

**VIII Bienal de Comunicación**  
Centro Cultural Universitario de la Ciudad de Puebla  
Red Académica Iberoamericana de Comunicación (RAIC), Sociedad Latina de  
Comunicación Social (SLCS) y Fac. de Ciencias de la Comunicación de la  
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP)  
Septiembre 6 al 9, 2011

**Situación actual de los Estudios de Doctorado y la Investigación en Comunicación  
en México**

*Dra. María Antonieta Rebeil Corella<sup>1</sup>*

*Mtra. Rebeca Illiana Arévalo Martínez (colaboración)<sup>2</sup>*

Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada  
Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac  
México

En esta ocasión deseo compartir con ustedes el panorama actual de los programas de estudios doctorales en comunicación que se tienen en México, las Universidades o Instituciones que los ofrecen y las líneas de investigación en las que están trabajando. Así como hacer un recuento de los Centros o Institutos de Investigación en Comunicación, Observatorios de Medios y Cuerpos Académicos que se tienen en el país y una valoración numérica en cuanto a su tipo y dispersión geográfica. Finalmente, reflexionar sobre el desarrollo de la investigación en comunicación en México y la aportación que como profesionales, académicos o investigadores nos corresponde hacer para el fortalecimiento de la disciplina.

---

<sup>1</sup> Doctora en Sociología Organizacional por la Universidad Iberoamericana, Maestra en Educación por la Universidad de Stanford y Licenciada en Comunicación por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Directora del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte y académica de la misma Facultad. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) del CONACYT. Autora y coordinadora de libros como: *Ética, Violencia y Televisión, Violencia Mediática e Interactiva, Ética e identidad cultural, El poder de la comunicación en las organizaciones, Comunicación estratégica en las organizaciones*, entre otros. Autora de múltiples artículos para revistas arbitradas, de divulgación y conferencista nacional e internacional. Es Coordinadora de Acreditación del Consejo de Acreditación en Comunicación, A.C. (CONAC) y Coordinadora del Comité de Investigación de la Comisión de Universidades de la Asociación A Favor de lo Mejor, A. C.

<sup>2</sup> Maestra en Comunicaciones Corporativas con un Diplomado en Branding por la Universidad Anáhuac; y Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Tecnológico de Monterrey. Actualmente cursando el Doctorado en Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac. Ganadora del *Gold Quill Merit Award 2001* que otorga la *International Association of Business Communicators (IABC)* y ganadora del Premio AMCO (Asociación Mexicana de Comunicadores) en 1998 y 1997. Más de 12 años de experiencia en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas para empresas del sector químico, automotriz, de alimentos e inmobiliario. Investigadora Asociada del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) y Académica de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte. Profesora del Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México, Santa Fe y Toluca.

*¿Cuáles son los antecedentes y panorama actual de los estudios doctorales en el ámbito de la comunicación en México?*

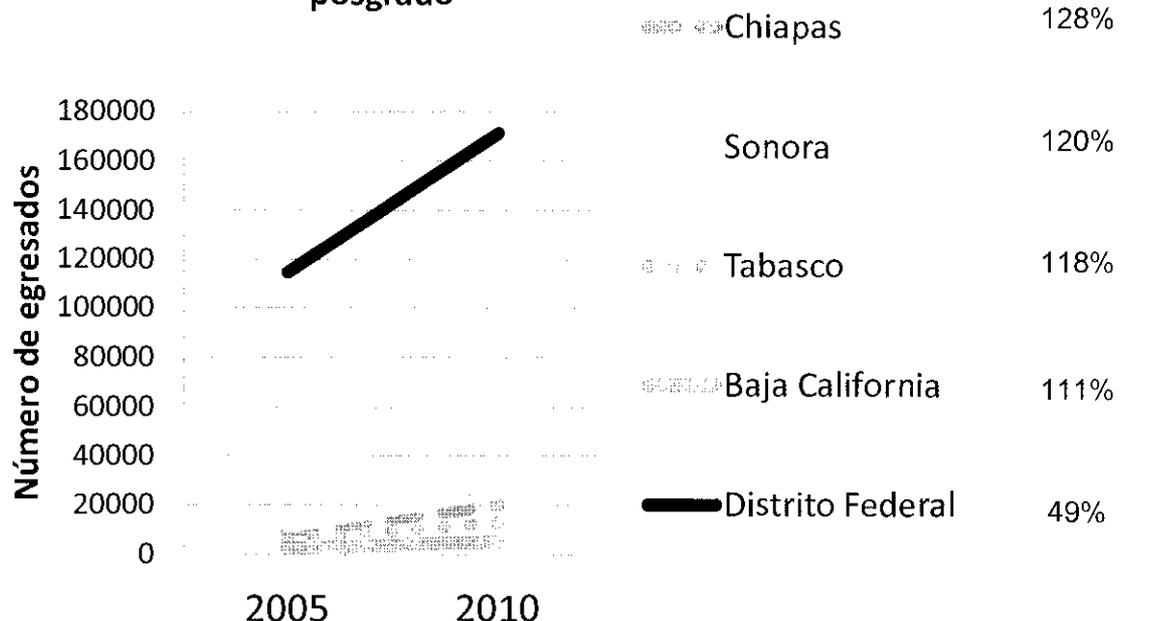
Veamos el panorama actual de los programas doctorales en comunicación en México, partiendo de la revisión de algunos datos demográficos que arrojan los estudios del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y la Academia Mexicana de Ciencias de la Secretaría de Educación Pública en México. En el censo 2005 en México, se contabilizaron poco más de quinientos mil egresados de posgrado. Mientras que en el 2010 el número de egresados llegó a casi novecientos mil, lo que implica un crecimiento del 78% (Gráfica 1). Específicamente este crecimiento a nivel de la capital del país, el Distrito Federal, fue de 49%.



Fuente: Elaboración propia Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte.

El Estado de la República Mexicana con el mayor crecimiento en el número de egresados de 2005 a 2010 fue Chiapas con un 128%, seguido de Sonora (120%), Tabasco (118%) y Baja California (111%) (Gráfica 2). De los 897,587 mexicanos que cuentan con estudios de posgrado en todas las áreas (INEGI, 2010), en el periodo de 2005 a 2010 han egresado 97,606 mexicanos de estudios de Maestría en áreas de Ciencias Sociales y Administrativas, quienes representan el 49% del total de egresados de Maestría. Mientras que para el mismo periodo, en Doctorado en áreas de Ciencias Sociales han egresado un total de 6,827 mexicanos, que representan el 29% del total de egresados. En cuanto al número de alumnos, de acuerdo con el Anuario Estadístico 2009 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) en México se tienen 18,530 alumnos de posgrado y de éstos, 4,809 están en áreas de Ciencias Sociales y Administrativas, lo que representa el 26% del total de alumnos.

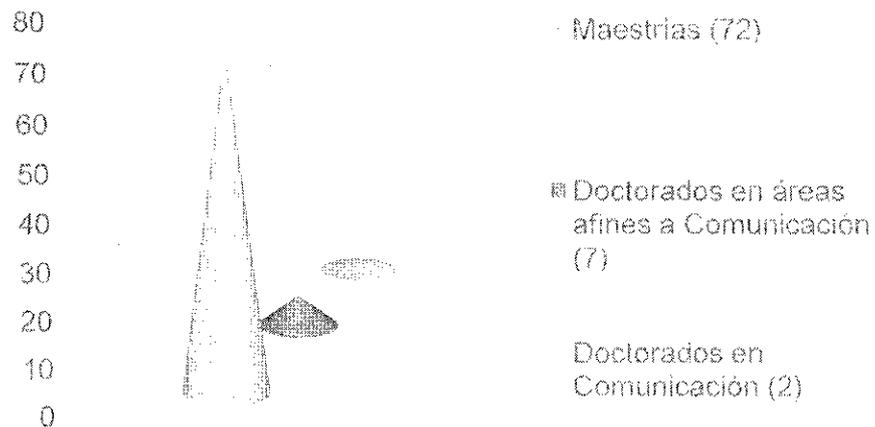
**Gráfica 2**  
**Estados de la República Mexicana con mayor**  
**crecimiento en cuanto a número de egresados de**  
**posgrado**



Fuente: Elaboración propia Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA),  
 Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte.

Particularmente en Comunicación (Gráfica 3), se tienen en el país 72 Maestrías, de las cuales el 21% se ofrecen en Universidades Públicas. En este sentido, el acceso de quienes aspiran a educación de tercer nivel es mayormente a universidades privadas, es decir, que requieren un poder adquisitivo mayor para poder cursar este nivel de estudios. En el caso de los programas de Doctorado existen sólo dos programas de Doctorado en Comunicación, y siete programas más de Doctorado en áreas afines a la Comunicación, como Educación o Humanidades, pero que abordan líneas de investigación en Comunicación. Del total de programas en este nivel, cinco se ofrecen en Universidades Públicas y cuatro en Privadas.

Gráfica 3  
Programas de formación de investigadores en  
México



Fuente: Elaboración propia Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte.

Según datos del INEGI, por cada millón de habitantes el país produce sólo 15 graduados de doctorado, entre otras razones porque no hay los suficientes apoyos académicos para que ese número se aumente. Adicionalmente, sólo el 12.2% de la población económicamente activa está ocupada en actividades de ciencia y tecnología (INEGI, 2008) y el aspecto a destacar es que esta proporción bajó de 2007 a 2008 en un 2.6%; es decir, no sólo es una pequeña proporción de la población económicamente activa la que se dedica a la investigación, sino que esta cifra va a la baja. De 2001 a la fecha sólo se han tenido 365 egresados de doctorado en áreas afines a la comunicación.

De los poco más de 113 millones de habitantes en el país según el censo de 2010, solamente 13,550 pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y de éstos, únicamente 2,614 son del área de Ciencias Sociales, que representan el 15% del total de Investigadores en el SNI. A partir de estos datos se puede identificar que existe un gran número de alumnos graduados de maestría que podrían ingresar a programas doctorales en comunicación, por lo que la cifra de graduados de programas de doctorado podría incrementar con la institucionalización de más programas de tercer nivel.

Por otra parte, existe un vacío importante entre el número de personas que concluyen los estudios doctorales y los que finalmente se quedan trabajando en las áreas científicas. De acuerdo con los datos estadísticos de 2007, de la población total de estudiantes que egresaron de doctorado en el país fue de 3,530. Si se considera que el 29% se canalizará a alguna ciencia social, se habla de una población de 1,023 alumnos, y si de éstos, un estimado del 6% se aplica a estudiar un doctorado en Comunicación, serían 61 candidatos. Continuando con las cifras, si adicionalmente un 30% aproximado de éstos, optara por un doctorado en el extranjero, quedarían 18 alumnos. Finalmente, si como se ha referido anteriormente sólo el 12% se dedica a actividades de investigación, es decir, que de 18 egresados de doctorados en áreas de comunicación del año 2007, sólo se quedaron 2 de ellos como investigadores.

*¿Qué Universidades o Instituciones ofrecen el programa de estudios doctorales en el país? y ¿cuáles son las principales líneas de investigación que manejan?*

En México se ofrecen 81 programas de posgrado en comunicación: 72 maestrías y 9 doctorados. En éstos últimos se incluyen programas con áreas de investigación en Comunicación aunque tengan una cobertura disciplinaria más amplia. Los programas de Maestría están ofertados por Universidades Privadas en un 78% y sólo un 22% por Universidades Publicas; además de un caso mixto que es el programa ofertado por el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE). En el caso de los programas de Doctorado, sólo existen dos específicamente de Comunicación: el Doctorado de la Universidad Anáhuac México Norte y el del CADEC.

El Doctorado en Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac México Norte, cuenta con cuatro líneas de investigación: 1) Comunicación estratégica en las organizaciones, 2) Comunicación hipermediática e innovación de contenidos, 3) Corresponsabilidad mediática e hipermediática, y 4) Dirección de empresas de entretenimiento. Este programa tiene como objetivo formar investigadores con el más alto grado de liderazgo, que aporten a la sociedad solución a diversos problemas sociales, mediante el diseño de estrategias y planes de acción fundamentados en investigación empírica.

Por su parte el Doctorado en Comunicación y Pensamiento Estratégico del CADEC está orientado a la formación de profesionales con habilidades reflexivas y críticas que puedan realizar diagnósticos comunicativos y soluciones de comunicación en tres áreas: medios de comunicación, comunicación en las organizaciones y comunicación política. Es decir, su enfoque privilegia las necesidades del mercado por sobre la formación de investigadores propia de un programa doctoral.

El resto de programas de doctorado sí cuentan con un enfoque de investigación en líneas diversas como son: ciencias de la comunicación; comunicación y política; medios de comunicación e industrias culturales; estudios culturales; y comunicación, cultura y sociedad (Tabla 1).

Finalmente, del total de oferta de doctorados en México, el 56% de los casos corresponden a Universidades Públicas y el 44% a Universidades Privadas.

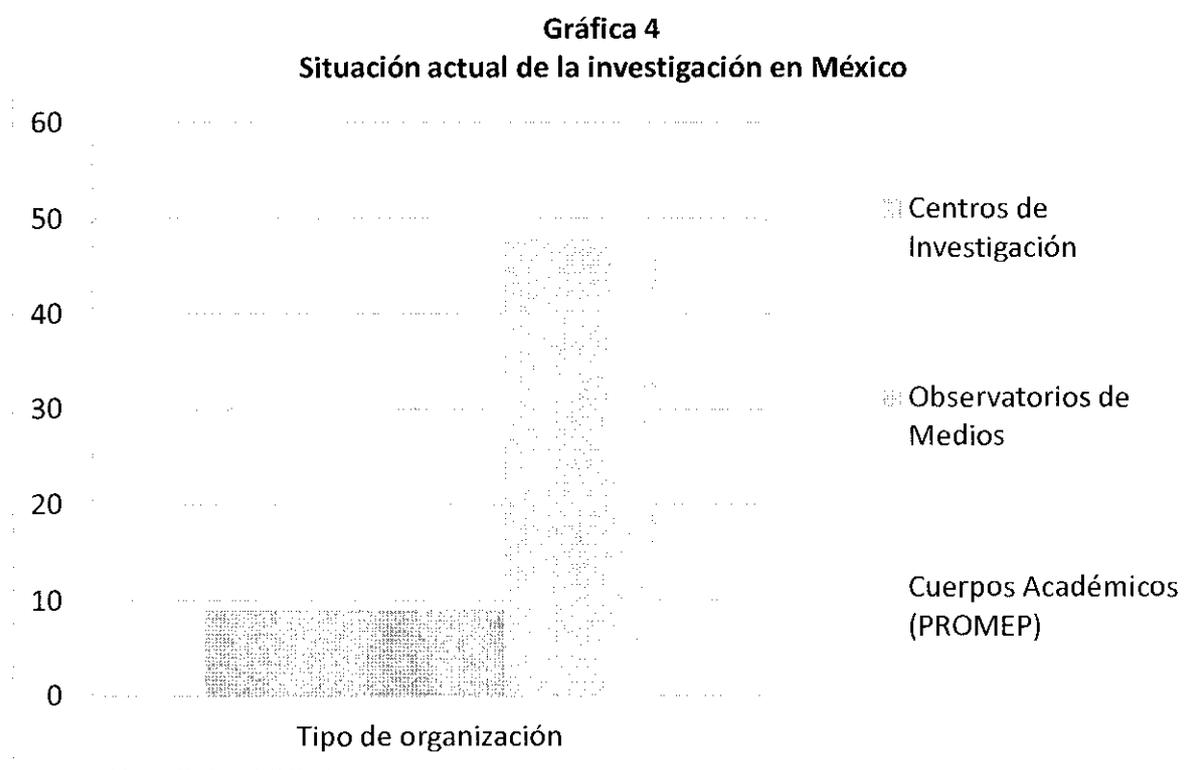
**Tabla 1**  
**Líneas de investigación de los Doctorados en áreas afines a la Comunicación en México**

<b>Universidad</b>	<b>Programa de Doctorado</b>	<b>Líneas de Investigación</b>
Universidad Nacional Autónoma de México	Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales	Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco	Doctorado en Ciencias Sociales	Comunicación y Política
Universidad de Guadalajara	Doctorado en Ciencias Sociales	Medios de Comunicación e Industrias Culturales
	Doctorado en Educación	Comunicación y Educación
Universidad Autónoma de Aguascalientes	Doctorado en Ciencias Sociales y Humanidades	Estudios Culturales
Tecnológico de Monterrey	Doctorado en Estudios Humanísticos	Comunicación y Estudios Culturales
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)	Doctorado en Estudios Científico-Sociales	Comunicación, Cultura y Sociedad

Fuente: Elaboración propia Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte.

## ¿Qué Universidades o Instituciones cuentan con áreas de investigación en comunicación en México?

La investigación en México se realiza a través de tres tipos de organizaciones distintas: los observatorios, los centros o institutos de investigación, y los cuerpos académicos. En términos cuantitativos, tenemos 48 cuerpos académicos, 9 centros de investigación adscritos a universidades en el país y entre los observatorios de medios, destaca el trabajo de nueve de ellos (Gráfica 4). A continuación una breve descripción de cada una de estas organizaciones.



Fuente: Elaboración propia Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte.

### Observatorios de Medios

Los Observatorios de Medios que tenemos en el país se organizan para investigar un tema determinado de la comunicación y se encargan de monitorear la aparición del mismo en uno o varios medios de comunicación, como son Radio, Televisión, Prensa e Internet, básicamente. Se trata de grupos de entre 12 y 30 personas que se van conformando de acuerdo con las necesidades de esta

modalidad de monitoreo de medios que se requieran para la investigación, por lo que su estructura es muy flexible y menos formalizada.

Entre los Observatorios de Medios actuales en México destacan nueve de ellos:

1. El Observatorio de Medios de Comunicación de la Asociación A Favor de lo Mejor, A.C. denominado *Observamedios.com*, está enfocado a monitorear la calidad de los contenidos de televisión, radio, cine y videojuegos desde 1998.
2. El *Observatorio Ciudadano de los Medios* es un proyecto de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) el cual inició sus actividades en 2000 en el contexto del debate ciudadano respecto a las iniciativas de ley impulsadas por el Congreso Mexicano en torno a la Libertad de Expresión, el Derecho a la Información y la Transparencia.
3. *Medios México*, es un observatorio de medios de comunicación hecho por profesionales desde 2004, el cual ahora está patrocinado por la Fundación Konrad-Adenauer-Stiftung México.
4. El *Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OIBTEL)*, tiene operaciones a nivel Iberoamérica y cuenta con esta representación en México dentro de la Universidad de Guadalajara. Destaca por ser una red de personas y organizaciones interesadas en la calidad de la televisión infantil y juvenil en América Latina y el Caribe; a diferencia de los demás observatorios, su enfoque es hacia los contenidos de entretenimiento o ficción televisiva.
5. El *Observatorio y Monitoreo Ciudadano de Medios, OMCIM A. C. de la Universidad Iberoamericana* inició en 2006. Es un espacio diseñado para promover una reflexión sobre la calidad profesional del tratamiento periodístico de la información, el cual busca proporcionar al público en general, académicos y periodistas, material útil para mejorar el trabajo cotidiano y acercar más al público con los medios.
6. El *Observatorio por la equidad de género en los medios de comunicación*, es un observatorio ciudadano realizado con recursos del Programa de Coinversión Social de la Secretaría de Desarrollo Social, el cual opera desde 2008.

7. El *Observatorio de medios de comunicación y cultura de la legalidad*, a cargo de la UPAEP, el Tecnológico de Monterrey, Líderes Ciudadanos y la Secretaría de Gobernación; fue fundado en enero de 2011.
8. El *Observatorio de medios de Iniciativa México*, fue creado en mayo de 2011, con el fin de vigilar el cumplimiento del *Acuerdo para la Cobertura Informativa de la Violencia* en todos los medios de comunicación.
9. ME FALTA EL DATO DEL OBSERVATORIO ADICIONAL QUE SE MENCIONÓ EN LA PRESENTACIÓN PERO QUE NO TENÍAMOS INVESTIGADO.

### Centros o Institutos de Investigación

Los Centros o Institutos de Investigación se dedican a producir conocimiento entorno a distintos fenómenos de la comunicación a través de estudios teóricos y empíricos; y pueden estar o no inscritos en el marco de una Institución de Educación Superior. La organización de un Centro de Investigación es formal, con una estructura definida entre sus integrantes y con un presupuesto asignado para la realización de su trabajo de investigación. En México actualmente contamos con nueve Centros de Investigación adscritos a las Universidades, con objetivos y líneas de investigación muy particulares (Tabla 2).

**Tabla 2**  
**Centros de Investigación adscritos a Universidades en México**

Centro de Investigación / Universidad	Objetivos	Líneas de Investigación
Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO) / Tecnológico de Monterrey	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar información sobre el contexto global y nacional de la producción y circulación de mensajes comunicacionales e informativos.</li> <li>• Generar propuestas para el desarrollo de políticas y estrategias de mejoramiento de los medios y las nuevas tecnologías (y de sus usos y funciones sociales en México).</li> <li>• Constituirse en una plataforma permanente para la formación y capacitación de alumnos de posgrado en la investigación y análisis de los medios de comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción y circulación de mensajes de los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías.</li> <li>• Análisis de contenidos comunicacionales que se difunden a través de los medios masivos tradicionales y de las nuevas tecnologías.</li> <li>• Índices de penetración de los mensajes y de los usos y apropiaciones que el público hace de ellos.</li> <li>• Industrias Culturales.</li> <li>• Estructura, contenido, proceso de recepción y consumo de los mensajes.</li> <li>• Impacto de las tecnologías digitales en lo social, lo cultural y lo político.</li> <li>• Planeación del Desarrollo Sostenible.</li> </ul>
Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la investigación que derive en el uso ético de los medios de comunicación.</li> <li>• Buscar nuevas aplicaciones que sirvan para la creación de una sociedad más justa, solidaria,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética y análisis del impacto de los contenidos mediáticos en las audiencias.</li> <li>• Desarrollo de las teorías de la comunicación aplicadas al contexto Hispanoamericano.</li> </ul>

	<p>promotora del bien común y el desarrollo de la persona.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiar los problemas que rodean a los medios masivos, la publicidad y la comunicación organizacional; y sus relaciones con la ética y el respeto de los valores humanos para que puedan ser resueltos con el apoyo de la investigación científica y con ello contribuir al desarrollo de la sociedad mexicana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo y evolución de los medios de comunicación en Hispanoamérica.</li> <li>• Comunicación educativa para el desarrollo humano y social.</li> <li>• Comunicación en las organizaciones, publicidad y mercadotecnia.</li> <li>• Desarrollo y evolución de la cultura, la literatura, la semiótica y la cinematografía.</li> </ul>
Coordinación de Investigación del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación / Universidad Nacional Autónoma de México	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar actividades académico administrativas, de investigación y extensión por parte de profesores y alumnos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios de periodismo.</li> <li>• Nuevas tecnologías.</li> <li>• Semiótica y análisis del discurso.</li> <li>• Comunicación política.</li> </ul>
Coordinación de Investigación y Diseño Curricular / Universidad Latina de América.	No disponible	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jóvenes y comunicación.</li> <li>• Lenguaje.</li> <li>• Medios de comunicación (radio).</li> <li>• El imaginario del comunicador.</li> </ul>
Departamento de Estudios de la Comunicación Social / Universidad de Guadalajara	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructurar y ofrecer programas docentes en periodismo y comunicación social, así como posgrados para la formación de investigadores capaces de producir conocimientos sobre la realidad comunicacional y social del país y de la región; y estrategias aptos para los sectores público y privado.</li> <li>• Desarrollar investigación teórica, empírica y aplicada, de índole especializada e interdisciplinaria sobre el objeto de estudio: los procesos, sistemas y estructuras de comunicación social de la región.</li> <li>• Promover la difusión y divulgación del conocimiento especializado, básico y aplicado, sobre los fenómenos de la comunicación social.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política y medios de comunicación.</li> <li>• Estudios culturales y sociedades modernas.</li> <li>• Globalización y cultura.</li> <li>• Globalización, Industrias Culturales y Políticas.</li> <li>• Producción de medios y mediaciones histórico-estructurales.</li> <li>• Comunicación educación y prácticas culturales.</li> <li>• Análisis cualitativo de interacciones mediáticas de audiencias.</li> <li>• Historia de los medios de comunicación.</li> <li>• Literatura hispanoamericana.</li> <li>• Análisis de discurso y prácticas culturales.</li> <li>• Mediaciones Organizacionales.</li> </ul>
Programa Formal de Investigación en Estudios Socioculturales / ITESO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar y consolidar los programas de investigación y posgrado y sus articulaciones intra y extradepartamentales, para impulsar la cultura de producción académica (reflexiva, colegiada y socialmente referida) que contribuya a la comprensión y transformación de los sistemas, procesos y prácticas de significación y producción de sentido; mediante los cuales se constituyen de manera objetiva y se expresan y desarrollan intersubjetivamente las identidades socioculturales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistemas de Comunicación y Prácticas Sociales.</li> <li>• Medios, mediaciones tecnológicas y lenguajes.</li> <li>• Comunicación y Culturas Urbanas.</li> </ul>
Programa Interinstitucional de Investigación en Comunicación (PIIC) / Universidad del Valle de México	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los cambios y estructuras significativas del sector de la información y la comunicación pública, desde un enfoque abierto e integrador que trata de vincular la teoría y la práctica, el pensamiento y la dinámica cultural, desde una visión crítica y una cultura de investigación productiva a la hora de plantear las problemáticas y propuestas de análisis sobre los objetos y lógicas que atraviesan los procesos de la comunicación, a través de un equipo pluridisciplinario de estudio y formación en comunicación constituido como red de intercambio académico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas Tecnologías de la Información (NTI) y documentación digital.</li> <li>• Comunicación y sociedad.</li> <li>• Comunicación e Institución.</li> <li>• Medios gráficos y audiovisuales.</li> <li>• Discurso y comunicación.</li> </ul>
Proyecto Internet / Tecnológico de Monterrey (titular del Grupo de Trabajo 18 de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigar sobre los ejes temáticos de Internet, Sociedad de la Información, Cibercultura, y Red de Investigación en Cibercultura y Sociedad de la Información del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet.</li> <li>• Sociedad de la información.</li> <li>• Cibercultura.</li> <li>• Comunicaciones digitales.</li> <li>• Cyberperiodismo.</li> </ul>

<p>Comunicación, ALAIC)</p> <p>Centro de Investigación en Comunicación Anáhuac Mayab (CICAM) / Universidad del Mayab</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar investigación en Comunicación que facilite el entendimiento, crecimiento y análisis de la región sureste del país, entendiéndose por ésta, el espacio cultural que provee de una visión específica de la realidad del mundo, desde los diversos ámbitos de la comunicación hasta los aspectos socioculturales, con el fin de contribuir a la calidad de vida del ser humano, al avance científico y tecnológico, y el desarrollo de la sociedad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación y cultura para el desarrollo social.</li> <li>• Comunicación corporativa.</li> <li>• Opinión pública.</li> <li>• Medios tradicionales e interactivos.</li> </ul>
--	---	--

Fuente: Elaboración propia Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), Facultad de Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte.

### Cuerpos de Investigación o Cuerpos Académicos

Pasemos ahora a la revisión de los Cuerpos de Investigación o Cuerpos Académicos que tenemos en México. Partiendo de su definición, se considera así al conjunto de profesores-investigadores que comparten una o más líneas de estudio, cuyos objetivos y metas están destinados a la generación y/o aplicación de nuevos conocimientos. Su relevancia radica en que, por el alto grado de especialización que alcanzan en conjunto al ejercer la docencia, logran una educación de buena calidad, sustentan las funciones académicas institucionales y contribuyen a integrar el sistema de educación superior del país, tanto en Universidades Públicas, como Estatales, Politécnicas, Institutos y Universidades Tecnológicas.

Los Cuerpos Académicos reciben fondos para realizar sus proyectos de investigación por parte de la Secretaría de Educación Pública, a través de su Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP) creado para elevar permanentemente el nivel de habilitación del profesorado con base en los perfiles adecuados para cada subsistema de educación superior. La premisa es que, al impulsar la superación sustancial en la formación, dedicación y desempeño de los cuerpos académicos de las instituciones, se eleva la calidad de la educación superior.

En el ámbito de la Comunicación se tienen en México 48 Cuerpos Académicos reconocidos por PROMEP, los cuales se dividen en tres categorías según su nivel de desarrollo:

- En etapa de Formación se encuentran 29 Cuerpos Académicos, los cuales tienen identificados a sus integrantes o tienen los contactos de

investigadores con quienes podrían integrarse, son investigadores en su mayoría de nivel becario o recién graduado y tienen definidas sus líneas de investigación; sin embargo su conformación es incipiente.

- En la etapa de Consolidación tenemos 14 Cuerpos Académicos, esto implica que más de la mitad de los investigadores que los conforman tienen experiencia en docencia o formación de recursos humanos, y al menos uno de sus investigadores pertenece al Sistema Nacional de Investigadores del CONACYT. La mayoría de los investigadores en este tipo de Cuerpos Académicos, tiene reconocimiento del perfil deseable y todos participan en líneas de generación o aplicación innovadora del conocimiento bien definidas.
- Finalmente sólo se tiene en México cinco Cuerpos Académicos que se consideran como Consolidados, es decir, que la mayoría de sus integrantes cuentan con el grado de doctorado, tienen habilitación académica para generar o aplicar innovadoramente el conocimiento de manera independiente, cuentan con amplia experiencia en docencia y formación de recursos humanos y demuestran una intensa actividad académica en congresos, seminarios, vida colegiada, y participación en redes de intercambio académico con sus pares, en el país y en el extranjero, en organismos e instituciones nacionales e internacionales. Los Cuerpos Académicos Consolidados en México se encuentran en La Universidad Autónoma de Chiapas, la Universidad Autónoma de Chihuahua, la Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa, la Universidad de Colima y la Universidad de Guadalajara.

*¿Qué perspectiva a futuro presenta la investigación en comunicación en el país?*

Con el recuento realizado hasta ahora con respecto a los programas de doctorado en comunicación o programas doctorales con líneas de investigación en comunicación; así como con la revisión del número de observatorios, centros de investigación y cuerpos académicos que tenemos en México; es posible afirmar que se ha avanzado en diferentes frentes hacia la profesionalización y consolidación de esta joven disciplina.

Sin embargo, se puede decir que queda mucho por hacer en el ámbito del desarrollo de alternativas sólidas para la formación de investigadores en comunicación en el país. A poco más de 50 años de distancia del inicio de la investigación en comunicación en América Latina, fecha que se marca con la fundación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) en 1959; si bien es cierto que derivado de la tendencia en la región de generar mayores alternativas de educación de posgrado, hoy México destaca por el número de programas doctorales que ofrece en la materia; también es cierto que hace falta incrementar la oferta de programas doctorales específicos para la formación de investigadores en comunicación como campo académico especializado y no como resultado de una formación en investigación interdisciplinaria. Y por otra parte, es necesario promover la acreditación de todos los programas doctorales existentes, dentro del Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del CONACYT, para asegurar los parámetros de educación y formación que requiere este nivel de estudios y la formación sólida de los futuros investigadores.

Asimismo es de vital importancia para la disciplina reforzar los canales de divulgación y difusión de la ciencia, y en ello la tendencia ha sido positiva, la cantidad de revistas que han surgido sobre el tema de la comunicación en los últimos años lo demuestra. Muchas de éstas impresas y otras más electrónicas, han favorecido a muchos investigadores, académicos y estudiantes que cuentan con fuentes de consulta recientes y de alta relevancia para sus propios estudios.

Los congresos, encuentros, seminarios y distintos programas que llevan los avances del conocimiento a distintos foros y con distintos enfoques, son aspectos fundamentales en la tendencia de la investigación en México, y una enorme carta de respuesta ante la globalización del conocimiento que estamos viviendo. Espacios de reflexión son en este tiempo, sinónimo de conocimiento vivo que impulsa a toda nuestra comunidad científica y académica a seguir adelante con un rumbo definido: colocar a México entre los referentes de la investigación de la Comunicación en América Latina y en el mundo.

Por otra parte, el creciente número de Centros de Investigación, Observatorios y Cuerpos Académicos de la Comunicación ha favorecido la proliferación de investigadores en las distintas áreas o líneas de interés, propiciando la consolidación de la teoría de la comunicación. Asimismo, este incremento en la actividad de investigadores organizados en el país, ha generado nuevas perspectivas para la disciplina, ampliando su espectro hacia la atención de muy diversas demandas que se tienen en el país, pero también ha propiciado la necesidad de vincularse con el resto del mundo para el logro de sus resultados.

El nacimiento, crecimiento y consolidación de las redes de investigación en el mundo, exige que en México generemos un entorno de intercambio y de conexión de mentes colaborativas en el ámbito de la Comunicación, personas en constante actualización, capaces de vislumbrar alternativas innovadoras que atiendan las necesidades políticas, sociales y culturales actuales.

Las redes de investigación serán el elemento clave para hacer más eficiente la generación de conocimiento en la disciplina, aprovechando las plataformas electrónicas digitales en línea (denominadas PED), explotando la diversidad que se propicia en el trabajo a distancia y transitando hacia una colaboración en la investigación que potencie los resultados. El desarrollo de las plataformas digitales desde el *e-learning* hasta los laboratorios virtuales de investigación a distancia o los *colaboratorios virtuales* como han sido llamados por la UNESCO desde 2005, son espacios electrónicos digitales para la teleinvestigación en red que debemos explotar con mayor eficiencia en nuestro país.

En las redes de investigación en comunicación, queda pendiente la conformación de mayores lazos de cooperación entre los institutos, universidades y organismos que generan conocimiento a fin de potenciarlo a través de la creación de espacios electrónicos comunes de verdadera colaboración, con resultados visibles y plausibles a todos los participantes, con alcances tanto a nivel nacional como internacional.

Sea pues un momento éste de reflexión para desde nuestra trinchera iniciar el cambio de fondo, dedicar más tiempo a la formación de los futuros investigadores que contribuirán a profesionalizar la disciplina y también abrir los brazos para hacer un intercambio de conocimiento con colegas cercanos y lejanos, amigos y conocidos, afines y dispares, todo con el fin de ser los primeros en extender la mano a otros investigadores y generar las nuevas redes de investigación que nos hacen falta, encontrar los elementos del nuevo paradigma que aún nadie ha vislumbrado, celebrar el descubrimiento todos al unísono y apoyar así la creación de verdadero conocimiento por encima de logros individuales cargados de ego. La disciplina hoy más que nunca nos reclama crear lazos extensos, fuertes, honestos, diversos, incluyentes, creativos y por sobretodo, colaborativos, dignos representantes del “poner en común” que desde siempre nos ha unido.

Muchas gracias.

## REFERENCIAS

- AFM (2011) *Observatorio de Medios de la Asociación a Favor de lo Mejor*. México: Asociación A Favor de lo Mejor, A.C. Consultado el 23 de agosto de 2011 desde <http://www.observamedios.com/main.asp?CatID=Info&InfoID=info&ID=58>
- Álvarez, A. (Ed.) (Mayo, 2008) *DOC, Directorio de Observatorios de la Comunicación*. En *Revista Latina de Comunicación Social* España: Universidad de La Laguna. Consultado el 22 de agosto de 2011 desde <http://www.ull.es/publicaciones/latina/observaOBSERVATORIOS.htm>
- ANUIES (2009) *Anuarios estadísticos 2005 – 2009*. México: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. Extraídos el 22 de agosto de 2011 desde [http://www.anui.es/servicios/e\\_educacion/index2.php](http://www.anui.es/servicios/e_educacion/index2.php)
- Comunicación y Diseño (2011) México: Universidad del Mayab. Consultado el 24 de agosto de 2011 desde <http://www.anahuacmayab.mx/314-1-comunicacion+y+diseño.html>

- CONEICC (2011) *Academia México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación*. Extraído el 22 de agosto de 2011 desde [http://www.coneicc.org.mx/index.php?option=com\\_content&view=category&layout=blog&id=38&Itemid=61](http://www.coneicc.org.mx/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=38&Itemid=61)
- Medios México (2011) México: Fundación Konrad-Adenauer-Stiftung México Consultado el 23 de agosto de 2011 desde <http://mediosenmexico.blogspot.com>
- Observatorio de Medios de Comunicación y Cultura de la Legalidad (2011) México: Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO). Consultado el 23 de agosto de 2011 desde <http://www.mediosyculturalegal.com/noticias/videos>
- Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OIBTEL) – Iberoamérica (2005) Consultado el 23 de agosto de 2011 desde <http://www.comminit.com/?q=tv-de-calidad/node/40980>
- OMCIM (2011) *Observatorio y Monitoreo Ciudadano de Medios, OMCIM A.C.* México: OMCIM. Consultado el 23 de agosto de 2011 desde <http://omcim.org>
- Rebeil, M.A. (Coord.) (2008) Introducción. Diversidad en el campo de la Comunicación. En *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC XV México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación* Pp. 20 - 24
- SEP (2011) Cuerpos Académicos en *Programa de Mejoramiento del Profesorado*. México: Secretaría de Educación Pública. Extraído el 24 de agosto de 2011 desde <http://promep.sep.gob.mx/cuerpos.html>
- Torres, S. y García, O. (Febrero, 2008) Redes de investigación y universidad pública. En *Revista Digital Universitaria* [en línea] Vol. 9, No. 2. Extraída el 22 de agosto de 2011 desde <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num2/art06/int06.htm>
- Observatorio Ciudadano por la Equidad de Género en los Medios de Comunicación (2011) México: Instituto Nacional de Desarrollo Social (Indesol). Consultado el 22 de agosto de 2011 desde <http://www.observatorioequidadmedios.org/>