CONVOCATORIA

La Red Académica Iberoamericana de Comunicación (RAIC), la Sociedad Latina de Comunicación Social (SLCS) y la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) convocan a los investigadores, académicos y especialistas en Comunicación a participar en la VIII Bienal Iberoamericana de Comunicación que se llevará a cabo en el Centro Cultural Universitario de la ciudad de Puebla (México) del 6 al 9 de septiembre de 2011 con la siguiente temática:

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA: DE LO ANALÓGICO A LO DIGITAL

OBJETIVOS

- Favorecer el diálogo entre los investigadores de la Comunicación en Iberoamérica, mediante encuentros de alta calidad y relevancia que fomenten la creación de redes de investigación e intercambios permanentes.
- Construir una agenda de investigación renovada sobre la Comunicación en Iberoamericana, con un trabajo colaborativo entre especialistas, el debate académico constante y la publicación de resultados en revistas científicas de alto impacto.
- Reconocer en la comunicación estratégica tres fuentes constructivas básicas: las que la vinculan con el campo académico de la Comunicación en Iberoamérica, las de su estado actual como objeto de estudio y las del nuevo espacio conceptual que le dan progresión de futuro.

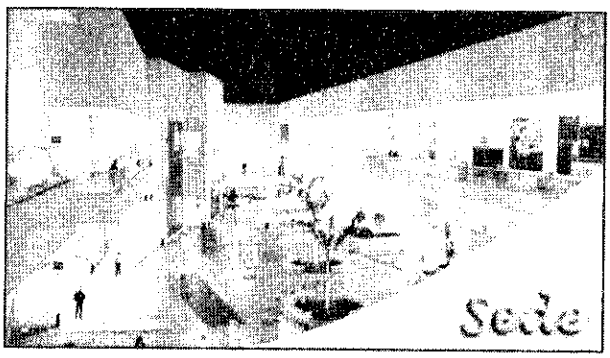
FECHAS IMPORTANTES

1° de febrero al 3 de mayo:

9 al 22 de mayo:

23 de mayo al 30 de junio:

1° al 16 de julio:



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[1]
Mtra. Rebeca Illiana Arévalo Martínez (colaboración)[2]
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.

Asimismo, 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.

---

[1] 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.

[2] 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. Asistente de Investigación del Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) y Académica de la Facultad de Comunicación de la Universidad Anáhuac México Norte. Profesora de cátedra del Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México, Santa Fe y Toluca. Editora y articulista de publicaciones corporativas impresas y digitales.

1. **¿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%.
- Específicamente este crecimiento a nivel de la capital del país, el Distrito Federal, fue de 49%.
- Mientras que el Estado 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%).
- 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 de estudios de Maestría en áreas de Ciencias Sociales y Administrativas 97,606 mexicanos, que 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.
- Pasando 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
    - ✓ De los cuales 4,809 están en áreas de Ciencias Sociales y Administrativas, lo que representa el 26% del total de alumnos.
    - ✓ Particularmente en Comunicación, se tienen en el país 72 Maestrías:

- ✓ Y de ellas, el 21% se ofrecen en Universidades Públicas; esto implica que 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 propiamente de Doctorado en Comunicación.
  - ✓ Y siete programas más de Doctorado, en áreas afines a la Comunicación, como de Educación o Humanidades, pero que abordan líneas de investigación en Comunicación.
  - ✓ De los programas de Doctorado, cinco de ellos se ofrecen en Universidades Públicas y cuatro en Privadas.
- Sin embargo, 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).
- 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 112 millones de habitantes en el país:
  - ✓ Solamente 13,550 pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT)
  - ✓ Y de éstos sólo 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:

- ✓ 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.
- ✓ Si de éstos, un estimado 6% se aplica a estudiar un doctorado en Comunicación, serían 61 candidatos.
- ✓ Adicionalmente, si un 30% aproximado de éstos, optara por un doctorado en el extranjero, quedarían 18 alumnos.
- ✓ 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 quedan 2 de ellos como investigadores.

2. ¿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, que son:

Universidad	Programa de Doctorado	Líneas de Investigación
Universidad Anáhuac México Norte	Doctorado en Comunicación Aplicada	1. Comunicación estratégica en las organizaciones 2. Comunicación hipermediática e innovación de contenidos 3. Corresponsabilidad mediática e hipermediática 4. Dirección de empresas de entretenimiento

En este programa se busca 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.

En cambio, 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.

Los otros siete programas de Doctorado corresponden a áreas afines a la Comunicación con las siguientes líneas de investigación:

Universidad	Programa de Doctorado	Líneas de Investigación
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 del CICA, Universidad Anáhuac

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

3. ¿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.

Observatorios de Medios

Empezaré por describir a 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 ocho de ellos:

1. El Observatorio de Medios de Comunicación de la Asociación A Favor de lo Mejor, A.C. denominado *Observamedios.com* y que 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 a la Transparencia.
3. *Medios México*, observatorio de medios de comunicación hecho por profesionales desde 2004 y ahora patrocinado por la Fundación Konrad-Adenauer-Stiftung México.
4. El *Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OIBTEL),* que tiene operaciones a nivel Iberoamérica y cuenta con representación en México, en la Universidad de Guadalajara, y 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 y es un espacio diseñado para promover una reflexión sobre la calidad profesional del tratamiento periodístico de la información. Busca proporcionar al público en general, a los académicos y a los propios 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*, que es un observatorio ciudadano, realizado con recursos del Programa de Coinversión Social, perteneciente a la Secretaría de Desarrollo Social, 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; fundado en enero de 2011.
8. El *Observatorio de medios de Iniciativa México,* creado en mayo de 2011, hace tan solo tres meses, con el fin de vigilar el cumplimiento del *Acuerdo para la Cobertura Informativa de la Violencia* en todos los medios de comunicación.

Centros o Institutos de Investigación

Por otra parte, en el ámbito de la Comunicación, 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. Los Centros de Investigación 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.

Actualmente contamos con nueve Centros de Investigación adscritos a las Universidades. Revisemos brevemente los objetivos y líneas de investigación que tienen cada uno de ellos.

1. El Centro de Investigación en Comunicación e Información (CINCO) del Tecnológico de Monterrey, busca generar información sobre el contexto global y nacional de la producción y circulación de mensajes comunicacionales e informativos; así como 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). El CINCO busca también constituirse en una plataforma permanente para la

formación y capacitación de alumnos de posgrado en la investigación y análisis de los medios de comunicación. Entre sus líneas de investigación tiene:

- la producción y circulación de mensajes de los medios de comunicación masiva y las nuevas tecnologías,
- análisis de contenidos comunicacionales que se difunden a través de los medios masivos tradicionales y de las nuevas tecnologías,
- los índices de penetración de los mensajes y de los usos y apropiaciones que el público hace de ellos,
- Industrias Culturales,
- estructura, contenido, proceso de recepción y consumo de los mensajes.
- Impacto de las tecnologías digitales en lo social, lo cultural y lo político, y
- Planeación del Desarrollo Sostenible.

2. El Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA) de la Universidad Anáhuac, fue creado con la intención de promover la investigación que derive en el uso ético de los medios de comunicación y así, buscar nuevas aplicaciones que sirvan para la creación de una sociedad más justa, solidaria, promotora del bien común y el desarrollo de la persona. Actualmente en el CICA se estudian 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. Entre sus líneas de investigación tiene:

- Ética y análisis del impacto de los contenidos mediáticos en las audiencias.
- Desarrollo de las teorías de la comunicación aplicadas al contexto Hispanoamericano.
- Desarrollo y evolución de los medios de comunicación en Hispanoamérica.
- Comunicación educativa para el desarrollo humano y social.

- Comunicación en las organizaciones, publicidad y mercadotecnia, y
- Desarrollo y evolución de la cultura, la literatura, la semiótica y la cinematografía.

3. La Coordinación de Investigación del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Autónoma de México, es una instancia de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales que coordina las actividades académico administrativas, de investigación y de extensión que realizan profesores y alumnos de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Cuenta con cuatro líneas de investigación:
   - Estudios de periodismo
   - Nuevas tecnologías
   - Semiótica y análisis del discurso, y
   - Comunicación política

4. La Coordinación de Investigación y Diseño Curricular, de la Universidad Latina de América, trabaja en cuatro líneas de investigación:
   - Jóvenes y comunicación
   - Lenguaje
   - Medios de comunicación (radio), y el
   - Imaginario del comunicador.

5. El Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara tiene como tres objetivos:
   1. 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 estrategas aptos para los sectores público y privado.
   2. 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.

3. Promover la difusión y divulgación del conocimiento especializado, básico y aplicado, sobre los fenómenos de la comunicación social

Las líneas de investigación sobre las que trabajan son:

- Política y medios de comunicación
- Estudios culturales y sociedades modernas
- Globalización y cultura
- Globalización, Industrias Culturales y Políticas
- Producción de medios y mediaciones histórico Estructurales
- Comunicación educación y prácticas culturales
- Análisis cualitativo de interacciones mediáticas de audiencias
- Historia de los medios de comunicación
- Literatura hispanoamericana
- Análisis de discurso y prácticas culturales, y
- Mediaciones Organizacionales

6. El Programa Formal de Investigación en Estudios Socioculturales del ITESO busca 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. Cuenta con tres líneas de investigación:
   - Sistemas de Comunicación y Prácticas Sociales
   - Medios, mediaciones tecnológicas y lenguajes, y
   - Comunicación y Culturas Urbanas

7. El Programa Interinstitucional de Investigación en Comunicación (PIIC) de la Universidad del Valle de México, se ha concebido como un equipo pluridisciplinario de estudio y formación en comunicación constituido como red de intercambio académico orientada al análisis de 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. El PIIC tiene cinco líneas de investigación:

- Nuevas Tecnologías de la Información (NTI) y documentación digital
- Comunicación y sociedad
- Comunicación e Institución
- Medios gráficos y audiovisuales, y
- Discurso y comunicación

8. El Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey es titular del Grupo de Trabajo 18 de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC), cuyos ejes temáticos son: 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). Sus líneas de investigación son:

- Internet
- Sociedad de la información
- Cibercultura
- Comunicaciones digitales
- Ciberperiodismo

9. El Centro de Investigación en Comunicación Anáhuac Mayab (CICAM), de la Universidad del mismo nombre, realiza 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. Tiene cuatro líneas de investigación:

- Comunicación y cultura para el desarrollo social
- Comunicación corporativa
- Opinión pública, y
- Medios tradicionales e interactivos

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 mita 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.

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

Con este 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 tele-investigación 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.