir de los proyectos de investigación desarrollados en cada centro. Así, quienes constituyen al Programa Cultura de la Universidad de Colima hermanan la antropología, la sociología y las teorías de la comunicación para estudiar los fenómenos comunicativos desde una perspectiva cultural; en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara se enlazan perspectivas socioculturales, estructurales, pedagógicas, sociológicas y estadísticas en el estudio de los medios de difusión masiva; y en el Departamento de Educación y Comunicación de la UAM – Xochimilco la semántica y semiología son combinadas con perspectivas históricas y políticas para leer los fenómenos comunicativos y detectar principalmente los dispositivos de la comunicación – poder. En resumen, las temáticas identificadas dibujan parcelas del campo académico de la investigación de la comunicación en México transdisciplinarias en esencia, con tintes profundamente humanistas: sociológicos, antropológicos y lingüísticos.

Como confirmación de la dependencia estructural detectada, el análisis de las citas mostró como el sustento teórico –metodológico de los investigadores se encuentra básicamente en obras de autores extranjeros, así como en su afiliación en los ochenta a una tendencia mundial que va dejando de lado aquella visión meramente instrumental de los medios para dar un lugar central a la comunicación



dentro de los procesos socioculturales y al sujeto como elemento tanto determinante como determinado por las estructuras.

Finalmente, la escasa comunicación académica observada entre los productores nacionales – las citas entre ellos son realmente mínimas – obligan a pensar en un distanciamiento a nivel cognoscitivo, es decir, la multiplicación de intereses reflejada en tópicos y enfoques teórico- metodológicos delinear un campo académico de la investigación de la comunicación en México fragmentado, sin encuentros, confrontaciones, ni cooperación, sin condiciones como señalara Rosengren (1993) para “la acumulación de conocimientos necesario para fortalecer al campo “ o si se quiere como comentaba en su momento Gerbner (1983) “ejemplo de vitalidad” por la efervescencia galopante en que se encuentra.

Como todo trabajo descriptivo este ha formulado más preguntas que aquellas que pudiera contestar.

En todo caso, la comunicación nombra hoy a la vez uno de los más fértiles territorios de la investigación social y el espacio social más denso de ensoñaciones y pesadillas, a las que la propia investigación no puede sacarle el cuerpo.

Pues en alguna forma debe enfrentar el síntoma y la paradoja de que en la “era de la comunicación” sea de incomunicación de lo que más parece sufrir tanto la sociedad como los individuos” ( Martín-Barbero, 2001:24)

## BIBLIOGRAFIA

ACOSTA URQUIDI, Mariclaire (1976): "Comunicación colectiva y socialización política: estudio comparativo del campo y la ciudad", en *Estudios Políticos* Vol. 2, Núm. 52, UNAM.

ARREDONDO RAMÍREZ, Pablo (1997): "La génesis de un espacio académico. Notas sobre la construcción del Centro de Estudios de Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara", *Comunicación y Sociedad*, No.30, DECS – U. de G., México, pp. 13- 28.

BARNES, Barry (1974): *Scientific knowledge and sociological theory*, Routledge & Keagan Paul, Londres y Boston.

(1986): *T.S. Kuhn y las ciencias sociales* (1982), CONACYT / Fondo de Cultura Económica (Brevarios, 390), México.

BENIGER, James R. (1994): "Communication- embrace the subject not the field" en *The future of the field I, Journal of Communication*, vol. 43, núm.3.

BLOOR, David (1976): *Knowledge and social imagery*, Routledge & Keagan Paul, Londres.

(1998): *Conocimiento e imaginario social*, Gedisa. Barcelona. España, pp. 286

BORGMAN, Chistine L. (1989): "Bibliometrics and scholarly communication", en *Communication Research*, Vol. 16, núm. 5, pp. 583 – 599.

BOURDIEU, Pierre (1976): "La especificité du champ scientifique et les conditions sociales du progrès de la raison", *Sociologie et Sociétés*, vol. VII, núm. 1, París, pp. 91 – 118. Traducción al español Raúl Fuentes Navarro.

BOURDIEU, Pierre (1979): *La distinction*, Ed. Minuit, Paris.

BRADFORD, S. (1948): *Documentation*, London: Crosby Lockwood.

BROOKES, B. C. (1990): "Biblio -, Sciento -, Infor – Metrics??? What are Talking About?" pp 31- 43, en: *Informetrics 89/90. Selection of Papers Submitted for Second International Conference on Bibliometrics. Scientometrics and Informetrics.* / Edited by L. Egghe and R. Rousseau. Netherland, p. 401.

BURREL, G. y G. MORGAN (1979): *Sociological paradigms and organisational análisis*, Heineman, Londres.

CAMPBELL, F (1896): *The Theory of the International Bibliography*. London, pp. 86- 97. (citado en Gorbea Portal,1994)).

CANELAS RUBIM, Antonio Albino (2001): "La contemporaneidad como edad – media", en Vasallo y Fuentes (comps.) *Comunicación, campo y objeto*, ITESO/ U. de A./ U. De G., pp. 169- 183.

CAPPARELLI, Sérgio y Ida Regina STUMPF (2001): "El campo académico de la comunicación, revisitado", en Vasallo y Fuentes (comps.) *Comunicación, campo y objeto*, ITESO/U. de A./ U. De G., pp. 59 - 76.

CAREY, James (1992): *Communication as culture, Essays on media and society*. Routledge, Nueva York/Londres.

CETTO, Ana María (1995): "Mensaje Inaugural", en CETTO M. y K. HILLERUD (comps.), *Publicaciones Científicas en América Latina*, FCE, ICSU, UNESCO, UNAM y AIC, México, pp. 29 – 31.

COLE, F. J. & EAGLES, Nellie B. (1917): "The history of comparative anatomy. Part I: A statistical Analysis of the literature" – *Science Progress* (U.S.A.) 11 (44): 578- 596.

CRAIG, Robert (1993): "Why are there so many communication theories?" *The future of the field I, Journal of Communication*, vol. 43, núm.3.

CRANE, Diana (1972): *Invisible colleges. Diffusion of knowledge in scientific communities*, The University of Chicago Press, Chicago y Londres.

FUENTES NAVARRO Raúl (1987): *La investigación de la comunicación de México*. Edicom. México.

(1990<sup>a</sup>): "*Cuadernos de Comunicación y la constitución de un campo académico y profesional en México (1975- 1990)*", en *Cuadernos de Comunicación*, N.100, Comunicología Aplicada de México, México, pp. 91- 102.

(1990b): *La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y comunicación*, FELAFACS (Cuadernos de Diálogos de la Comunicación, N.9) Bogotá.

(1991): *La Comunidad desapercibida, Investigación e investigadores en México*, Guadalajara: ITESO/CONEICC, 1991, pp. 260.

(1992<sup>a</sup>): *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, FELAFACS, México.

y Enrique E. SÁNCHEZ RUIZ (1992b): "La investigación sobre comunicación en México: los retos de institucionalización", en OROZCO (coord.) *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas*, Universidad Iberoamericana (Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 3), México, pp. 11 - 38.

(1994 - 1995): "Las publicaciones académicas y la institucionalización del estudio de la comunicación en México", en *Comunicación y Sociedad*, No. 22 / 23, DECS/ U. de G.

(1996): *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986 – 1994*, Guadalajara: ITESO/ Universidad de Guadalajara, 1996.

(1998): *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la comunicación en México*, Guadalajara: Universidad de Guadalajara/ ITESO, 1998, pp. 426.

(1999): "La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI", en *Comunicación y Sociedad*, No. 36, DECS – U. de G., pp.105 - 132.

(2000): "Perspectivas socioculturales postdisciplinarias en la investigación de la comunicación", en OROZCO G (coord.) *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el Siglo XXI*. Proyecto Didáctico Quirón, Ediciones de la Torre, Madrid, pp. 17 -32.

(2001): *Comunicación, utopía y aprendizaje. Propuestas de interpretación y acción 1980 – 1996*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), México.

GALINDO CACERES, Jesús y Carlos E. LUNA (coords.) (1995): *Campo Académico de la Comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*, ITESO/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Pensar la Cultura), México, pp.326.

(1998): "La lucha de la luz y la sombra", introducción al libro *Técnicas de Investigación, en sociedad, cultura y comunicación*, Ed. Addison Wesley Longman, México, pp.9- 25.

- GEERTZ, C. (1980) Blurred genres. *The American Scholar*, 49, pp. 165 – 179.
- GERBNER, George (1983): "The importance of being critical in our own fashion. An epilogue ", *Ferment in the field, Journal of Communication*, vol. 33, núm.3, pp.355 - 362.
- GIDDENS, Anthony (1984): *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*, University of California Press, Berkeley/ Los Angeles.
- GLANZEL, W. y U. Schoepflin (1994): "Little Scientometrics, Big, Scientometrics... and Beyond", en *Scientometrics* (Budapest) 30(2-3): 425 – 428.
- GONZÁLEZ DE LA FÉ, T. y SÁNCHEZ NAVARRO, J. (1988): *Las sociologías del conocimiento científico*, Reis, España, pp. 175 – 124.
- GONZÁLEZ, Jorge A. (1988): "Editorial", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 4-5, época I, Programa Cultura – Universidad de Colima, Colima, México, pp. 5 –8.
- (1995): "Editorial", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 1, época II, Programa Cultura - Universidad de Colima, Colima, México, pp.5-7.
- (1998): "Editorial", en *Estudio sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 8, época II, Programa Cultura - Universidad de Colima, Colima, México, pp.5-9.
- GORBEA PORTAL, Salvador (1994): "Principios teóricos y metodológicos de los estudios métricos de la información", en: *Investigación Bibliotecológica*, v. 8, No. 17, julio/ diciembre. Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas/ Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 23 -32.
- HABERMAS, Jürgen (1987): *Teoría de la acción comunicativa*, 2 tt, Taurus, Buenos Aires.
- HULME, E. W. (1923): *Statistical Bibliography in relation to the Growth of modern civilization*. London.
- IANNI, Octavio (2000): *Enigmas de la modernidad – mundo*, Siglo XXI, México, pp. 7-268.
- JARA E., José Rubén (1981): "Información básica sobre la investigación de la comunicación en México: documentos, instituciones, publicaciones, investigadores y un análisis del estado actual de la disciplina, en *Comunicación, algunos Temas*, año 1, núm. 2- 3- 4, CENAPRO / Armo, México.
- JENSEN, K. (1995): *The social semiotics of mass communication*, Londres: SAGE Publications.
- KRIPPENDORFF, Klaus (1993): "The past of communication ´s hoped - for future", en *The Ferment in the field, Journal of Communication*, vol. 33, núm.3.
- KUHN, T.S. (1971): *La Estructura de las Revoluciones Científicas*, México: FCE Brevarios, núm. 213.
- LAMEIRAS, José y Jesús GALINDO (1994) : "La comunicación como nuevo campo antropológico. Las emergencias en ciencias sociales", en LAMEIRAS, José y GALINDO, Jesús (editores), *Medios y mediaciones. México*, El Colegio de Michoacán.
- LAMO DE ESPINOSA, Emilio, José María GONZÁLEZ G. y Cristóbal TORRES A. (1994): *La sociología del conocimiento y de la ciencia*, Alianza Universidad Textos, Madrid.

- LARA GUITARD, Alfredo (1982): "Papel de la bibliometría en la mejora de los servicios de información y documentación", en *Revista Española de Documentación Científica*, Madrid, España, pp. 203- 207.
- LEVY, Mark y Michael GUREVITCH, (1993): "Editors note", en *The Future of the field, Journal of Communication*, vol. 43, núm. 3, pp. 4- 5.
- LÓPEZ DE PRADO, Rosario (2000): "Bibliometría. Normalización. La Investigación en el campo de la documentación e investigación científica",. On- line. *Internet*. Viable en: <http://www.geocites.com/zaguan2000.html>.
- LOPEZ PIÑERO, J. M. y P. LIAN EBTRALGO (1962): *Panorama histórico de la ciencia moderna*, Madrid, Guadarrama.
- LOPEZ PIÑERO, J. M.; NAVARRO BROTONS, V. y PORTELLA MARCO E. (1989): *La revolución científica*, Madrid, Historia 16.
- LOPEZ PIÑERO, J. M. y TERRADA, M. (1993): *La información científica en Medicina y sus fuentes*, Inst. de Estudios Documentales e Históricos sobre la ciencia, Valencia
- LOTKA, A. J.(1926): "The frequency Distribution of Scientific Productivity", en *Journal of the Washington Academy of Science*, vol. 26, n. 317.
- LULL, James (1997): *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*, Amorrortu editores, Buenos Aires, Argentina.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1987): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Gustavo Gili, Mass Media, Barcelona.
- (1989): *Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*, FELAFACS/Gustavo Gili, México.
- (1990): "De los Medios a las Prácticas", en Orozco, G.(Coordinador): *La Comunicación desde las Prácticas Sociales. Reflexiones en torno a su investigación*. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No. 1. PROIICOM, Universidad Iberoamericana, México.
- (1992): "Pensar la sociedad desde la comunicación: un lugar estratégico para el debate a la modernidad", en *Diá-logos de la Comunicación*, núm. 32, Lima, pp. 28- 33.
- (1998): "Una mirada al campo de la Comunicación", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 34, DECS – Universidad de Guadalajara, México pp. 157 - 175.
- (2001): "Deconstrucción de la Crítica: nuevos itinerarios de la investigación", en Vasallo y Fuentes (comps.) *Comunicación, campo y objeto*, ITESO/ U. de A./ U. De G., México, pp. 15- 43.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (1990): "La epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento", en *Telos*, núm. 22, FENDESCO, Madrid, pp. 65 - 75.
- MARTINO, Luiz C. (2001): "Elementos para una epistemología de la comunicación", en Vasallo y Fuentes (comps.) *Comunicación, campo y objeto*, ITESO/U. de A./ U. De G., México, pp. 75 – 90.
- MATTELART, Armand (1973): *La comunicación- mundo. Historias de las ideas y de las estrategias*, FUNDESCO, Madrid.
- MATTELART, Armand y Michéle MATTERLART (1987): *Pensar sobre los medios, Comunicación y crítica social*, FUNDESCO, Madrid.

(1997): *Historias de las teorías de la comunicación*, Piados, Barcelona – Buenos Aires.

MELODY, Williams H. y Robin E. MANSELL, (1983): "The debate over critical vs. Administrative research: circularity or challenge", en *Ferment in the field, Journal of Communication*, vol. 33, núm. 3, pp. 103 - 106.

MERTON, Robert K. (1980): "Los imperativos institucionales de la ciencia" (1942), en Barnes (comp.), *Estudios sobre sociología de la ciencia*, Alianza Universidad, Madrid, pp. 64 –71.

OROZCO GOMEZ Guillermo, (1997): *La investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina, tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata, Argentina, pp.240.

(coord.) (2000): *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el Siglo XXI*. Proyecto Didáctico Quirón, Ediciones de la Torre, Madrid.

PAISLEY, William (1984): "Communication in the communication sciences", en DERVIN y VOIGT (eds.), *Progress in communication sciences*, vol. V, Ablex, Norwood, NJ, pp. 1- 43.

(1989): "Bibliometrics, scholarly communication and communication research", *Communication research*, Vol. 16., núm.5, pp. 709 – 711.

PARK, Robert E. (1969): "*News as a form of knowledge*": *A chapter in the sociology of knowledge*", en Steinberg, *Mass media and Communication*. New York: Hasting.

PASQUALI, Antonio (1970): *Comprender la comunicación*, Monté Ávila, Caracas.

PINEDA DE ALCÁZAR, Migdalia (2001): "Los procesos de la comunicación a la luz de los medios interactivos. Revisiones conceptuales y de tipologías", en Vasallo y Fuentes (comps.) *Comunicación, campo y objeto*, ITESO/ U. de A./ U. De G., México, pp. 215 - 228.

POTTER, Jonathan (1998): *La representación de la realidad. Discurso, retórica y construcción social*. Barcelona, Piados, pp. 33 – 62.

PRICE, D.S. (1963): *Little Science, Big Science*. New York: Columbia University Press.

PRICE, D.J. (1965): *Networks of Scientific Papers en Science*, n.149. pp. 510 - 515.

PRITCHARD, Alan (1969): "Statiscal bibliography or Bibliometrics", en *Journal of Documentation*, vol. 25, N. 4, pp. 248 - 269.

QUINTO, Teresa (1994): "Editorial", en *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, núm. 4, época II, Programa Cultura - Universidad de Colima, Colima, pp. 5-7.

RANGANATHAN, S. R. (1969): "Librametry and its scope", en *Subject analysis for document finding system. Quantification and librametric studies. Management of translation service*. Indian Statistical Institute (Bangladore, India)/ Documentation Research Training Center: Indian Statistical Institute (DRTC Annual Seminar, 7, Vol. 1:Papers).

ROSENGREN, Karl Erik (1993): "From field to frog ponds", en *the Future of the field I, Journal of Communication*, vol. 43, núm.3.

SAINTOUT, Florencia (1998): "La perspectiva de la recepción de los medios masivos", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 32, U. de G. – DECS, pp.201- 226.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (1988): "La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y México", en Sánchez R.E. (comp.), *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Edicom, México.

(1992): *Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

(1995): "La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales. Nuevos retos y posibilidades", en GALINDO CACERES, Jesús y Carlos E. LUNA (coords.) *Campo Académico de la Comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*, ITESO/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Pensar la Cultura), México, pp.79 - 92.

(2000): "Industrias Culturales y Globalización un enfoque histórico estructural", en OROZCO G (coord.) *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el Siglo XXI*. Proyecto Didáctico Quirón, Ediciones de la Torre, Madrid, pp. 17 -32.

SCHILLER, Dan (1994): "From culture to information and back again: commoditization as a route to knowledge", en *Critical Studies in Mass Communication*, vol.11, núm. 1, pp.92- 115.

VASSALLO DE LOPES, María I. y FUENTES NAVARRO, Raúl (2001) *Comunicación, campo y objeto*, ITESO/U. de A./ U. De G.

(2001) "Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la comunicación", en Vasallo y Fuentes (comps.) *Comunicación, campo y objeto*, ITESO/U. de A./ U. De G., México, pp. 43 – 58.

WOOLGAR, Steve (1976): "The identification and definition of scientific collectives", en LEMAINÉ, McLEOD, MULKAY, WEINGART (eds.), *Perspectives on the emergence of scientific disciplines*, Mount/Aldine, LA Haya- Paris/Chicago, pp. 233- 245.

ZIPF, G. K. (1949): "Human behavior and the principle of least effort. Cambridge Mass.: Addison – Wesley.