

# RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

[Sobre la Revista](#)

[Contribuciones](#)

[Directorio](#)

[Buzón](#)

[Búsqueda](#)

Especial de [Sala de Prensa](#) para Razón y Palabra  
**"Alcance, límites y repercusión del Periodismo de Investigación"**

**Mayo -Julio 2001**

**Número 22**

**Coordinación: Gerardo Albarrán de Alba**

***Editorial. Nueva era, cambios y formas de ver el periodismo***

No es extraño recordar los primeros días dentro de la universidad; iniciando las primeras notas...

---

**Diferencias en el periodismo de investigación en Estados Unidos y Latinoamérica**

**Gerardo Albarrán.** El calor de la playa Coronado, en la costa occidental de Panamá, ayudó a encender la discusión. Gustavo Gorriti y Andrés Oppenheimer se habían estancado en la que parecía la mayor diferencia en el periodismo de investigación.

---

**Riesgos del periodista al investigar corrupción de dictaduras militares**

**Silvia Gereda.** Para conocer los riesgos a que se expone el periodista de investigación de hoy, es indispensable conocer cómo surgió la Guatemala militarizada.

---

**Verdades tácticas y estratégicas**

**Gustavo Gorriti**

¿Qué define al periodismo de investigación? ¿Cuáles son sus alcances y limitaciones? En eventos recientes me tocó participar en discusiones sobre el tema.

---

**El periodismo de investigación en Argentina**

**Dafne García Lucero**

De la modernidad se desprenden proyectos y productos culturales que era posible catalogar dentro de las categorías de lo culto, lo popular y lo masivo.

---

### **¿Ocaso del periodismo de investigación en Chile y América Latina?**

**Juan Jorge Faundes Merino**

Chile es hoy uno de los parientes pobres en América Latina en materia de periodismo de investigación, y no porque en el resto de los países esté precisamente en su apogeo.

### **El periodismo de investigación en El Salvador: Una visión futurista**

**Antonio Herrera Palacios**

Por naturaleza propia el periodismo debe ser investigativo. De hecho, la investigación forma parte importante en el proceso de recolección y transmisión de información hacia la opinión pública.

---

### **Nicaragua: de la "denunciología" al periodismo de investigación.**

**Guillermo Cortés Domínguez**

Por naturaleza, el periodismo es investigativo, incluso tratándose de una pequeña y aparentemente inocua y no tan trascendente nota informativa...

### **El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática**

**Darío Klein**

La tarea de "perro guardián" que el sistema democrático le asigna a la prensa se ve potenciada cuando hablamos de periodismo de investigación.

---

### **Por qué la democracia necesita del periodismo de investigación**

**Silvio Waisbord**

Durante la década de 1970, los reporteros desempeñaron un papel decisivo en revelar lo que llegó a ser el escándalo político más grave de Estados Unidos del período posterior a la Segunda Guerra Mundial.

### **¿Quién vigila a los medios?**

**Virginia Whitehouse**

La función del periodismo en la democracia estadounidense ha evolucionado para incluir su función de vigilante del gobierno; es decir, se espera que los periodistas investiguen cuándo los funcionarios elegidos violan los derechos y libertades del ciudadano común.

---

### **Jornalismo de precisão: história e conceito**

**Lara Viviane Silva de Lima**

A partir da década de 80, grandes jornais americanos passaram a fundamentar suas notícias e reportagens em pesquisas próprias, em parte por desacreditarem nas pesquisas solicitadas por políticos...

### **Problemas jurídicos y de mentalidad en el ejercicio del periodismo de precisión en España**

**José Luis Dader**

James Madison, el cuarto presidente de Estados Unidos, advertía de esta manera contra las restricciones legales o mentales en el acceso a las fuentes de información...

---

### **Impulsos para el periodismo de precisión en Venezuela**

**Patricia Blanco Barrios**

Hablar del Periodismo de Precisión en Venezuela muy probablemente resulte bastante similar a describir la historia que esta disciplina ha acumulado en otros países iberoamericanos.

---

## ARTÍCULOS VARIA

---

### Las implicaciones del diseño instruccional en la creación de actividades de aprendizaje para grupos masivos mediante el uso de la tecnología electrónica y la telecomunicación

**Mauricio Vega Simón**

En el *Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey ITESM*, la modalidad de educación a distancia llamada Universidad Virtual pretende la creación de un paradigma educativo...

---

### Periodismo en El Salvador en Casa de Herrero Cuchillo de Palo una fiscalización pendiente

**Mario Alfredo Cantarero**

"Resulta curioso cómo los medios de comunicación de masas, que son tan agresivos para examinar el desempeño del resto de los actores sociales y políticos, no lo son con ellos mismos..."

### El cambio de código, like a Rock

El cambio de código o el cambio de lenguas es una manera en que dos personas pueden hablar mientras usando las dos lenguas que ellos hablan. Cuando una persona alterna códigos muestra que él/ ella tiene un control gramatical de los dos idiomas.

---

### Lo humano e inhumano en el hombre

**Mariano Querol**

Un ensayo en torno a la dialéctica posmoderna y su significado para el tener y ser en el seno de multisistemas abiertos cambiantes...

### Descubrimientos y encubrimientos del periodismo de investigación

**Carlos A. Sortino**

Cualquiera sea su fundamento ideológico, el periodismo de investigación se define instrumentalmente...

---

### El Ombudsman. Su impacto en los países latinoamericanos

**Mireille Roccatti**

Génesis

La generosa Institución nace en Europa, y su más remoto antecedente se localiza en la figura del "Justittie Kansler" creado por el Rey Sueco en el Siglo XVI. En un principio, este órgano actúa como Delegación de la Corona cuyas funciones, entre otras...

### Espacio, ciberespacio, hiperespacio

**Suely Frago**

El advenimiento y el desenvolvimiento de las tecnologías digitales viene provocando aceleradamente modificaciones no apenas en la organización social, económica y política mundial, pero, también - y tal vez principalmente - en los modos de percibir, pensar y hacer sobre el mundo dicho 'real' y la propia condición humana.

---

**El impacto del pensamiento de Armand Mattelart en la academia de comunicación mexicana**

**Javier Esteinou Madrid**

En la década de los años 60s. en un clima académico de reinado del pensamiento de la escuela funcionalista, especialmente del difusionismo norteamericano, llega Armand Mattelart a América Latina.

**Posmodernidad, crisis de representación y democracia electrónica**

**Bettina Martino**

La intersección de los fenómenos de declive de las instituciones tradicionales de la democracia, crisis de representación y mediatización de la política ha dado lugar a la construcción de una gran cantidad de denominaciones...

---

## SECCIONES

---

**El Tiempo**

**Leonardo E. Cativa**

No hay característica que diferencie más a la sociedad occidental actual de las sociedades anteriores, sean de Europa u Oriente, como su concepción del tiempo.

**El margen**

**Ramiro Noriega**

Concebir la existencia del mesías sin antes presumir la existencia del margen resulta insulso. Por el margen corre la tinta —la sangre—...

**¿Qué es ser Luis Cardoza y Aragón?**

**Jaime Barrios Carrillo**

Luis Cardoza y Aragón no quería saber de anclas ni de amarres. No amaba los puertos sino el navegar en océanos con forma de tiempo, es decir un río.

---

## Galería

**Premios de fotografía  
52 aniversario de la  
Escuela de Periodismo  
"Carlos Septién García"**

© Derechos Reservados 1996- 2001

**Razón y Palabra** es una publicación electrónica editada por el Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México.

# RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

[Sobre la Revista](#)

[Contribuciones](#)

[Directorio](#)

[Buzón](#)

[Búsqueda](#)

## El Impacto del Pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de Comunicación Mexicana

Por [Dr. Javier Esteinou Madrid](#)

Número 22

Número Actual

**Mayo - Julio 2001**

### I.- El impacto cultural de Armand Mattelart en América Latina.

En la década de los años 60s. en un clima académico de reinado del pensamiento de la escuela funcionalista, especialmente del difusionismo norteamericano, llega Armand Mattelart a América Latina. Inicia sus trabajos de investigación y aportación teórica en el Centro de Demografía de la Universidad Católica de Chile, en Santiago de Chile, para continuar más adelante en el Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN) de la misma institución. Trabaja intensamente en Chile y posteriormente en Argentina, Cuba, México y los principales países de la región hasta 1973 cuando el golpe militar en contra del gobierno del Presidente socialista chileno Salvador Allende lo obliga a salir abruptamente del país y buscar refugio en París, Francia.

A lo largo de su muy fecunda obra teórica, histórica, política y crítica, Armand Mattelart produce más de 32 libros como autor y coautor y cientos de artículos especializados sobre los problemas centrales de la comunicación en América Latina, Europa y en el mundo en general. Entre sus principales obras destacan *Prefiguración de la Ideología Burguesa: Lectura Ideológica de Una Obra de Malthus* (1), *Juventud Chilena: Rebeldía y Conformismo* (2); *Para Leer al Pato Donald* (3), *Prensa y Poder* (4), *La Ideología de la Dominación en una Sociedad Dependiente* (5), *Los Medios de Comunicación de Masas. La Ideología de la Prensa Liberal en Chile* (6), *La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación* (7), *Agresión desde el Espacio* (8), *La Cultura Como Empresa Multinacional* (9), *Comunicación Masiva y Revolución Socialista* (10), *Multinacionales y Sistemas de Comunicación* (11), *Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación* (12), *Cultura y Comunicaciones de Masa* (13), *Comunicación y Transición al Socialismo* (14), *Frentes Culturales y Movilización de Masas* (15), *Mass Media, Idéologies et Mouvement Révolutionnaire* (16), *Communication, And Class Struggle. Capitalism, Imperialism* (17), *El Medio de Comunicación de Masas en la Lucha de Clases* (18), *Medios Masivos y Lucha de Clases* (19), *Medios de Comunicación: Mito Burgués vs Lucha de Clases* (20), *Los Medios de*

Comunicación en Tiempos de Crisis (21), América Latina en la Encrucijada Telemática (22), Comunicación y Nueva Hegemonía (23), Cultura Contra la Democracia (24), Comunicación e Ideologías de la Seguridad (25), Televisión Alternativa (26), La Comunicación Como Construcción de Un Mundo Alternativo (27), El Carnaval de las Imágenes: La Ficción Brasileña (28), Mercados Internacionales de la Imagen en Búsqueda de Una Perspectiva Alternativa (29), La Publicidad (30), La Internacional Publicitaria (31), International Image Markets: In Search of An Alternative Perspective (32), Advertising Internacional: The Privatización of Public Space (33), Tecnología, Cultura y Comunicación (34), La Mundialización de la Comunicación (35), Historia de las Teorías de la Comunicación (36), Pensar Sobre los Medios (37), Technology, Culture And Communication: A Report to The French Minister of Research And Industry (38), La Invención de la Comunicación (39) y La Comunicación Mundo (40), Historia de la Utopía Planetaria (41), entre otros.

Entre sus principales artículo sobresalen los siguientes: El Medio de Comunicación de Masas en la Lucha de Clases (42), Los Medios de Comunicación de Masas en un Proceso Revolucionario (43), La Comunicación de la Crisis (44), Notas Sobre el Gremialismo y la Línea de Masas de la Burguesía Chilena (45), Los Medios de Comunicación Masiva en Una Situación Prerrevolucionaria (46), La Industria Cultural no es Una Industria ligera (47), La Industria Sésamo (48), El Imperialismo en Busca de la Contrarevolución Cultural (49) Multinacionales y Sistemas de Comunicación (50), Comunicación y Cultura en América Latina (51), Hacia la Formación de los Aparatos Ideológicos del Estado Multinacional (52), Notas al Margen del Imperialismo Cultural (53), Una Cultura Para Administrar la Crisis (54), Plaza Sésamo y la Coartada de la Neutralidad (55), Otra Ofensiva de las Transnacionales: las Nuevas Tecnologías de Comunicación (56), La Institucionalidad de los Estudios de Comunicación (57), Los Nuevos Escenarios de la Comunicación Internacional (58), Construir la Democracia (59), Against Global Inevitability (60), y muchos más.

A través de sus múltiples reflexiones y búsquedas intelectuales durante más de 3 décadas Armand Mattelart examina en su pensamiento realidades como cultura y demografía (61), juventud e ideología (62), comunicación y aparatos ideológicos (63), el imperialismo cultural (64), la cultura de masas y la economía de guerra (65), la monopolización creciente de la tecnología comunicativa, la agresión cultural, la industria del turismo en la reconversión del capitalismo, la economía política de la comunicación (66), la ideología tecnocrática del imperialismo, el autoritarismo de la comunicación, la devolución del habla al pueblo, comunicación y democracia (67), la noticia como mercancía, el control de los medios, el hombre nuevo en la comunicación masiva (68), la civilización de la electrónica, la pentagonización de las comunicaciones, la liberalización del espacio, las multinacionales y la cultura (69), la democratización de la comunicación (70), la cultura en las guerras de liberación (71), los aparatos ideológicos de Estado y lucha de clases (72), la prensa y la lucha ideológica en los cordones industriales de Santiago de Chile (73), los medios en situaciones prerrevolucionarias (74), la comunicación en los estados de excepción, la internacionalización de la industria de la cultura (75), la geoestrategia de las redes (76), los medios-mundo (77), los nuevos paradigmas en la teoría de la comunicación (78), la privatización del consenso (79) el poder de la propaganda (80), la historia de las teorías de la comunicación (81), la desreglamentación de los flujos de información (82), las utopías de los vínculos de las redes, las tecnologías y las ciudades comunitarias (83), entre otros.

Con la construcción de estos planteamientos conceptuales, Armand Mattelart introduce desde la década de los 70s. una muy provocadora visión teórica, política y

metodológica de la comunicación en casi todas las escuelas de comunicación, cultura, sociología, ciencias políticas, economía, educación, trabajo social, lingüística, etc. de México y América Latina que dió origen a una nueva línea de análisis dentro de la sociología de la comunicación y la cultura. Su matriz epistemológica central partió de la necesidad indispensable de comprender los procesos de la comunicación, desde fuera de la comunicación misma, para examinarla a partir del complejo de relaciones políticas, económicas, sociales, culturales, humanas, donde cobra vida, actúa y se determina. Es decir, para comprender la comunicación, hay que olvidarse de ésta e interpretarla desde la cultura y los grandes procesos de la reproducción social.

Si algo aportó la reflexión de Armand Mattelart para entender los procesos de cultura y de comunicación en América Latina, fueron las bases de la economía-política para comprender la reproducción de dichos fenómenos en las sociedades contemporáneas y algunas vías para su transformación.

Con sus aportaciones teóricas, produjo un parteaguas conceptual original que fermentó la conciencia de la comunicación en la academia latinoamericana y planteó otras preguntas e inquietudes políticas que generaron una revolución del conocimiento de la comunicación en ese período. Apoyado en una metodología marxista de interpretación de los fenómenos sociales, originó una nueva escuela de pensamiento crítico en la región que se convirtió en un eje epistemológico fundamental para analizar la comunicación latinoamericana durante varios años (84). Así, durante varias décadas emergieron diversas generaciones de jóvenes comunicadores que adoptaron su visión para comprender, trabajar y transformar de manera crítica los procesos de comunicación social en México y América Latina.

De esta forma, surgió en las escuelas de comunicación latinoamericanas un nuevo dique conceptual crítico que colocó en el lugar limitado que le correspondían a las corrientes estructuralistas y funcionalistas, norteamericanas y europeas, que reinaban en los centros universitarios de la región, y sentó las bases teóricas para pensar desde la sociología y la economía política de la información diversas posibilidades que permitieran construir otros procesos de comunicación colectivos en nuestras sociedades. En síntesis, se puede decir que en el último tercio del siglo XX la obra de Armand Mattelart, le proporcionó a México y América Latina otros ojos críticos para ver e imaginar la comunicación dentro de los procesos de reproducción y transformación social. Sin la aportación de Mattelart la ceguera teórica e histórica del conocimiento totalizador de la comunicación colectiva hubiera continuado existiendo varias décadas más en América Latina.

## **II.- El olvido**

Sin embargo, no obstante la trascendental e histórica aportación conceptual de Armand Mattelart para entender las claves del modelo de información dominante en México y América Latina y construir otros procesos culturales alternativos que permitan la sobrevivencia democrática de las naciones y el surgimiento de un nuevo ser humano; sorpresivamente, a finales de la década de los años noventa, su pensamiento ha sido olvidado y desconocido por la mayoría de la academia y las escuelas de comunicación en México y en otras partes de América Latina. Esta situación ha llegado a tal extremo que, por ejemplo, en la actualidad en México el 91 % de los nuevos alumnos de las carreras de comunicación al terminar de estudiar su profesión no saben quien es Armand Mattelart, el 78 % de los nuevos profesores actuales tampoco lo reconocen, y los cursos y programas de estudio oficiales de la mayoría de las escuelas

de comunicación ya no incluyen en sus cursos su obra como referencia bibliográfica necesaria (85). Cuando más sólo alguno de sus últimos textos son incluidos tardíamente en programas especializados de información, como los posgrados o diplomados. Es decir, es una acumulación conceptual que espontáneamente ya no se discute, ni se toma como referente central para asimilar y cambiar los tiempos culturales de las postrimerías del siglo XX.

Un estudio realizado sobre una muestra de 120 alumnos y 60 profesores de las carreras de Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), la Universidad Iberoamericana (UIA), la Universidad Intercontinental (UIC), el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), la Universidad del Valle de México (UVM) y la Universidad Autónoma de México (UNAM), en la Ciudad de México, D.F., en abril y mayo del 2000; reflejó que el 91 % de los alumnos de las escuelas de comunicación que están a punto de terminar sus estudios no saben quien es Armand Mattelart y sólo el 9 % si lo conoce. (Gráfica No. 1).

GRAFICA No. 1.

POBLACION DE ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACION MEXICANAS QUE CONOCEN A ARMAND MATTELART.

De ese 9 % de estudiantes que si lo reconocen, el 33 % confirma que el libro que más conoce de Armand Mattelart es "Para Leer al Pato Donald", el 13 % "La Comunicación Mundo", el 4 % "Pensar Sobre los Medios", el 4 % "Historias de las Teorías de la Comunicación" y el 46 % restante no recuerda el nombre de sus libros (Gráfica No. 2).

GRAFICA No. 2.

¿ CUALES SON LOS LIBROS DE ARMAND MATTELART MAS RECONOCIDOS POR LOS ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACION ?.



De esa población del 9 % que si lo ubican, el 32 % responde que el último libro que ha leído de Armand Mattelart es "Para Leer al Pato Donald", el 8 % "La Comunicación Mundo", el 8 % "Historias de las Teorías de la Comunicación", el 4 % "Multinacionales y Sistemas de Comunicación", el 4 % "Pensar Sobre los Medios" y el 44 % no recuerda cuál es el último libro que leyó. (Gráfica No. 3).

GRAFICA No. 3.

¿ CUAL ES EL ULTIMO LIBRO DE ARMAND MATTELART LEIDO POR LOS ESTUDIANTES DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACION ?.

Finalmente, ese 9 % de estudiantes que si lo conocen dan testimonio que las principales aportaciones que les proporcionó el conocimiento del pensamiento de Armand Mattelart, son las siguientes:

- Entender la comunicación como un fenómeno complejo.
- Comprender la relación entre imperialismo y medios de difusión.
- Conocer otras posiciones críticas ante las teorías tradicionales de la información.
- Analizar la reestructuración de la comunicación de manera global.
- Examinar el papel de los medios en el proceso de reproducción social.
- Descubrir los vínculos entre economía, política y comunicación.
- Examinar la homogenización cultural de las sociedades por la acción de los mass media.
- Conocer nuevos modelos de comunicación alternativa.
- Entender la dependencia cultural del pensamiento comunicacional latinoamericano en la década de los 70s. de las escuelas norteamericanas de comunicación

Por otra parte, el 78 % de los profesores actuales de las universidades mexicanas estudiadas tampoco reconocen quien es Armand Mattelart y sólo el 22 % si ubican quién es. (Gráfica No. 4).

GRAFICA No. 4.

POBLACION DE PROFESORES DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACION MEXICANAS QUE CONOCEN A ARMAND MATTELART.

De ese 22 % de profesores que si lo reconocen, el 55 % designaron a "Para Leer al Pato Donald" como el principal libro de ese autor, el 16 % a "Historias de Las Teorías de la Comunicación", el 12 % a "Comunicación Mundo", el 5 % a "Pensar los Medios", el 2 % a "La Cultura Como Empresa Multinacional", el 2% a "América Latina en la Encrucijada Telemática, el 2 % a "La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación" y el 2 % restante población del 22 % de docentes que si lo ubican, el 41% señala que el último libro que ha leído de Armand Mattelart es "La Comunicación Mundo", el 30 % "Historias de las Teorías de la Comunicación", el 8 % "Pensar Sobre los Medios", el 7 % "Para Leer al Pato Donald", el 6 % a "La Cultura Como Empresa Multinacional", el 2 % a "América Latina en la Encrucijada Telemática, el 2 % a "La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación" y el 4 % restante no recuerda. (Gráfica No. 6).

GRAFICA No. 6.

¿ CUAL ES EL ULTIMO LIBRO DE ARMAND MATTELART LEIDO POR LOS PROFESORES DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACION ?.

De ese 22 % de profesores que si leen a Armand Mattelart, el 52 % incluyen sus textos en los cursos de licenciatura, el 8 % en maestría, el 5 % en doctorado y el 35 % no lo consideran. (Gráfica No. 7).

GRAFICA No. 7.

¿ EN QUE NIVELES DE ENSEÑANZA DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACION SON INCLUIDOS LOS LIBROS DE ARMAND MATTELART ?.

Finalmente, ese 22 % de docentes que si lo conocen certifican que las principales aportaciones que les proporcionó el conocimiento del pensamiento de Armand Mattelart, son las siguientes:

- Entender a las industrias culturales como aparatos ideológicos.
- Comprender la relación entre la cultura de masas y la economía de guerra.
- Revelar los procesos autoritarios de la comunicación.
- Diferenciar críticamente las diversas teorías de la comunicación.
- Establecer las vinculaciones entre globalización y procesos de comunicación.
- Conocer la dinámica creciente de la monopolización de la tecnología comunicativa.
- Analizar la comunicación como mercancía.
- Descubrir los nuevos mecanismos de la desregulación informativa.
- Entender la dependencia cultural que se forma a través de los medios de información.

Es por ello, que ahora 30 años después de la aportación de esta gran semilla intelectual para el pensamiento comunicacional mexicano y latinoamericano, es necesario preguntarnos ¿ Qué ha sucedido en la academia mexicana y latinoamericana que ha colocado en el olvido y en el desconocimiento la gran contribución intelectual de Armand Mattelart para entender la era informativa y cultural de finales de milenio y principio del nuevo siglo ?.

### **III.- Las razones**

Ante esta realidad podemos decir que desde la década de los 70s. Armand Mattelart aportó una gran riqueza teórica y política para hacer avanzar el pensamiento comunicacional en América Latina y que dicho fenómeno de amnesia académica, se ha originado por las siguientes 14 causas:

1.- Modernidad v.s Pasado. Desde el momento en que los centros de estudio de la comunicación mexicana y latinoamericana han sido atravesadas por las leyes de la modernidad globalizadora, especialmente tecnológica, han asimilado los principios de que lo avanzado, es lo reciente y lo inmediato; y no lo pasado. Así, el movimiento de la modernidad ha acentuado la contradicción existente entre lo tradicional y lo moderno en el campo de la cultura y la información. No debemos olvidar que uno de los ejes de construcción y valoración de lo moderno es lo que aparece como nuevo y actual, y no lo que figura como viejo.

En este sentido, se observa que "lo nuevo es uno de los aspectos centrales y de culto del proceso de la modernidad, y no dejar de serlo -al contrario, se agudiza- en los actuales momentos tanto posmodernos como neoliberales. Antes y hoy estar al día. O ser moderno o posmoderno, significaba y significa tener y/o conocer lo nuevo, termino que cada vez aparece en todo, desde en anuncios y etiquetas comerciales hasta en las temáticas de encuentros y eventos científicos.... Dicha tendencia, se ha acentuado tanto que ha logrado que lo nuevo tenga menos duración y pronto, muy pronto, se convierte en antiguo y obsoleto" (86).

La aplicación de esta tendencia cultural al interior de la academia de la comunicación ha contribuido a plantear que el pensamiento de Armand Mattelart, ya es anacrónico por simplemente pertenecer al pasado y no al presente. Así, sin haber examinado el desarrollo y la estructura conceptual del pensamiento crítico de Armand Mattelart, la academia mexicana y latinoamericana, gradualmente lo han olvidado y marginado, señalando infantilmente que ya está "superado" por pertenecer al pasado. Por consiguiente, sin conocer dicha construcción teórica asombrosamente la actual "modernidad intelectual" de la comunicación latinoamericana ha olvidado paulatinamente la riqueza de la obra de Armand Mattelart.

2.- Cultura Básica v.s Cultura Parasitaria. Los gigantescos torrentes de información cotidiana que produce la carrera de la modernidad a través de los medios de difusión colectivos y las nuevas tecnologías de información, han ocasionado una grave dificultad para diferenciar lo sustancial de lo accesorio y trazar jerarquías para conservar lo fundamental. Esto ha generado en la academia la presencia de un mundo de información parasitaria que ha contribuido a revolver y sepultar los conocimientos sustanciales para substituirlos por concepciones pragmáticas superficiales o de moda, de muy corto plazo.

Elo significa, que a finales de la década de los noventas, la enseñanza de la comunicación mantiene un fuerte sesgo del conocimiento que privilegia el desarrollo de las modas informativas o el tecnologisismo espectacular y no el rescate de la herencia del pensamiento crítico profundo. Este es el caso de las contribuciones muy relevantes de Mattelart que han quedado ahogadas por un mar de información light o terceraria que sólo sobreviven con apuntalamientos de estrategias de marketin coyuntural y que han obstaculizado el reconocimiento del pensamiento profundo al producir inmensas cantidades de basura intelectual.

Sobre ello, hay que tener en cuenta que "el mundo light siempre ha existido pero nunca alcanzó las magnitudes presentes en un desarrollo que permite ver su imparable crecimiento a niveles todavía mayores. Ahora todo tiende a ser leve y liviano, pero ya no visto como criticable o superficial, sino como valioso, digno, y necesario, como un avance de lo moderno que permite estar y vivir mejor o con menos problemas. Lo light aparece en todo, y muchas veces con títulos y anuncios que lo destacan: en alimentos y bebidas, en literatura (los llamados best sellers, pero no en los títulos que alcanzan gran difusión y tienen calidad, sino en la hecha intencionalmente con tal fin, dominante en publicaciones periódicas), en la programación radial, televisiva y cinematográfica que es absolutamente dominante, etcétera" (87).

Así, la cultura de finales del siglo XX e inicios del XXI se ha caracterizado por tener rasgos fuertemente lights que llevan a la "búsqueda de la liviandad, el hedonismo epidérmico, la vida del aquí y ahora, las seducciones inmediatas sin mucha importancia por el futuro, el sumergirse en experiencias sensoriales de todo tipo, la velocidad y rapidez para encarar todo, la obtención de efectos concretos, rápidos y con el menor esfuerzo posible, etc" (88).

Toda esta atmósfera cultural posmoderna que también ha permeado a los centros de formación y pensamiento comunicacional, ha contribuido sustancialmente al olvido de las aportaciones conceptuales de Armand Mattelart.

3.- El Abandono de las Raíces del Conocimiento Crítico. La caída del Muro de Berlín y el desmembramiento de los países socialistas de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), propició a nivel internacional un clima intelectual acríico de descalificación a priori del marxismo como corriente de pensamiento y de práctica política en el mundo contemporáneo. Esto contribuyó en México y América Latina a que, sin haberse discutido el pensamiento de Armand Mattelart, silenciosamente se le haya substituido, y en algunos casos, sin haberlo conocido, banalmente se haya descalificado, argumentando que está atravesado por una epistemología marxista anacrónica de interpretación de las realidades comunicativas que no es útil para los fines de la modernidad.

En este sentido, es importante subrayar que "múltiples artículos, investigaciones y publicaciones indican que esta postura crítica es cada vez menor, mientras se extiende un conjunto de estudios e investigaciones con tendencias tecnocráticas, pragmáticas, de descontextualización de la parte respecto al todo, acrílicas respecto a los marcos políticos e ideológicos predominantes, que vuelan por diferentes galaxias teóricas sin nunca aterrizar en la realidades que dicen analizar o investigar, o despolitizadas de manera explícita o con una idea de política que conduce a la abstracción estéril o queda en un discurso lleno de palabras pero vacío de contenido" (89).

Es por ello, que hay que considerar que, en términos generales, con la implantación del neoliberalismo "no se ha dado el auge de proyectos de cambio, sino todo lo contrario: se han producido múltiples variantes de posturas genéricamente conocidas como posmodernas en el campo intelectual-cultural; crisis y decadencia de proyectos rebeldes, revolucionarios o alternativos; crecimiento de posturas conservadoras clásicas o aggiornadas de la nueva derecha; crisis de paradigmas y de utopías en todos los terrenos, etc. En tal contexto, ha cambiado rotundamente el rol o papel del intelectual, que de fiscal o crítico, hoy predominantemente, con notorias e importantes excepciones, ha perdido tal condición para adecuarse, e incluso defender, a las leyes (implícitas o explícitas) de la competencia, rendimiento, adecuación, etc. de una economía de mercado que no respeta ni le interesan las críticas y cuestionamientos de fondo por parte de quienes viven bajo su cobijo y subsidios (estatales o privados). Nunca como ahora ha predominado tanto el pensamiento unidimensional tal como lucidamente lo describió Marcuse, sea por tal disminución de la crítica cuestionante, como porque una mayoría de la que hay (y se difunde), se ubica en terrenos esterilizantes, deshistorizados e inocuos del peor de los discursos posmodernos de moda (90).

Dentro de este marco histórico se constata una tendencia "donde pareciera que el intelectual crítico ha perdido el papel clásico que ha tenido siempre en la historia, para convertirse, salvo excepciones, en integrados o con una postura sólo supuestamente crítica" (91).

Así, debido a estas dinámicas ideológicas, sin haberse examinado la obra intelectual de Armand Mattelart irresponsablemente se le ha sepultado en el silencio del pasado, sin que se haya precisado si podía seguir soportando epistemológicamente la prueba de la realidad o del transcurso del tiempo.

4.- El Imperio del Conocimiento Pragmático. Debido al cultivo de la "tendencia altamente mercantilista y pragmática que ha caracterizado el desarrollo de la estructura cultural del modelo neoliberal en México y América Latina desde la década de los 80s., se ha acentuado la dinámica de desproteger e incluso hacer desaparecer la investigación de la comunicación de carácter humanista y social; y se ha impulsado desmedidamente desde las políticas oficiales científicas y educativas de los Estados nacionales latinoamericanos los estudios marcadamente tecnológicos, pragmáticos y eficientistas de la información" (92).

En este sentido, por ejemplo, "han surgido intensamente en la región las investigaciones sobre las características físicas de las nuevas tecnologías de información la ampliación de la televisión directa, la introducción de internet, la expansión de los satélites, el empleo de las nuevas computadoras, el estudio de las intertextualidades, el examen del ciberespacio, la interacción de las máquinas de información de la última generación, el examen de la adaptación de los medios

virtuales, la comunicación organizacional, la reflexión sobre la interconectividad, etc; y se ha descuidado u olvidado drásticamente el análisis elemental de los procesos de democratización de los medios de comunicación, el empleo de las nuevas tecnologías para impulsar el desarrollo social, el uso de las infraestructuras informativas para defender la ecología, el empleo de los medios para producir alimentos, el aprovechamiento de dichas tecnologías para reducir la violencia, el uso de la comunicación para la rehumanización de las ciudades, la utilización de los recursos comunicativos para la conservación de las cadenas biológicas de manutención de la vida, su uso para la defensa de los derechos humanos, la reutilización de las estructuras de comunicación para crear culturas básicas para la sobrevivencia social, su aprovechamiento para el rescate de las culturas indígenas, la reutilización de estos avances tecnológicos para el incremento de la participación social, etc." (93).

De esta forma, se nota que "el campo de estudio e investigación de la comunicación en muy importante medida ha caído en tal seducción, y si bien difícilmente alguien niegue algo de lo anterior- salvo los defensores de la hoy hegemónica economía de mercado-, es evidente que la primacía de las preocupaciones se ubican en los terrenos de lo nuevo, al punto que en múltiples reuniones y encuentros estas problemáticas simplemente están ausentes como si no existieran, fueran cosas del pasado o temas viejos (94). De esta forma, podemos decir que en las instituciones de enseñanza de la información "las problemáticas humanistas, éticas o filosóficas de la investigación de la comunicación crecientemente se han deslegitimizado para dar lugar a las temáticas que parten de los intereses de la razón instrumental o pragmática. Hoy vivimos un reencantamiento intelectual por los temas de investigación que fija las necesidades de la Mano Invisible del Mercado" (95).

Por este motivo, "poco a poco, ha ido tomando fuerza una mirada, que aparentando ser independiente de la del Norte de EUA, es en el fondo un remedo de lo que en el Norte se considera investigación avanzada. Ahí donde América Latina puso lo mejor y más original de su esfuerzo en los años setenta y ochenta - lo que implicó la búsqueda de un nuevo Orden Informativo Internacional-, hoy está siendo minado. En este contexto, la investigación opta por salvarse haciendo que tome un rumbo, cada vez, más pragmático, menos inquietante, menos abierto, inspirándose en la demanda y no en la sociedad {...}. Están ganando aquellos que para Adorno sólo hacían investigación administrativa, que es la que se despliega hoy a través de la comunicación organizacional, empresarial e incluso de buena parte del llamado periodismo de investigación (96).

Así, con el "lugar estratégico que el nuevo modelo de desarrollo modernizador le ha concedido al mercado para ser el eje fundamental que dirija y modele a los procesos sociales y educativos en México y América Latina, éste se ha convertido en el condicionante y el disparador central del cual se ha derivado el origen, el sentido y el destino de la producción cultural y comunicativa en nuestros países, especialmente de la investigación de la comunicación. Es decir, dentro del reciente patrón de crecimiento neoliberal que ha asumido América Latina la verdadera reactivación del proyecto de investigación social de la comunicación de las culturas nacionales, no ha resurgido de la antiquísima demanda de los grupos sociales básicos por resolver las necesidades sociales más apremiantes de la población para sobrevivir y reforzar sus identidades locales; sino que se ha derivado de la incorporación acelerada de nuestras sociedades al mercado mundial, que no es otra realidad que la reactivación y la ampliación intensiva del proyecto económico super transnacional en la periferia" (97).

Esta marcada tendencia cultural ha contribuido sustancialmente a que el pensamiento crítico de Armand Mattelart no sea valorado como un conocimiento útil para la consolidación de las necesidades del modelo de comunicación de mercado, y en consecuencia, sea retirado de las principales discusiones contemporáneas en el campo de la comunicación, para ser substituido por el boom de las concepciones y acciones pragmáticas.

5.- El Taylorismo Epistemológico. Para fortalecer la tendencia fuertemente pragmática que ha invadido el campo de la producción de conocimientos en comunicación, se ha generado un taylorismo epistemológico, que formula que para ser más eficientes y competitivos en dicho terreno se debe crear una gran separación especializada en la operación y la producción del conocimiento. Así, en el campo de las ciencias sociales ha surgido "una práctica que apunta a una superespecialización en la división del trabajo, ya no sólo entre, sino al interior de cada una de las ciencias sociales" (98).

Dicha superespecialización de las tareas informativas ha hecho que los grandes planteamientos conceptuales para explicar la realidad, como es el pensamiento de Armand Mattelart, no sean vistos como relevantes para resolver los problemas de la comunicación contemporánea, sino que sea la vertiente del conocimiento muy dividido el que, cada vez más, se demande como conocimiento avanzado. Ante ello, debemos tener presente que de continuarse esta tendencia, los trabajadores de la comunicación tendremos ojos para ver lo más sofisticado, pero no lo más elemental.

6.- El Conocimiento como Mercancía. La presión de la dinámica del mercado sobre la cultura ha propiciado que en las escuelas de comunicación, el conocimiento especializado se adquiera como una mercancía más que se usa provisionalmente y se desecha como moda cuando aparece otro más novedoso y atractivo; y no como el conjunto de conocimientos que permiten conocer y resolver los problemas presentes. Es decir, hoy día existe una gran inclinación intelectual donde el estudio de la comunicación vale más por su fachada que por su contenido. La forma substituye a la esencia.

En este sentido, parece que el conocimiento que se acepta y reproduce en los centros de enseñanza proviene de la dinámica que marcan los intereses del mercado y no por la reflexión científica de la disciplina de la comunicación. Esta tendencia ha desechado no sólo el pensamiento de A. Mattelart de las escuelas de información mexicanas y latinoamericanas, sino también la de otros pensadores muy relevantes para el conocimiento de la comunicación como son el de Herbert Marcuse (99), Paulo Freire (100), Nicos Poulantzas (101), Antonio Gramsci (102) y de continuar esta orientación, es muy probable que en pocos años se desechen a importantes pensadores contemporáneos como Jesús Martín Barbero y Jürgen Habermas.

7.- La Política Científica del Corto Plazo. Otro factor, que desprendido de las lógicas anteriores, también ha influido en esta marginación teórica, aunque en menor grado, es el hecho de que las investigaciones que por encargo han contratado las empresas de información o el Estado con las escuelas de comunicación, prioritariamente ha demandado la producción de conocimientos rápidos y muy pragmáticos que contribuyan a fortalecer el status quo del actual sistema social y no a cuestionarlo para transformarlo. Así, prolifera en la universidades "la investigación experta al servicio de la demanda empresarial que privilegia el desarrollo de estos estudios y no los del conocimiento crítico, cuya misión debería ser construir una mirada distanciada frente al pragmatismo managerial; lo que de ninguna manera implica aislarse de estas nuevas



realidades, sino al contrario, se trata de plantearlas como problemáticas" (10391 bis 1).

Por lo tanto, esta tendencia de investigación ha desplazado el empleo de la reflexión crítica del pensamiento de Mattelart, al no considerarlo fundamental para las necesidades de la modernidad.

8.- La Anarquía Cultural. La aplicación de la dinámica de la Mano Invisible del mercado sobre los procesos de comunicación y cultura, ha generado en América Latina un fuerte desorden informativo que ha producido silenciosamente una anarquía cultural al permitir que estemos altamente informados sobre lo secundario y no sobre lo fundamental. Esta anarquía cultural acelerada por la dinámica del mercado, ha creado un caos en la conciencia colectiva que ha ocasionado que la energía social se concentre en los procesos de la super acumulación material y ha impedido que resolvamos como sociedad los grandes problemas nacionales que nos impiden crecer en nuestras naciones.

Derivada de ésta lógica desde la década de los 80s. ha surgido gradualmente en la atmósfera mental de México y América Latina una cultura idiota que se caracteriza por construir una visión de la vida altamente fragmentada, descontextualizada y superficial que se produce con los enormes y rápidos torrentes de información secundaria o terciaria que transmiten los medios de información sobre nuestros sentidos. Dicha cultura amparada en la tesis de la libertad de Comunicación nos ha e;n secundaria, la violencia temática, el consumo exacerbado, la invasión de la privacidad, la banalización de la realidad, la comunicación alarmante, morbosa y sensacionalista, la imposición mental del principio de la ganancia a toda costa, la frivolidad informativa, el entretenimiento vulgar y estrafalario, la cosmovisión hollywoodense de la vida, etc., con tal obtener ratings y vender; en detrimento de la calidad de los contenidos y de las necesidades orgánicas de comunicar los mensajes estratégicos que requerimos asimilar colectivamente como pueblos y civilización latinoamericana para transformar nuestras conciencias y poder sobrevivir en el continente.

De esta forma, la modernidad mexicana y latinoamericana de mercado ha planteado que en la fase de apertura de libre comercio "la basura informativa tiene libertad para circular en los medios de difusión" (105), y la consecuencia de abdicar de la construcción de una cultura para la sobrevivencia humana al iniciar el siglo XXI, vía los canales de información, es el triunfo de la cultura idiota en México y América Latina. En este sentido, podemos pensar que debido a que la nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal lleva a que los medios gubernamentales se comercialicen más, y por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen el contenido de transmisión de los canales, progresivamente, ha sido más difícil promover una cultura de desarrollo social desde estos, pues el esquema de sostenimiento de dichas empresas ha buscado crecientemente la obtención de la máxima ganancia monetaria, a corto plazo.

Dicha cultura idiota no sólo ha penetrado las estructuras de los medios de comunicación, sino también de las escuelas de información, desplazando los conocimientos teóricos más amplios que permitan analizar y transformar la realidad de forma totalizadora. Uno de los teóricos más importantes que ha sido enterrado por la expansión de la lógica de la cultura idiota en México ha sido el pensamiento de Armand Mattelart.

9.- El Olvido de Armand Mattelart. El conjunto de estas realidades han provocado que los profesores e investigadores de las escuelas de comunicación no discutan ya la obra conceptual de Mattelart, y en consecuencia, no la incluyan como bibliografía básica en sus cursos profesionales. No obstante que en esencia el contenido conceptual del pensamiento Mattelarniano sigue siendo válido para la actualidad, su lugar teórico ha sido ocupado por el pragmatismo eficientista de la fase de la globalización.

10.- El Desconocimiento del Legado Teórico de Mattelart. Derivado de estos factores las nuevas generaciones de estudiantes de las instituciones de comunicación no conocen la obra de A. Mattelart, pues sus maestros no la leen, no la recomiendan, y mucho menos, la incluyen en sus cursos profesionales para discutir y reflexionar.

11.- Las Escuelas de Comunicación y el Ciclo de la Frivolidad. Este panorama demuestra, una vez más, que al final del siglo XX el común denominador de las estructuras de conocimiento que se reproducen en las escuelas de comunicación mexicanas y latinoamericanas, responden a reacciones de coyuntura, a modas intelectuales o a las frivolidades culturales que ha introducido el glamour de la modernidad; y no corresponden a un sólido trabajo de revisión y reflexión sobre la evolución del pensamiento latinoamericano en el campo de la comunicación que permita generar una síntesis sobre la herencia conceptual que han aportado las concepciones críticas, y con ello, rescatar muchos elementos de conocimiento altamente valiosos para resolver los actuales conflictos comunicativos de nuestra región.

Esta realidad refleja que con la introducción de las lógicas de la modernidad a las escuelas de comunicación mexicanas, se ha acelerado el proceso de pérdida de memoria de dichas instituciones, y ahora, éstas viven una profunda amnesia intelectual que ha llevado a privilegiar lo superfluo por lo fundamental; el espectáculo por sobre el pensamiento profundo; el ciberespacio tecnocrático por sobre la comunicación participativa; la evasión de la realidad por sobre el incremento de nuestros niveles de conciencia; la reflexión inmediatista por sobre la mentalidad para la sobrevivencia; la priorización de la información de una cultura del show por encima de una dinámica de la comunicación sustentable, la democracia electrónica por sobre la comunicación democrática; la economía política de la comunicación por la comunicología; etc (106). Tal parece ser que para que se acepte el modelo del pensamiento profundo en las escuelas de comunicación debe estar basado en el show, el espectáculo o la cultura efectivista y no en el simple rigor del conocimiento científico.

Ante ello, debemos preguntarnos ¿Qué clase de memoria colectiva están reproduciendo las escuelas de comunicación en México y América Latina, si con el vértigo de la modernidad estas instituciones viven un proceso acelerado de pérdida de memoria histórica?. ¿ Qué clase de forma de ver la vida están reproduciendo las escuelas de comunicación, si no cuentan con memoria histórica ?.

12.- La Amnesia Cultural. Esta amnesia y miopía comunicacional no sólo se produce en las escuelas de comunicación de América Latina, sino también en los partidos políticos y en la sociedad civil que tampoco han recuperado el arsenal teórico, histórico, filosófico y político del pensamiento de Armand Mattelart que contribuye a resolver las problemáticas ideológicas contemporáneas que les toca enfrentar.

13.- La Cultura de la Información y la Pérdida de la Sabiduría. De esta forma, podemos decir que la cultura que hemos formados durante tantos años en la academia de la comunicación en México y América Latina, cada vez más, es una cultura de la información y no de la sabiduría (107). En este sentido, en las últimas décadas, las escuelas de comunicación latinoamericanas hemos ido perdiendo la sabiduría para quedarnos solamente con las tecnologías y la información: Lo que hemos perdido en el camino es la diferencia existente entre el saber y el conocer (108).

14.- El Abandono del Hombre. Ante este panorama, podemos decir que "para el modelo central de comunicación que hemos construido en los últimos años en las escuelas de comunicación en México y América Latina todo ha sido importante considerar, excepto nosotros como seres humanos. Es decir, nosotros no hemos sido importantes para nosotros mismos, pues no hemos colocado al fenómeno humano en el centro de la reflexión, la discusión y la acción comunicativa; sino que nos hemos enredado en el tratamiento y la super valoración de las mediaciones tecnológicas mas sofisticadas, situándolas como el fin último del quehacer profesional comunicativo y no como meros apoyos materiales para alcanzar otras metas superiores. En algunos casos, cuando los individuos han estado como centro de reflexión de la comunicación no ha sido con el fin de ser concebidos como seres humanos que tienen necesidad de desarrollarse como personas, sino como meros consumidores de productos y servicios que requiere movilizar el modelo de acumulación para lograr sus ganancias. Esto es, el sujeto de nuestra comunicación ha sido el manejo de las técnicas informativas para la realización del capital y no la transformación de los seres humanos" (109).

Tal parece que al olvidar las aportaciones del pensamiento de Armand Mattelart y otros teóricos críticos básicos "el proyecto de comunicación moderna que con toda energía nos hemos esforzado por construir en los últimos años en México y América Latina, se ha fundado mayoritariamente sobre la negación misma del proceso de comunicación interna del hombre. Es decir, da la impresión de que la relación de la comunicación que los especialistas en esta disciplina hoy producimos entre los individuos, no es aquella que permite que los hombres nos conozcamos y profundicemos más en nosotros mismos y en el núcleo social que los rodea; sino que al contrario, es un mecanismo ajeno impuesto desde afuera de la interioridad más central del hombre, que lo que genera es la oscuridad de los seres" (110).

Por ello, podemos afirmar que "la relación que hemos construido con nosotros mismos y con la sociedad a través de la comunicación, especialmente urbana, nos ha llevado a un estado generalizado de incomunicación, y por lo tanto, de pérdida de nosotros mismos como personas, como familia, como barrio, como comunidad, como región, como país y como memoria. Esto es, la comunicación que hoy practicamos es un mero artificio más sobre la superficie de la sociedad y de nuestras existencias, pues no va al fondo de las necesidades profundas del hombre: Es una dinámica eminentemente informativa para la consolidación del sistema económico y no comunicativa para el desarrollo humano" (111).

Ante esta realidad, "nos preguntamos ¿ Para qué queremos las máquinas de difusión de la quinta generación y los trillones de bits de información que nos ofrece la modernidad; si hoy en las urbes entre los seres humanos nos es progresivamente más difícil comunicarnos de mirada a mirada, de corazón a corazón, de centro a centro ?. Por ello, podemos afirmar que el saldo gremial que queda después de 70 años de estudio y práctica especializada de la comunicación en América Latina, es que hoy hemos perdido lo más importante por lo meramente secundario y accesorio. Es por

ello, que al iniciar el siglo XXI podemos decir que nuestra sociedad cuenta con especialistas técnicos, médicos, químicos, administradores, ingenieros, abogados, políticos, etc; pero en estricto sentido, no obstante que existimos miles de individuos especializados en el campo de la comunicación, las sociedades latinoamericanas todavía no poseen verdaderos comunicadores. Esto, debido a que dichos cuadros profesionales nos dedicamos a ejercer todas las actividades propias del quehacer informativo, excepto construir las condiciones para que los seres humanos se conozcan así mismos, se encuentren, se aproximen, se humanicen y evolucionen hacia etapas superiores del Ser" (112).

Ante ello, debemos cuestionarnos ¿ Qué tan central para nuestros problemas sociales de comunicación es el conocimiento que estamos produciendo en las escuelas de información en México ?.

Sin embargo, no obstante este olvido sistemático del pensamiento de Armand Mattelart por las escuelas de comunicación, su semilla intelectual sigue viva latentemente y resurge en cualquier momento, cuando su pensamiento vuelve a exponerse en las escenas universitarias. Muestra de ello ha sido el gran poder de convocatoria académica que ha obtenido en sus últimas participaciones en el seminario sobre el Futuro de la Lengua Castellana, en Guanajuato, México en 1996 (113); el seminario sobre Los Desafíos de la Comunicación Globalizada, en Lima, Perú en 1997 (114); el coloquio sobre Comunicación y Sociedad en San Cristóbal las Casas, Chiapas, México en 1997 (115); el diálogo sobre Comunicación, Cultura y Fin de Siglo en Mérida, Yucatán, México en 1999 (116); el curso sobre Comunicación y Modernidad en el Doctorado en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Antropológicas de la Universidad Autónoma de Yucatán en Mérida, Yucatán, México en julio del 2000 (117) y la calurosa bienvenida recibida en el Magíster en Comunicación en la Universidad Diego Portales y la Asociación Chilena de Investigadores de la Comunicación en Chile en noviembre del 2000 (118).

De aquí, la enorme importancia estratégica al final del milenio de efectuar un profundo alto intelectual en la vertiginosa dinámica cultural de la modernidad mexicana y latinoamericana que nos lleva a correr, correr, correr.... y correr sin saber hacia donde vamos, para rescatar las bases del pensamiento crítico de nuestros antecesores y repensar desde las condiciones elementales de la conservación de nuestras vidas cuáles son las prioridades en el campo de la comunicación que debemos investigar y practicar para sobrevivir como sociedades independientes, democráticas, sabias, sustentables y humanas en México y América Latina.

Con ello, colocaremos bases más sólidas para crear otro proyecto de comunicación, de cultura y de espiritualidad regional que partan de las necesidades elementales de crecimiento y humanización de los hombres, y no de los simples requerimientos dominantes de la voraz y salvaje acumulación económica planetaria, a costa de lo que sea.

#### **IV.- Notas**

(1) Armand Mattelart, Prefiguración de la Ideología Burguesa: Lectura Ideológica de Una Obra de Malthus, Editorial Schapire, Buenos Aires, Argentina, 1975.

(2) Armand Mattelart, Juventud Chilena: Rebeldía y Conformismo, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1970.

- (3) Armand Mattelart y Ariel Dorfman, Para Leer al Pato Donald, Editorial Siglo XXI, 34ª Edición, México, D.F., 1998.
- (4) Armand Mattelart, Prensa y Poder en Chile: La Prensa de izquierda y el Poder Popular. Argentina: La Prensa de Derecha y el Poder Burgués, Editorial ISAL y MISUR, Santiago de Chile, 1971.
- (5) Armand Mattelart, Carlos Castillo y Leonardo Castillo, La Ideología de la Dominación en Una Sociedad Dependiente, Editorial Signos, Buenos Aires, Argentina, 1972.
- (6) Armand Mattelart, Michèle Mattelart y Mabel Piccini, Los Medios de Comunicación de Masas. La Ideología de la Prensa Liberal en Chile, Cuadernos de la realidad Nacional No. 3, Edición Especial, Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN), Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, Chile, 1970.
- (7) Armand Mattelart, La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, Editorial Siglo XXI, 14ª Edición, México D.F., 1998.
- (8) Armand Mattelart, Agresión Desde el Espacio. Cultura y Napalm en la Era de los Satélites, Editorial Siglo XXI, 12ª Edición, México D.F., 1998.
- (9) Armand Mattelart, La Cultura como Empresa Multinacional, Editorial Era, México, D.F., 1994.
- (10) Armand Mattelart, Patricio Biedma y Santiago Funes, Comunicación Masiva y Revolución Socialista, Editorial Diógenes, México, D.F., 1972.
- (11) Armand Mattelart, Multinacionales y Sistemas de Comunicación, Editorial Siglo XXI, México D.F., 1997.
- (12) Armand Mattelart, Ariel Dorfman, V. Erhart y Teodoro Adorno, Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación, Ediciones Quinto Sol S.A. México, D.F., 1982.
- (13) Armand Mattelart, M.A. Garretón, H. Valdés, L. Domínguez, C. Ossa, Ariel Dorfman y C. Maldonado, Cultura y Comunicaciones de Masa. Materiales de la Discusión Chilena (1970-1973), Editorial Laia, Barcelona, España, 1975.
- (14) Armand Mattelart, Comunicación y Transición al Socialismo: El Caso Mozambique, Editorial Era, México, D.F., 1981.
- (15) Armand y Michèle Mattelart, Frentes Culturales y Movilización de Masas, Editorial Anagrama, Colección de Elementos Críticos, Barcelona, España, 1977.
- (16) Armand Mattelart, Mass Media, Idéologies et Mouvement Révolutionnaire, Editorial Anthropos, Paris, Francia, 1974.
- (17) Armand Mattelart y Seth Siegelau, Communication, And Class Struggle. Capitalism, Imperialism, Vol. No. 1, International Mass Media Research Center, New York, E.U.A., 1979.

- (18) Armand Mattelart, *El Medio de Comunicación de Masas en la Lucha de Clases*, Serie Situaciones No 17, Universidad Autónoma de Sinaloa, Sinaloa, México, 1981.
- (19) Armand Mattelart, *Medios Masivos y Lucha de Clases*, Editorial Causachún, Lima, Perú, 1976.
- (20) Armand Mattelart, *Medios de Comunicación: Mito Burgués vs Lucha de Clases*, Editorial Aquelare, Bogotá, Colombia, 1977.
- (21) Armand Mattelart, *Los Medios de Comunicación en Tiempos de Crisis*, Editorial-Siglo XXI, México, D.F., 1985.
- (22) Armand Mattelart y Héctor Schmucler, *América Latina en la Encrucijada Telemática*, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1983.
- (23) Armand Mattelart, *Comunicación y Nueva Hegemonía*, Editorial Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADS), República Dominicana, 1981.
- (24) Armand Mattelart, Xavier Delcourt y Michèle Mattelart, *¿ La Cultura Contra la Democracia ?. Lo Audiovisual en la Epoca Transnacional*, Editorial Mitre, Barcelona, España, 1984.
- (25) Armand y Michèle Mattelart, *Comunicación e Ideologías de la Seguridad*, Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1985.
- (26) Armand Mattelart y Jean Marie Piemme, *Televisión Alternativa*, Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1986.
- (27) Armand Mattelart, *La Comunicación como Construcción de un Mundo Alternativo*, Editorial Universidad Autónoma de México (UNAM), México, D.F., 1985.
- (28) Armand y Michèle Mattelart, *El Carnaval de las Imágenes. La Ficción Brasileña*, Editorial Akal, Brasil, 1985.
- (29) Armand Mattelart, Michèle Mattelart y Delcourt X, *Mercados Internacionales de la Imagen en Búsqueda de Una Perspectiva Alternativa*, Editorial Comedia, Londres, Inglaterra, 1984.
- (30) Armand Mattelart, *La Publicidad*, Editorial Paidós, Barcelona, España, 1991.
- (31) Armand Mattelart, *La Internacional Publicitaria*, Editorial Fundesco, Madrid, España, 1989.
- (32) Armand Mattelart, *International Image Markets: In Search of An Alternative Perspective*, Comedia Publishing Group, Londres, Inglaterra, 1984.
- (33) Armand Mattelart, *Advertising International: The Privatization of Public Space*, Editorial Routledge, Londres, Inglaterra, 1999.

- (34) Armand Mattelart y Y. Stouidze, *Tecnología, Cultura y Comunicación*, Colección Nuevo Siglo, Editorial Mitre, Barcelona, España, 1988.
- (35) Armand Mattelart, *La Mundialización de la Comunicación*, Editorial Paidós, Barcelona, España, 1998.
- (36) Armand y Michèle Mattelart, *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1995.
- (37) Armand y Michèle Mattelart, *Pensar sobre los Medios*, Editorial Fundesco, Madrid, España, 1987.
- (38) Armand Mattelart y Michèle Mattelart, *Technology, Culture And Communication: A Report to The French Minister of Research And Industry*, Editorial North Holland, Amsterdam, Holanda, 1985.
- (39) Armand Mattelart, *La Invención de la Comunicación*, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1995.
- (40) Armand Mattelart, *La Comunicación Mundo. Historia de las Ideas y de las Estrategias*, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1996.
- (41) Armand Mattelart, *Historia de la Utopía Planetaria*, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 2000.
- (42) Armand Mattelart, *Los Medios de Comunicación de Masas en la Lucha de Clases*, en: *Revista Cine Cubano* No. 69 y 70, La Habana, Cuba, 1970.
- (43) Armand Mattelart, *Los Medios de Comunicación de Masas en un Proceso Revolucionario*, en: revista "Los Libros", Buenos Aires, Argentina, enero - febrero de 1971.
- (44) Armand Mattelart, *La Comunicación de la Crisis, Primer Encuentro Latinoamericano Sobre la Enseñanza de la Comunicación*, Carrera de Comunicación Social, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., 1978.
- (45) Armand Mattelart, *Notas Sobre el Gremialismo y la Línea de Masas de la Burguesía Chilena*, en: *Chile Vencerá*, varios autores, Editorial Roca, México, D.F., 1974.
- (46) Armand Mattelart, *Los Medios de Comunicación Masiva en Una Situación Prerrevolucionaria*, *Revista Arte , Sociedad e Ideología* No. 2, México, D.F., agosto - septiembre de 1977, 4 páginas.
- (47) *ciencias Políticas* No. 74, año XIX, Nueva Epoca, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, D.F., octubre - diciembre de 1973.

(49) Armand Mattelart, El Imperialismo en Busca de la Contrarrevolución Cultural, en: Revista Comunicación y Cultura No. 1, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., 1977.

(50) Armand Mattelart, Multinacionales y Sistemas de Comunicación, Revista Nueva Sociedad No. 38, Paraguay, 1978 paginas 173 a 174.

(51) Armand Mattelart, Comunicación y Cultura en América Latina, Revista Contiene No. 13, Secretaría de Educación Pública y Universidad Autónoma Metropolitana, México, D.F., marzo de 1985.

(52) Armand Mattelart, Hacia la Formación de los Aparatos Ideológicos del Estado Multinacional, Revista Comunicación y Cultura No. 4, Departamento de Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. 1981.

(53) Armand Mattelart, Notas al Margen del Imperialismo Cultural, Revista Comunicación y Cultura No. 6, Departamento de Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. 1982.

(54) Armand Mattelart y Michèle Mattelart, Una Cultura Para Administrar La Crisis, en: Le Monde Diplomatique, No. 10 (En español), Año No. 1, México, D.F. 1979.

(55) Armand Mattelart y Michèle Mattelart, Plaza Sésamo y la Coartada de la Neutralidad, en: Revista Siempre No. 1038, México, D.F., 1973.

(56) Armand Mattelart, Otra Ofensiva de las Transnacionales: Las Nuevas Tecnologías de Comunicación, en: La Información en el Nuevo orden Internacional, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, D.F., 1977.

(57) Armand Mattelart, La Institucionalidad de los Estudios de Comunicación, Revista Telos No. 49, Cuadernos de Tecnología y Sociedad, Madrid, España, 1997, páginas 113 a 148.

(58) Armand Mattelart, Los Nuevos Escenarios de la Comunicación Internacional, Revista Mexicana de Comunicación No. 40, Año No. 7, Fundación Manuel Buendía, México, D.F., 1995. mayo - julio, páginas 38 a 42.

(59) Armand Mattelart, Construir la Democracia, Revista Comunicación y Cultura No. 7 Departamento de Comunicación, Universidad Autónoma metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., 1982, paginas 4 a 8.

(60) Armand Mattelart, Against Global Inevitability, Revista Media Development No. 2, Inglaterra, 1999, páginas 3 a 6.

(61) Armand Mattelart, ¿ A Dónde va el Control de la Natalidad ?, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1967; Armand Mattelart, Le Problématique du Peuplement Latinoaméricain, Editions Universitaires, Paris, Francia; Armand Mattelart, Manual de Análisis Demográfico. Un Ejemplo de Investigación en un País Latinoamericano: Chile, editorial Universidad Católica de Chile, Centro de



Investigaciones Sociológicas, Centro Para el Desarrollo Económico y Social de América Latina, Santiago de Chile, 1968; Armand Mattelart, La Vivienda y Los Servicios Comunitarios Rurales: Una Metodología de Aproximación, Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria, Santiago de Chile, 1968; Armand Mattelart, Atlas Social de las Comunas en Chile, Editorial Pacífico, Santiago de Chile, 1965; Armand Mattelart, Prefiguración de la Ideología Burguesa: Lectura Ideológica de Una Obra de Malthus, Editorial Schapire, Buenos Aires, Argentina, 1975.

(62) Juventud Chilena: Rebeldía y Conformismo, obra cit., páginas 1 a 60.

(63) Hacia la Formación de los Aparatos Ideológicos del Estado Multinacional, Revista Comunicación y Cultura No. 4 , obra cit.

(64) Para Leer al Pato Donald, obra cit., páginas 1 a 160.

(65) Multinacionales y Sistemas de Comunicación, Revista Nueva Sociedad No. 38, obra cit., página, 10 a 18.

(66) La Cultura como Empresa Multinacional, obra cit., páginas 108 a 147.

(67) Construir la Democracia, Revista Comunicación y Cultura No. 7, obra cit.

(68) Comunicación Masiva y Revolución Socialista, obra cit., páginas 13 a 134.

(69) Multinacionales y Sistemas de Comunicación, obra cit., páginas 147 a 176.

(70) Cultura y Comunicaciones de Masas, obra cit., páginas 90 a 154.

(71) Comunicación y Transición al Socialismo, obra cit., páginas 11 a 67.

(72) Medios Masivos y Lucha de Clases, obra cit., páginas 20 a 50; Medios de Comunicación: Mito Burgués vs Lucha de Clases, obra cit., páginas 1 a 103 y Medios de Comunicación: Mito Burgués vs Lucha de Clases, Obra cit. páginas 30 a 60.

(73) Frentes Culturales y Movilización de Masas, obra cit., páginas 9 a 45.

(74) Los Medios de Comunicación Masiva en Una Situación Prerrevolucionaria, obra cit, página 1 a 4.

(75) Comunicación y Nueva Hegemonía, obra cit., páginas 27 a 80.

(76) Technology, Culture And Communication: A Report to The French Minister of Research And Industry, obra cit., páginas 1 a 120.

(77) La Internacional Publicitaria, obra cit., páginas 25 a 50 y 89 a 104; La Mundialización de la Comunicación, obra cit., páginas 9 a 13 y 81 a 90; Los Nuevos Escenarios de la Comunicación Internacional, Revista Mexicana de Comunicación No. 40, obra cit y Against Global Inevitability, Revista Media Development No. 2, obra cit.

(78) Pensar sobre los Medios, obra cit., páginas 67 a 106.

(79) America Latina en la Encrucijada Telemática, Obra cit., páginas 17 a 37; Advertising International: The Privatization of Public Space, obra cit., páginas 30 a 70.

(80) La Mundialización de la Comunicación, obra cit., páginas 41 a 55.

(81) La Historia de las Teorías de la Comunicación, obra cit., páginas 9 a 139; La Institucionalidad de los Estudios de Comunicación, Revista Telos No. 49 obra cit.

(82) La Comunicación Mundo. Historia de las Ideas y de las Estrategias, obra cit., páginas 240 a 269.

(83) La Invención de la Comunicación, obra cit., páginas 113 a 145 y 170 a 205.

(84) Reconociendo las importantes aportaciones del pensamiento de Armand Mattelart para la formación de la corriente crítica de investigación de la comunicación en América Latina, el investigador boliviano Luis Ramiro Beltrán ha señalado que su análisis teórico contribuyó fundamentalmente a "desfetichizar los procesos y los medios de comunicación en la sociedad capitalista". Luis Ramiro Beltrán, Investigación Sobre Comunicación en Latinoamérica. Inicio, Trascendencia y Proyección, Universidad Católica Bolivariana, Editorial Plural, La Paz, Bolivia, agosto del 2000, paginas 52 a 53; 226 a 228; 266 a 267 y 279 a 280.

(85) El Impacto del Pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de la Comunicación Mexicana, Encuesta realizada a los estudiantes y profesores de las carreras de Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), la Universidad Iberoamericana (UIA), la Universidad Intercontinental (UIC), el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), la Universidad del Valle de México (UVM) y la Universidad Autónoma de México (UNAM), en México, D.F., en abril y mayo del 2000. La muestra total fue de 120 alumnos (20 por cada institución) y 60 profesores (10 por cada institución) de las 6 universidades mencionadas.

Las preguntas que se aplicaron a los alumnos, fueron las siguientes:

- a.- ¿ Sabes quién es Armand Mattelart ?.
- b.- ¿Cuál es el principal libro que conoces de Armand Mattelart ?.
- c.- ¿Cuál es el último libro que has leído de Armand Mattelart ?.
- d.- ¿Cuál es la mayor aportación que te ha dado el pensamiento de Armand Mattelart para comprender los problemas de la comunicación de México y América Latina ?.

Las preguntas que se aplicaron a los profesores, fueron las siguientes:

- a.- ¿ Sabes quién es Armand Mattelart ?.
- b.- ¿Cuál es el principal libro que conoces de Armand Mattelart ?.
- c.- ¿Cuál es el último libro que has leído de Armand Mattelart ?.
- d.- ¿Cuál es la mayor aportación que te ha dado el pensamiento de Armand Mattelart para comprender los problemas de la comunicación de México y América Latina ?.
- e.- ¿ En qué cursos incluyes la bibliografía de Armand Mattelart ?.

(86) Los Estudios e Investigaciones en Comunicación en Nuestros Tiempos Neoliberales y Posmodernos, Enrique Guinsberg ,Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Documento fotocopiado México, D.F., febrero del 2001, pagina 2.

(87) Lo Light, lo Domesticado y lo Bizantino en Nuestro Mundo Psi, Enrique Guinsberg, Revista Subjetividad y Cultura No. 14, Editorial Plaza y Valdés, México, D.F., abril del 2000, pagina 9.

(88) Lo Light, lo Domesticado y lo Bizantino en Nuestro Mundo Psi, Enrique Guinsberg, Revista Subjetividad y Cultura No. 14, Editorial Plaza y Valdés, México, D.F., abril del 2000, pagina 10 y 11.

(89) Los Estudios e Investigaciones en Comunicación en Nuestros Tiempos Neoliberales y Posmodernos, Enrique Guinsberg ,Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Documento fotocopiado México, D.F., febrero del 2001, pagina 2.

(90) Lo Light, lo Domesticado y lo Bizantino en Nuestro Mundo Psi, Enrique Guinsberg, Revista Subjetividad y Cultura No. 14, Editorial Plaza y Valdés, México, D.F., abril del 2000, pagina 8.

(91) Los Estudios e Investigaciones en Comunicación en Nuestros Tiempos Neoliberales y Posmodernos, Enrique Guinsberg ,Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Documento fotocopiado México, D.F., febrero del 2001, pagina 4.

(92) Javier Esteinou Madrid, La Evolución de la teoría e Investigación de la Comunicación en México y América Latina, Revista Espacios de Comunicación No.3, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, D.F., 1998, página 240.

(93) Javier Esteinou Madrid, La Investigación de la Comunicación en los Tiempos Neoliberales, Revista TELOS No.47, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, Fundación para el Desarrollo Social de las Comunicaciones (FUNDESCO), Madrid, España, Septiembre - Noviembre de 1996, páginas 16 a 18.

(94) Los Estudios e Investigaciones en Comunicación en Nuestros Tiempos Neoliberales y Posmodernos, Enrique Guinsberg ,Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Documento fotocopiado México, D.F., febrero del 2001, pagina 4.

(95) Javier Esteinou Madrid, La Investigación de la Comunicación en los Tiempos Neoliberales, Revista Electrónica Razón y Palabra No.11, Año No.3, Revista Electrónica Vía INTERNET, Primera Revista Electrónica en América Latina, Departamento de Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), México, D.F., Julio - Septiembre de 1998, 11 páginas.

(96) Una Mirada al Campo de la Comunicación. Conversación Con Jesús Martín Barbero, Entrevista de Martha Renero Quintanar, Revista Comunicación y Sociedad No. 34, Universidad de Guadalajara (UDG), Guadalajara, Jalisco, México, 1998; citado por Enrique Guinsberg en Los Estudios e Investigaciones en Comunicación en Nuestros Tiempos Neoliberales y Posmodernos, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Documento fotocopiado México, D.F., febrero del 2001, pagina 5.

(97) La Evolución de la Teoría e Investigación de la Comunicación en México y América Latina, Obra cit., página 241.

(98) El Taylorismo en las Ciencias Sociales. La Artificial e Innecesaria Fragmentación del Desarrollo Científico en México, Guillermo Peimbert, La Jornada, México, D.F. , 8 de enero del 2001

(99) El Hombre Unidimensional, Herbert Marcuse, Editorial Planeta, México, D.F., 1985.

(100) Paulo Freire, La Educación Como Práctica de la Libertad, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1972 y Paulo Freire, Pedagogía del Oprimido, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1973.

(101) Nicos Poulantzas, Poder Político y Clases Sociales en Estado Capitalista, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1969; Nicos Poulantzas, Estado, Poder y Socialismo, Editorial, Siglo XXI, México, D.F., 1979; Fascismo y Dictadura, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1971; Nicos Poulantzas, Critica de la Hegemonía de Estado, Editorial Cuervo, Buenos Aires, Argentina, 1976; Nicos Poulantzas, Las Clases Sociales en el Capitalismo Actual, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1976 y Nicos Poulantzas, La Crisis de los Partidos, en: Le Monde Diplomatique (En español), septiembre de 1979.

(102) Antonio Gramsci, La Formación de los Intelectuales, Grijalbo, México, 1972; Antonio Gramsci, La Opinión Pública, Editorial Pasado y Presente, Editorial Granica, Buenos Aires, Argentina, 1974; Antonio Gramsci, Notas Sobre Maquiavelo, Sobre la Política y Sobre el Estado Moderno, Obras de Antonio Gramsci, Tomo I, Editorial Juan Pablo, México, D.F., 1975; Problemas Escolares y la Organización de la Cultura, Obras de Antonio Gramsci, Tomo II, Editorial Juan Pablos, México, D.F., 1975 y Antonio Gramsci, El Materialismo Histórico y la Filosofía de Benedetto Croce, Nueva Visión, Buenos Aires, 1976.

(103) ) Los Estudios e Investigaciones en Comunicación en Nuestros Tiempos Neoliberales y Posmodernos, Enrique Guinsberg ,Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Documento fotocopiado México, D.F., febrero del 2001, pagina 6.

(104) Javier Esteinou Madrid, Siglo XXI, Leyes del Mercado y Nuevo Proyecto de Comunicación en America Latina XVIII Encuentro Académico: "La Comunicación Frente al Desarrollo Humano y Social: Balance y Perspectivas", Corporación Universitaria Minuto de Dios (UMD), Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Santa Fé de Bogotá, Colombia, 30 de agosto al 1 de septiembre del 2000.

(105 ) La Cultura Idiota, Carl Bernstein, Revista Nexos No. 177, México, D.F. septiembre de 1992, 6 páginas.

(106) Para ampliar este punto consultar Javier Esteinou Madrid, La Investigación de la Comunicación en los Tiempos Neoliberales, Revista TELOS No.47, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, Fundación para el Desarrollo Social de las Comunicaciones (FUNDESCO), Madrid, España, Septiembre - Noviembre de 1996, páginas 16 a 18.

(107) Para ampliar este punto consultar, Javier Esteinou Madrid, Internacionalización, Cultura, Dinámica de Mercado y Cambio de Conciencia Humana, Memorias Académicas: Diez Años de Comunicación Social y Periodismo 1986-1996, División de

Comunicación Social, Corporación Autónoma de Occidente (CUAU), Cali, Colombia, diciembre de 1996, páginas 33 a 72.

(108) Coberos, Jaime, Presentación al Libro Esperando el Milenio. Reflexiones sobre el Final de los Tiempos, D. Bonet, J. Coberos, L. M. Martínez Otero, J. Perasejordi y J. Phaure, II Semana de Estudios Sobre el Pensamiento Heterodoxo de San Sebastián, Ediciones 29, Barcelona, España, página 10.

(109) Javier Esteinou Madrid, El Periodismo Cultural en los Tiempos de las Grandes Ciudades, Revista Electrónica No.10, "El Diálogo de la Comunicación, Año No. 3, Revista Electrónica Vía INTERNET, Primera Revista Electrónica en América Latina, Departamento de Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), México, D.F., Abril - Junio de 1998, página 23; y Javier Esteinou Madrid, La Ciudad como Proceso de Comunicación, Revista Interacción No. 9, Revista de Comunicación Educativa, Centro de Comunicación Educativa Audiovisual (CEDAL), Santa Fé de Bogotá, Colombia, Febrero - Marzo de 1996, página 20.

(110) Ibid., página 21.

(111) Ibid., página 22.

(112) Ibid., página 23.

(113) El Futuro de la Lengua Castellana, Simposium Internacional, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), Secretaría de Educación Pública (SEP) y Gobierno de Guanajuato, Guanajuato, México, 1996.

(114) Desafíos de la Comunicación Globalizada, IX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y Universidad de Lima, Lima, Perú, 27 al 31 de Octubre de 1997.

(115) Comunicación y Sociedad, Encuentro Internacional, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), San Cristóbal Las Casas, Chiapas, México, 1997.

(116) Comunicación, Cultura y Fin de Milenio, Dirección General de Desarrollo Académico, Sub Dirección de Extensión, Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida, Yucatán, México, 8 al 13 de septiembre de 1999.

(117) La Elección Democrática, Equiparable al Levantamiento Zapatista: Mattelart, Revista Proceso No. 1239, México, D.F., 30 de julio del 2000, página 75 y 76.

(118) Los Mattelart de Regreso a Chile, Discuten Los Caminos de la Escuela Latinoamericana de Comunicación, Revista del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano No. 2, Volumen 2, Revista Científica Digital (PCLO), Cátedra UNESCO de Comunicação, Universidad Metodista de Sao Paulo y Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), Sao Paulo, Brasil, enero - marzo del 2001. Citado de la pagina 1 a 2, <<http://www.metodista.br/unesco/PCLA/index.htm>>

## **V.- Bibliografía**

- Beltrán, Luis Ramiro; Investigación Sobre Comunicación en Latinoamérica. Inicio, Trascendencia y Proyección, Universidad Católica Bolivariana, Editorial Plural, La Paz, Bolivia, agosto del 2000.
- Bernstein, Carl, La Cultura Idiota, Revista Nexos No. 177, México, D.F. septiembre de 1992.
- Coberos, Jaime, Presentación al Libro Esperando el Milenio. Reflexiones sobre el Final de los Tiempos, D. Bonet J. Coberos, L. M. Martínez Otero, J. Perasejordi y J. Phaure, II Semana de Estudios Sobre el Pensamiento Heterodoxo de San Sebastián, Ediciones 29, Barcelona, España.
- Comunicación, Cultura y Fin de Milenio, Dirección General de Desarrollo Académico, Sub Dirección de Extensión, Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida, Yucatán, México, 8 al 13 de septiembre de 1999.
- icano de Facultades de Comunicación Social, Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y Universidad de Lima, Lima, Perú, 27 al 31 de Octubre de 1997.
- El Futuro de la Lengua Castellana, Simposium Internacional, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), Secretaría de Educación Pública (SEP) y Gobierno de Guanajuato, Guanajuato, México, 1996.
- El Impacto del Pensamiento de Armand Mattelart En la Academia de la Comunicación Mexicana, Encuesta realizada a los estudiantes y profesores de las carreras de Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (UAM-X), la Universidad Iberoamericana (UIA), la Universidad Intercontinental (UIC), el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y la Universidad Autónoma de México (UNAM), en México, D.F., en mayo y junio del 2000.
- Esteinou Madrid, Javier, El Periodismo Cultural en los Tiempos de las Grandes Ciudades, Revista Electrónica No.10, "El Diálogo de la Comunicación, Año No. 3, Revista Electrónica Vía INTERNET, Primera Revista Electrónica en América Latina, Departamento de Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), México, D.F., Abril - Junio de 1998.
- Esteinou Madrid, Javier, Internacionalización, Cultura, Dinámica de Mercado y Cambio de Conciencia Humana, Memorias Académicas: Diez Años de Comunicación Social y Periodismo 1986-1996, División de Comunicación Social, Corporación Autónoma de Occidente (CUAU), Cali, Colombia, diciembre de 1996.
- Esteinou Madrid, Javier, La Investigación de la Comunicación en los Tiempos Neoliberales, Revista TELOS No. 47, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, Fundación para el Desarrollo Social de las Comunicaciones (FUNDESCO), Madrid, España, Septiembre - Noviembre de 1996.
- Esteinou Madrid, Javier, La Ciudad como Proceso de Comunicación, Revista Interacción No. 9, Revista de Comunicación Educativa, Centro de Comunicación Educativa Audiovisual (CEDAL), Santa Fé de Bogotá, Colombia, Febrero - Marzo de 1996.

- Esteinou Madrid, Javier, La Investigación de la Comunicación en los Tiempos Neoliberales, Revista TELOS No.47, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, Fundación para el Desarrollo Social de las Comunicaciones (FUNDESCO), Madrid, España, Septiembre - Noviembre de 1996, páginas 16 a 18.
- Esteinou Madrid, Javier, Siglo XXI, Leyes del Mercado y Nuevo Proyecto de Comunicación en America Latina, XVIII Encuentro Académico: "La Comunicación Frente al Desarrollo Humano y Social: Balance y Perspectivas", Corporación Universitaria Minuto de Dios (UMD), Facultad de Comunicación Social y Periodismo, Santa Fé de Bogotá, Colombia, 30 de agosto al 1 de septiembre del 2000.
- Esteinou Madrid, Javier La Investigación de la Comunicación en los Tiempos Neoliberales, Revista Electrónica Razón y Palabra No.11, Año No.3, Revista Electrónica Vía INTERNET, Primera Revista Electrónica en América Latina, Departamento de Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Estado de México (ITESM), México, D.F., Julio - Septiembre de 1998, 11 páginas.
- Esteinou Madrid, Javier, La Evolución de la Teoría e Investigación de la Comunicación en México y América Latina, Revista Espacios de Comunicación No.3, Departamento de Comunicación, Universidad Iberoamericana, México, D.F., 1998.
- Freire, Paulo, La Educación Como Práctica de la Libertad, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1972 y Paulo Freire, Pedagogía del Oprimido, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1973.
- Gramsci, Antonio, La Formación de los Intelectuales, Grijalbo, México, 1972.
- Gramsci, Antonio, El Materialismo Histórico y la Filosofía de Benedetto Croce, Nueva Visión, Buenos Aires, 1976.
- Gramsci, Antonio, La Opinión Pública, Editorial Pasado y Presente, Editorial Granica, Buenos Aires, Argentina, 1974.
- Gramsci, Antonio, Notas Sobre Maquiavelo, Sobre la Política y Sobre el Estado Moderno, Obras de Antonio Gramsci, Tomo I, Editorial Juan Pablo, México, D.F., 1975.
- Gramsci, Antonio, Problemas Escolares y la Organización de la Cultura, Obras de Antonio Gramsci, Tomo II, Editorial Juan Pablos, México, D.F., 1975.
- Guinsberg, Enrique, Lo Light, lo Domesticado y lo Bizantino en Nuestro Mundo Psi, Revista Subjetividad y Cultura No. 14, Editorial Plaza y Valdés, México, D.F., abril del 2000.
- Guinsberg, Enrique; Los Estudios e Investigaciones en Comunicación en Nuestros Tiempos Neoliberales y Posmodernos, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Documento fotocopiado México, D.F., febrero del 2001.
- Los Mattelart de Regreso a Chile, Discuten Los Caminos de la Escuela Latinoamericana de Comunicación, Revista del Pensamiento Comunicacional Latinoamericano No. 2, Volumen 2, Revista Científica Digital (PCLO), Cátedra UNESCO de Comunicação, Universidad Metodista de Sao Paulo y Asociación Latinoamericana de

Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), Sao Paulo, Brasil, enero - marzo del 2001. Citado de la pagina 1 a 2, <http://www.metodista.br/unesco/PCLA/index.htm>

- Marcuse, Herbert, El Hombre Unidimensional, Editorial Planeta, México, D.F., 1985.
- Martín Barbero, Jesús; Una Mirada al Campo de la Comunicación. Conversación Con Jesús Martín Barbero, Entrevista de Martha Renero Quintanar, Revista Comunicación y Sociedad No. 34, Universidad de Guadalajara (UDG), Guadalajara, Jalisco, México, 1998
- Mattelart Armand y Michèle Mattelart, Una Cultura Para Administrar La Crisis, en: Le Monde Diplomatique, No. 10 (En español), Año No. 1, México, D.F. 1979.
- Mattelart, Armand y Jean Marie Piemme, Televisión Alternativa, Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1986.
- Mattelart, Armand, , Xavier Delcourt y Michèle Mattelart ¿ La Cultura Contra la Democracia ?. Lo Audiovisual en la Epoca Transnacional, Editorial Mitre, Barcelona, España, 1984.
- Mattelart, Armand, Historia de la Utopía Planetaria, Editorial Paidos, Buenos Aires, Argentina, 2000.
- Mattelart, Armand, La Comunicación como Construcción de un Mundo Alternativo, Editorial Universidad Autónoma de México (UNAM), México, D.F., 1985.
- Mattelart Armand; La Elección Democrática, Equiparable al Levantamiento Zapatista: Mattelart, Revista Proceso No. 1239, México, D.F., 30 de julio del 2000.
- Mattelart, Armand, La Mundialización de la Comunicación, Editorial Paidos, Barcelona, España, 1998.
- Mattelart, Armand, Michèle Mattelart y Delcout X, Mercados Internacionales de la Imagen en Búsqueda de Una Perspectiva Alternativa, Editorial Comedia, Londres, Inglaterra, 1984.
- Mattelart, Armand, Michèle Mattelart y Mabel Piccini, Los Medios de Comunicación de Masas. La Ideología de la Prensa Liberal en Chile, Cuadernos de la Realidad Nacional No. 3, Edición Especial, Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN), Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile, Chile, 1970.
- Mattelart, Armand, Patricio Biedma y Santiago Funes, Comunicación Masiva y Revolución Socialista, Editorial Diógenes, México, D.F., 1972.
- Mattelart, Armand, Prensa y Poder: Chile: La Prensa de izquierda y el Poder Popular. Argentina: La Prensa de Derecha y el Poder Burgués, Editorial ISAL y MISUR, Santiago de Chile, 1971.
- Mattelart, Armand, Comunicación y Cultura en América Latina, Revista Contiene No. 13, Secretaría de Educación Pública y Universidad Autónoma Metropolitana, México, D.F., marzo de 1985.



- Mattelart, Armand, Prefiguración de la Ideología Burguesa: Lectura Ideológica de Una Obra de Malthus, Editorial Schapire, Buenos Aires, Argentina, 1975.

- Mattelart Armand y Héctor Schmucler, América Latina en la Encrucijada Telemática, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1983.

- Mattelart Armand y Michèle Mattelart, Plaza Sésamo y la Coartada de la Neutralidad, en: Revista Siempre No. 1038, México, D.F., 1973.

- Mattelart Armand, El Imperialismo en Busca de la Contrarrevolución Cultural, en: Revista Comunicación y Cultura No. 1, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., 1977.

- Mattelart, Armand, Advertising International: The Privatization of Public Space, Editorial Routledge, Londres, Inglaterra, 1999.

- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, Comunicación e Ideologías de la Seguridad, Editorial Anagrama, Barcelona, España, 1985.

- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, El Carnaval de las Imágenes. La Ficción Brasileña, Editorial Akal, Brasil, 1985.

- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, Frentes Culturales y Movilización de Masas, Editorial Anagrama, Colección de Elementos Críticos, Barcelona, España, 1977.

- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, Historia de las Teorías de la Comunicación, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1995.

- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, Pensar sobre los Medios, Editorial Fundesco, Madrid, España, 1987.

- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, Technology, Culture And Communication: A Report to The French Minister of Research And Industry, Editorial North Holland, Amsterdam, Holanda, 1985.

- Mattelart, Armand y Seth Siegelau, Communication, And Class Struggle. Capitalism, Imperialism, Vol. No. 1, International Mass Media Research Center, New York, E.U.A., 1979.

- Mattelart, Armand y Y. Stouidze, Tecnología, Cultura y Comunicación, Colección Nuevo Siglo, Editorial Mitre, Barcelona, España, 1988.

- Mattelart, Armand, ¿ A Dónde va el Control de la Natalidad ?, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1967.

Mattelart, Armand, Construir la Democracia, Revista Comunicación y Cultura No. 7 Departamento de Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., 1982.

- Mattelart, Armand, El Medio de Comunicación de Masas en la Lucha de Clases, Serie Situaciones No 17, Universidad Autónoma de Sinaloa, Sinaloa, México, 1981.

- Mattelart, Armand, La Publicidad, Editorial Paidós, Barcelona, España, 1991.
- Mattelart, Armand, La Vivienda y Los Servicios Comunitarios Rurales: Una Metodología de Aproximación, Instituto de Capacitación e Investigación en Reforma Agraria, Santiago de Chile, 1968.
- Mattelart, Armand, Los Medios de Comunicación en Tiempos de Crisis, Editorial-Siglo XXI, México, D.F., 1985.
- Mattelart, Armand, Los Medios de Comunicación Masiva en Una Situación Prerrevolucionaria, Revista Arte , Sociedad e Ideología No. 2, México, D.F., agosto - septiembre de 1977.
- Mattelart, Armand, Medios de Comunicación: Mito Burgués vs Lucha de Clases, Editorial Aquelare, Bogotá, Colombia, 1977.
- Mattelart, Armand, Otra Ofensiva de las Transnacionales: Las Nuevas Tecnologías de Comunicación, en: La Información en el Nuevo orden Internacional, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET), México, D.F., 1977.
- Mattelart, Armand, Prefiguración de la Ideología Burguesa: Lectura Ideológica de Una Obra de Malthus, Editorial Schapire, Buenos Aires, Argentina, 1975.
- Mattelart, Armand, Against Global Inevitability, Revista Media Development No. 2, Inglaterra, 1999.
- Mattelart, Armand, Agresión Desde el Espacio. Cultura y Napalm en la Era de los Satélites, Editorial Siglo XXI, 12ª Edición, México D.F., 1998.
- Mattelart, Armand, Ariel Dorfman, V. Erhart y Teodoro Adorno, Imperialismo y Medios Masivos de Comunicación, Ediciones Quinto Sol S.A. México, D.F., 1982.
- Mattelart, Armand, Atlas Social de las Comunas en Chile, Editorial Pacífico, Santiago de Chile, 1965.
- Mattelart, Armand, Carlos Castillo y Leonardo Castillo, La Ideología de la Dominación en Una Sociedad Dependiente, Editorial Signos, Buenos Aires, Argentina, 1972.
- Mattelart, Armand, Comunicación y Nueva Hegemonía, Editorial Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADS), República Dominicana, 1981.
- Mattelart, Armand, Comunicación y Transición al Socialismo: El Caso Mozambique, Editorial Era, México, D.F., 1981.
- Mattelart, Armand, Hacia la Formación de los Aparatos Ideológicos del Estado Multinacional, Revista Comunicación y Cultura No. 4, Departamento de Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. 1981.
- Mattelart, Armand, International Image Markets: In Search of An Alternative Perspective, Comedia Publishing Group, Londres, Inglaterra, 1984.

- Mattelart, Armand, Juventud Chilena: Rebeldía y Conformismo, Editorial Universitaria, Santiago de Chile, 1970.
- Mattelart, Armand, La Comunicación de la Crisis, Primer Encuentro Latinoamericano Sobre la Enseñanza de la Comunicación, Carrera de Comunicación Social, Departamento de Educación y Comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., 1978.
- Mattelart, Armand, La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación, Editorial Siglo XXI, 14ª Edición, México D.F., 1998.
- Mattelart, Armand, La Comunicación Mundo. Historia de las Ideas y de las Estrategias, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1996.
- Mattelart, Armand, La Cultura como Empresa Multinacional, Editorial Era, México, D.F., 1994.
- Mattelart, Armand, La Industria Cultural No es Una Industria Ligera, en: Revista Casa de las Américas No. 77, vol. XII, La Habana Cuba, marzo - abril de 1973.
- Mattelart, Armand, La Industria Sésamo, en: Revista Mexicana de Ciencias Políticas No. 74, año XIX, Nueva Epoca, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México, D.F., octubre - diciembre de 1973.
- Mattelart, Armand, La Institucionalidad de los Estudios de Comunicación, Revista Telos No. 49, Cuadernos de Tecnología y Sociedad, Madrid, España, 1997.
- Mattelart, Armand, La Internacional Publicitaria, Editorial Fundesco, Madrid, España, 1989.
- Mattelart, Armand, La Invención de la Comunicación, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1995.
- Mattelart, Armand, Le Problématique du Peuplement Latinoaméricain, Editions Universitaires, Paris, Francia, 1970.
- Mattelart, Armand, Los Medios de Comunicación de Masas en la Lucha de Clases, en: Revista Cine Cubano No. 69 y 70, La Habana, Cuba, 1970.
- Mattelart, Armand, Los Medios de Comunicación de Masas en un Proceso Revolucionario, en: revista "Los Libros", Buenos Aires, Argentina, enero - febrero de 1971.
- Mattelart, Armand, Los Nuevos Escenarios de la Comunicación Internacional, Revista Mexicana de Comunicación No. 40, Año No. 7, Fundación Manuel Buendía, México, D.F., 1995. mayo - julio.
- Mattelart, Armand, M.A. Garretón, H. Valdés, L. Domínguez, C. Ossa, Ariel Dorfman y C. Maldonado, Cultura y Comunicaciones de Masa. Materiales de la Discusión Chilena (1970-1973), Editorial Laia, Barcelona, España, 1975.

- Mattelart, Armand, Manual de Análisis Demográfico. Un Ejemplo de Investigación en un País Latinoamericano: Chile, Editorial Universidad Católica de Chile, Centro de Investigaciones Sociológicas, Centro Para el Desarrollo Económico y Social de América Latina, Santiago de Chile, 1968.
- Mattelart, Armand, Mass Media, Idéologies et Mouvement Révolutionnaire, Editorial Anthropos, Paris, Francia, 1974.
- Mattelart, Armand, Medios Masivos y Lucha de Clases, Editorial Causachún, Lima, Perú, 1976.
- Mattelart, Armand, Multinacionales y Sistemas de Comunicación, Editorial Siglo XXI, México D.F., 1997.
- Mattelart, Armand, Multinacionales y Sistemas de Comunicación, Revista Nueva Sociedad No. 38, Paraguay, 1978..
- Mattelart, Armand, Notas al Margen del Imperialismo Cultural, Revista Comunicación y Cultura No. 6, Departamento de Comunicación, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F. 1982.
- Mattelart, Armand, Notas Sobre el Gremialismo y la Línea de Masas de la Burguesía Chilena, en: Chile Vencerá, varios autores, Editorial Roca, México, D.F., 1974.
- Mattelart, Armand, y Ariel Dorfman, Para Leer al Pato Donald, Editorial Siglo XXI, 34ª Edición, México, D.F., 1998.
- Peimbert, Guillermo; El Taylorismo en las Ciencias Sociales. La Artificial e Innecesaria Fragmentación del Desarrollo Científico en México, La Jornada, México, D.F. , 8 de enero del 2001.
- Poulantzas, Nicos, Estado, Poder y Socialismo, Editorial, Siglo XXI, México, D.F., 1979.
- Poulantzas, Nicos, Critica de la Hegemonía de Estado, Editorial Cuervo, Buenos Aires, Argentina, 1976.
- Poulantzas, Nicos, Fascismo y Dictadura, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1971.
- Poulantzas, Nicos, La Crisis de los Partidos, en: Le Monde Diplomatique (En español), septiembre de 1979.
- Poulantzas, Nicos, Las Clases Sociales en el Capitalismo Actual, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1976.
- Poulantzas, Nicos, Poder Político y Clases Sociales en Estado Capitalista, Editorial Siglo XXI, México, D.F., 1969.

---

*Dr. Javier Esteinou Madrid*

*Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.*