

## Índice de Contenidos

Introducción.....	iii
1. El Contexto de la investigación de la comunicación.....	1
1.1 El campo académico de la comunicación.....	1
1.2 La comunicación como disciplina científica. ....	6
1.3 Los estudios sobre la investigación de la Comunicación en México y América Latina. ....	8
1.4 Las dificultades epistemológicas del campo. ....	13
1.4.1 Un objeto complejo. ....	13
1.4.2 La carencia de modelos teórico-metodológicos propios de la disciplina de la comunicación.....	15
1.4.3 La dificultad para conciliar la subjetividad y la objetividad en el trabajo científico. ....	17
1.5 Dificultades a lo largo de la historia del campo académico de la comunicación.....	19
1.6 Las dificultades de articulación, institucionalización y reproducción del campo. ....	27
2. Los programas de posgrado en Comunicación. ....	32
2.1 Los programas de posgrado en México.....	32
2.2 Las políticas nacionales de apoyo y control.....	34
2.3 La relación entre investigación y la formación de investigadores en Comunicación. ....	38
2.4 La constitución de programas de Maestría en Comunicación en México.....	42
3. Objetivo del trabajo, marco de supuestos y metodología del análisis..	52
3.1 Objetivo del trabajo.....	52
3.2 Marco de supuestos de la investigación.....	53
3.3 Metodología del análisis.....	55
3.3.1 Conformación del cuerpo de estudio.....	55
3.3.2 Primer acercamiento a los documentos. ....	56
3.3.3 Definición de las categorías de análisis. ....	56
4. Descripción de los resultados. ....	66
4.1 Los programas de maestría en el ITESM, UIA y UNAM.....	66
4.2 Las tesis de maestría en el ITESM, UIA y UNAM.....	77
4.3 Los asesores de las tesis. ....	79
4.4 Los temas estudiados en las tesis. ....	83
4.5 Las fases de la comunicación estudiadas por las tesis. ....	92
4.6 Los actores estudiados. ....	94
4.7 Los medios de comunicación estudiados. ....	97
4.8 Los métodos de investigación empleados. ....	99
5. Conclusiones. ....	104
6. Anexos.....	113
7. Bibliografía. ....	131



## **Introducción**

¿Qué estudian las Ciencias de la Comunicación? ¿Qué es lo propio de esta disciplina? Son preguntas que se hacen quienes se aventuran a estudiar la comunicación. Con el desarrollo de la ciencia y de las tecnologías para la transmisión de información, este fenómeno fundamental de la vida en sociedad se ha convertido en objeto de interés científico para diferentes disciplinas de las ciencias humanas. Desde hace más de cincuenta años se empezó a investigar acerca de los procesos de transmisión de información, su función en la sociedad y los usos y efectos que estos procesos generan; los agentes sociales que intervienen en estos procesos; las relaciones interpersonales en sociedad; las estrategias para la construcción simbólica y, la tecnología, códigos y símbolos que hacen posible este intercambio de información, así como la construcción de identidades culturales. La comunicación también ha sido de interés para los agentes e instituciones sociales, como las industrias culturales, el Estado, la escuela, la Iglesia y la familia, así como para las empresas y el comercio.

Como respuesta a estos intereses, surgió un campo académico especializado en la formación de profesionales y estudiosos de procesos y productos comunicativos. En México, el campo académico de la comunicación se fue institucionalizando en las universidades y tuvo sus raíces en las escuelas de periodismo. La Universidad Iberoamericana fue la primera en abrir una escuela de Ciencias de la Comunicación en 1960. En los últimos treinta años, la oferta educativa en estudios superiores de educación sobre comunicación ha crecido significativamente. Este año, egresarán más de 2,000 comunicadores que buscan ubicarse en algún espacio laboral relacionado con la comunicación. Y, sin embargo, las preguntas por lo específico de la comunicación siguen vigentes para los agentes del campo tanto académico, como científico y laboral.

Como profesora de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el ITESO, la autora de este estudio se ha preguntado también por lo específico de la disciplina de la comunicación, como parte de la preocupación e interés en la formación de comunicadores.

Al estar estudiando la maestría en Comunicación con Especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura surgió la oportunidad de colaborar en un proyecto coordinado por Raúl Fuentes Navarro para el desarrollo de bases de información referente a los estudios de comunicación en México: “La investigación académica de la comunicación en México, 1950-2000”, apoyado y financiado por el CONACyT (R 34247-5), cuyo objetivo es integrar y poner a disposición pública una base de datos bibliográficos sobre la producción científica mexicana en el campo académico de la comunicación. De esta manera, investigadores en ejercicio y en formación podrán tener acceso a la información necesaria para construir los estados de la cuestión pertinentes a sus proyectos y evaluar la producción del campo. Así, se posibilita la reflexión necesaria para orientar, desde los agentes y las instituciones académicas, las acciones estratégicas para consolidar y legitimar el propio campo. (Fuentes, 2000a: 5)

El programa de maestría en Comunicación con Especialidad en Difusión de la Ciencia y la Cultura del ITESO contempla aspectos relacionados con teorías socioculturales de la comunicación, metodologías e instrumentos de investigación, historia de la ciencia y sociología del conocimiento y estrategias de difusión de la ciencia y la cultura. Estos cursos, junto con mi inquietud acerca de la formación de comunicadores y la oportunidad de trabajar en este proyecto sobre “La investigación académica de la comunicación en México” fueron los factores que influyeron en la definición del eje de estudio de esta tesis.

Las tesis de posgrado son parte de la base de información del proyecto, por ello, esta investigación se centró en dichos productos para identificar las características y tendencias de la reproducción del campo académico plasmadas en las tesis de maestría en comunicación, en cuanto a temas, actores, fases y medios de comunicación estudiados y, las metodologías empleadas.

La reproducción de un campo se refiere a la proliferación de agentes que se identifican como miembros de éste y, de recursos y bienes materiales y simbólicos que forman parte del capital común. Esta proliferación, a la vez que implica un crecimiento en cantidad y calidad, contribuye a la consolidación y fortalecimiento del campo. La reproducción de agentes se refiere a la formación de sujetos con un

habitus y cualidades determinadas que les permiten pertenecer al campo, definir su posición en él y competir por la apropiación de los bienes en juego. Estos agentes pueden ser reproductores de otros agentes o productores de recursos materiales y/o simbólicos.

Conocer las características y condiciones de reproducción de este campo permite identificar sus fortalezas y debilidades, así como estrategias para una mayor consolidación tanto institucional como científica, lo cual implica definir y legitimar lo propio de la Comunicación. El desarrollo del campo académico de la comunicación en México ha sido un proceso complejo y conflictivo, que se ha concentrado en las universidades. Puesto que es en los programas de posgrado donde se forman investigadores y especialistas en comunicación, para entender la constitución de este campo es clave conocer acerca de la tradición académica, la formación de investigadores y la integración de comunidades académicas en estos espacios.

El presente trabajo hace un análisis descriptivo de la reproducción del campo académico de la comunicación en México a través de las tesis de tres programas de maestría en comunicación: en la Universidad Iberoamericana, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Debido a que únicamente se analizan productos, esta investigación se centra en la descripción de algunas características y tendencias de las tesis para comprender algunos rasgos de la reproducción de este campo. De esta manera, las condiciones de producción, como el contexto institucional y las dificultades epistemológicas, de reproducción y articulación del campo, están contempladas a manera de contexto.

Es importante considerar que ser parte del campo académico de la comunicación tiene ciertas ventajas, como el manejo del lenguaje y la experiencia de los problemas epistemológicos e institucionales que representa este campo para sus agentes. Pero, a su vez, esto presenta ciertos límites en cuanto al ángulo de visión

y un cierto grado de ceguera, especialmente por estar dentro de este proceso de reproducción del campo que es objeto de estudio de esta investigación.

### **Estructura de la exposición**

Con el objetivo de entender el contexto de la investigación y de la reproducción del campo académico de la comunicación, en el primer capítulo se definen y explican las nociones teóricas en las cuales se basa esta investigación. Se define el concepto central de este trabajo, el *campo académico*, tomado de la teoría de los campos de Bourdieu, los elementos que integran el campo, sus características y los factores que intervienen en el proceso de consolidación y reproducción. Otro concepto importante es la disciplina de la comunicación y la necesidad de una postura interdisciplinaria. El proceso de desarrollo, consolidación y legitimación del campo académico de la comunicación ha presentado, a lo largo de su corta historia, grandes retos en cuestiones epistemológicas (por lo complejo del objeto de estudio, la carencia de consenso en torno a éste y de modelos teórico-metodológicos para abordarlo, así como las dificultades para conciliar lo subjetivo con lo objetivo en las prácticas científicas), y en aspectos de su articulación, institucionalización y reproducción. Estos puntos se describen en la segunda parte del capítulo uno.

En el segundo capítulo se describen las condiciones institucionales del campo académico de la comunicación en México. Esta parte está dividida en cuatro secciones. En la primera, se explica la ubicación y retos de los programas de posgrado en el sistema educativo nacional. En la segunda, se señalan las políticas nacionales de apoyo y control de los programas de posgrado e investigación en México, para conocer cómo es que estos programas son reconocidos y apoyados por el gobierno. En la tercera, se describen los retos de la formación de investigadores en Comunicación. Y, en la cuarta sección, se narra la historia de la apertura de los programas de Maestría en Comunicación en México y se presenta una tabla con los treinta y tres programas de posgrado en comunicación que participaron en la III Reunión Nacional de Posgrados e Investigación en Comunicación realizada en 2000.

El objetivo de este trabajo, explicado en el tercer capítulo, es identificar los rasgos distintivos de la reproducción del campo académico de la comunicación en México en la formación de especialistas en comunicación en dos niveles:

- a) El tipo de agentes que se está formando en los programas de maestría en comunicación: si se da mayor énfasis a la formación de docentes, de profesionales especializados o de investigadores.
- b) Las tendencias de esta reproducción del campo en cuanto a temas, actores, fases y medios de comunicación estudiados, así como el tipo de investigación e instrumentos empleados en las investigaciones de las tesis de maestría en Comunicación.

Para conocer los rasgos distintivos de la reproducción de este campo, se hizo un análisis de las tesis de los tres programas de maestría en comunicación en México con un mayor número de tesis producidas entre 1996 y 2000 (la Universidad Iberoamericana, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey y la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM). Este análisis se hizo para identificar temas, actores, fases y medios de comunicación estudiados, así como el tipo de investigación e instrumentos empleados. Para cada uno de estos aspectos se definieron categorías analíticas mutuamente excluyentes, formuladas en términos amplios y definidas inductivamente a partir del contenido de las mismas tesis. El marco de supuestos y la metodología del análisis se describen en este tercer capítulo, donde se explica también cada una de las categorías de análisis utilizada y sus contenidos.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados del análisis de las tesis. Se hace una descripción general del cuerpo de estudio (cantidad de tesis producidas por año y género de los autores) y se hace una comparación entre los rasgos formales distintivos de las tesis por universidad (número de páginas, número de referencias bibliográficas y número de asesores por universidad), donde se distinguen las tesis de la UNAM por ser las que, en promedio, cuentan con un mayor número de páginas y de referencias bibliográficas. Se describe, también de manera comparativa entre las tres universidades, los temas, actores, fases y medios de comunicación estudiados, así como el tipo de investigación e instrumentos empleados por las tesis generadas en cada maestría.

Por último, en el quinto capítulo se presentan las conclusiones de la investigación. Se señalan las diferencias sustanciales entre los programas de maestría de las tres universidades generadas en cierta forma por el perfil de cada programa y las líneas de investigación propuestas. Sin embargo, existen también ciertas similitudes en cuanto a las tendencias temáticas y teórico-metodológicas. Existe una preponderancia de las investigaciones empíricas acerca de los medios de comunicación masiva, especialmente sobre televisión, prensa y tecnologías de información. Los estudios de recepción, las investigaciones sobre emisores, instituciones y contenido de los mensajes representan también una parte importante de las investigaciones.

Un aspecto significativo y alentador para el campo académico de la comunicación es la creciente vinculación entre la formación especializada de agentes del campo (principalmente de docentes y profesionales especialistas en comunicación), con los problemas y necesidades sociales, en una búsqueda de soluciones prácticas para problemas sociales concretos, por medio de investigaciones que emplean diversos instrumentos metodológicos y que se enriquecen de otras disciplinas. Con este tipo de acciones, las maestrías pueden llegar a ser un espacio privilegiado y estratégico para la formación de agentes capaces de reflexionar, actuar y transformar en cierta medida las relaciones sociales en las que se encuentran. Sin embargo, aún se presentan algunas deficiencias en cuanto a la capacidad para generar una discusión académica sistemática que produzca reflexiones epistemológico-metodológicas consistentes, debido principalmente a las carencias en la formación en investigación y a la falta de difusión de las investigaciones.

## 1. El contexto de la investigación de la comunicación.

### 1.1 El campo académico de la comunicación.

Desde la Segunda Guerra Mundial, con el desarrollo de los medios de difusión, se empezó a conformar un campo de conocimiento especializado en el “conjunto de instituciones, estructuras mediadoras y prácticas socioculturales a través de las cuales se producen, circulan y reproducen socialmente los símbolos y significados” (Orozco Martínez, 1999: 1). Podemos considerar esta área del conocimiento sobre la comunicación como un campo, entendido desde la perspectiva analítica de Bourdieu.

Un campo puede definirse como una **red** o configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas **posiciones** se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, ya sean **agentes** o **instituciones**, por su situación (*situs*) actual y potencial en la estructura de la distribución de las diferentes especies de poder (o de **capital**) -cuya posesión implica el acceso a las ganancias específicas que están en juego dentro del campo- y, de paso, por sus relaciones objetivas con las demás posiciones. (Bourdieu, P. y Wacquant, L.J.D., 1995: 64)

Existen diferentes tipos de campos, definidos en torno a los bienes en juego, las reglas y los agentes: el campo cultural, político, social, profesional, intelectual, artístico, científico, académico, etc. Todos los campos están incluidos dentro de un tipo de campo político, que atribuye a los agentes una posición y función específicas. Los agentes son actores provistos de un *habitus* y de cualidades determinadas (socialmente constituidas) que les permiten pertenecer o no a un campo en concreto y definir su posición en él.

El **habitus** es un sistema de disposiciones socialmente constituidas; sistema producido por la interiorización de estructuras objetivas que, en cuanto estructuras estructuradas y estructurantes, son el principio generador y unificador del conjunto de las prácticas y de las ideologías características de un grupo de agentes. El *habitus* funciona como una matriz de percepciones, de apreciaciones y de acciones. (Bourdieu, 1981 y 1983)

Podemos entender la **reproducción del campo** como un sistema de autopropagación o proliferación de los recursos, bienes y agentes dentro de un campo específico, gracias tanto a su estructura como a las condiciones extrínsecas e intrínsecas que contribuyen al mantenimiento de dicho sistema. Las prácticas de reproducción, como prácticas sociales, se encuentran “inmersas en condicionamientos y mediaciones sociales, culturales, económicas, políticas, institucionales, etc.” e implican para sus actores ser parte de luchas por los recursos, por la legitimidad y la hegemonía, por el reconocimiento y la distinción, en muchos frentes y niveles. (Sánchez Ruiz, 1995: 83)

Si consideramos los **campos científicos** como campos de producción simbólica, cuya actividad se caracteriza por el proceso sociocultural e ideológico fundado en la trama de las relaciones sociales, es necesario tener en cuenta a los agentes productores (investigadores) y las condiciones sociales (institucionalizadas) de su producción para comprender sus productos (conocimiento) y su forma de reproducción. (Bourdieu, 1975, 2000, en Fuentes, 2002a: 2) Los campos científicos se distinguen por una lucha por el “monopolio de la competencia científica”, según proyectos que son a la vez “teóricos” y “políticos”. “La lucha por la autoridad científica es necesariamente una lucha al mismo tiempo política y científica; su única singularidad es que opone entre sí a productores que tienden a no tener otros **clientes** que sus mismos competidores”. (Bourdieu, 1975: 117) Generalmente, en el campo científico, los bienes simbólicos tienen la característica específica de poder ser consumidos únicamente por quien posee el código necesario para descifrarlos (las categorías de percepción y de apreciación que se adquieren dentro de la disciplina). (Bourdieu, 1983: 31)

Las **producciones simbólicas** generadas en campos como el cultural, intelectual, artístico, académico y científico presentan características propias de las condiciones sociales de su producción y de la posición del productor en el campo de producción donde él ejerce su autoridad “a través de diferentes mediaciones, sobre el interés expresivo, sobre la forma y la fuerza de la censura que le ha sido impuesta (lo que es legítimamente correcto y lo que no) y sobre la competencia que permite satisfacer aquél interés dentro de los límites de estas restricciones”. (Bourdieu, 1983: 41)

La **consolidación** del campo científico se genera en la medida en que se legitima su estructura y funciones, al definir las fronteras de conocimiento, al establecer normas compartidas dentro de instituciones, al construir métodos de investigación y enseñanza y paradigmas teórico-metodológicos comunes y, sobre todo, al definir el objeto de estudio propio del campo. Esta consolidación es, al mismo tiempo, causa y consecuencia de la reproducción del campo:

- a) La proliferación de recursos se da en la medida en que incrementa el número de agentes que se forman dentro del campo como investigadores, profesores o profesionales y, en la medida en que este grupo de agentes adquiere legitimidad y obtiene más recursos y mejores condiciones materiales, culturales y sociales para realizar sus prácticas científicas y profesionales, ganando terreno en el campo científico y académico. Esto, a su vez, permite la institucionalización<sup>1</sup> del campo.
- b) La proliferación de bienes simbólicos es generada por este grupo de agentes en sus prácticas científicas y académicas. Permite ir integrando un acervo cultural (de conocimiento científico) que retroalimenta no sólo la reproducción y consolidación del campo, sino al avance del conocimiento mismo.

Cabe señalar que *campo científico* no es sinónimo de *campo académico*, sino que el primero puede ser un subcampo del segundo<sup>2</sup>. La diferencia radica en el objetivo de las prácticas, los recursos, los bienes en juego y las prácticas mismas. En el campo académico, cuyas prácticas se abocan a la reproducción de agentes, se encuentra como subcampo el científico, donde se lucha por la competencia por el monopolio científico y las prácticas se centran en el estudio de un objeto y en la producción y difusión de bienes simbólicos relativos a dicho objeto.

En el caso del **campo académico de la comunicación**, diferentes factores han influido en su consolidación y reproducción:

---

<sup>1</sup> La institucionalización del campo académico se refiere al conjunto de factores organizacionales y estructurales relativamente permanentes y legítimos que propician ciertas prácticas y procesos intelectuales. “La ciencia se institucionaliza en las universidades en la forma de actividades de enseñanza e investigación”. (Lemaine et al, 1976: 17, citado por Fuentes, 2000b: 3)

<sup>2</sup> Como veremos más adelante, en México y América Latina, la investigación en comunicación se realiza mayoritariamente en las instituciones de educación superior (es decir, en el campo académico) y, en menor medida, en centros de investigación.

- a) Factores extrínsecos como las tendencias, discusiones y avances del campo de las ciencias sociales (área del conocimiento en la que se encuentra el estudio de la comunicación), los avances tecnológicos de los medios de comunicación (su principal objeto de estudio) y las condiciones históricas, económicas, políticas y socioculturales del contexto tanto micro (principalmente de las universidades y otros centros de investigación que apoyan con recursos e infraestructura con énfasis en determinados productos simbólicos y culturales) como macro (de la región y del país donde se inserta el campo).
- b) Y factores intrínsecos, como los integrantes del campo (generalmente de procedencia de otras disciplinas de las ciencias sociales y humanidades); las relaciones (interacciones, intercambios, alianzas y conflictos) entre estos agentes; sus prácticas académicas y científicas; sus productos; los modelos teórico-metodológicos considerados como legítimos (tomados de otras disciplinas de las ciencias sociales y humanidades); la definición del objeto de estudio y, los acervos de conocimientos a los cuales se tiene acceso, entre otros factores.

El desarrollo del campo académico de la comunicación en México ha sido un proceso complejo y conflictivo, que se ha concentrado en las universidades y ha estado “determinado, en su escala más general en los últimos veinticinco años, por la coincidencia de intensos y extensos procesos de cambio, por una parte en las condiciones del mercado académico nacional y por otra en los marcos epistemológicos y teórico-metodológicos del estudio de la comunicación”, así como ha estado sujeto a los factores externos (especialmente los económicos y políticos) e internos del campo (intelectuales y culturales), que lo han ido estructurando. (Fuentes, 1998: 25) En este sentido, la tradición académica, la formación de investigadores y la integración de comunidades académicas son aspectos claves para entender la constitución del campo.

Las instituciones de educación superior han jugado un papel central en la consolidación del campo académico de la comunicación en México, puesto que ha sido en estos espacios donde se han institucionalizado las prácticas académicas y científicas, con todos los conflictos y limitaciones que esto implica, pero también con el apoyo económico, político y social que representan las universidades. El

desarrollo histórico de este campo puede ser trazado entonces a partir de las propuestas educativas (mayoritariamente en los programas de formación de profesionales a nivel de licenciatura) y de investigación en estas instituciones, a su vez determinadas por el contexto político-económico nacional e internacional.

En México, “han predominado sucesivamente tres *modelos fundacionales* para la formación universitaria de profesionistas de la comunicación, que articulan de maneras diversas en el currículo los saberes definidos como pertinentes en función de diversos perfiles y diversas determinaciones socioprofesionales”: la formación de periodistas, la formación de comunicadores intelectuales desde una perspectiva humanística y, la formación de comunicólogos como científicos sociales. A pesar de sus divergencias y desarticulaciones, una característica común en los tres modelos ha sido “la consideración -utópica- de la comunicación -entendida 'teóricamente' de diversas maneras- como *instrumento de transformación social*”. (Fuentes, 1998: 90-91).

Como veremos en los siguientes capítulos, diversos factores políticos, económicos, ideológicos e intelectuales han determinado la consolidación del campo. Las prácticas científicas han sido generadas en el marco del capital simbólico y científico extranjero (de procedencia norteamericana y europea), estrechamente relacionado con otras disciplinas de las ciencias sociales. A lo largo de la corta historia de este campo, como espacio de lucha que es, se han generado divergencias tanto de orden metodológico y epistemológico, como del ámbito ideológico, económico y político, entre distintos proyectos de investigación, en esta lucha por el *monopolio de la competencia científica*.

De acuerdo con Fuentes (1998), hacia los años noventa se detectaba cierta tendencia hacia la consolidación y la legitimación académica del campo, observable en el incremento de la producción académica y espacios de difusión y comunicación, de búsqueda de consensos científicos y de las interacciones colaborativas entre instituciones y agentes dentro y fuera del campo, así como de la formación de nuevos agentes, entre otros factores. Sin embargo, las dificultades propias de la disciplina de la comunicación, de orden epistemológico e institucional, no han sido resueltas.

## **1.2 La comunicación como disciplina científica.**

Los estudios sobre comunicación, entendidos como una disciplina científica, pueden tener dos acepciones:

- a) La organización coherente de conceptos que permite explicar a profundidad una realidad desde un área especializada del conocimiento. Son modos de aproximarse a la realidad, estableciendo fronteras respecto de otras disciplinas en la lógica de lucha descrita por Bourdieu, donde los alumnos o discípulos aprenden los conceptos, teorías, habitus y prácticas científicas de los maestros, doctores o profesores. Es lo que Kuhn (1995) denominó “ciencia normal” o “paradigmática” en cuanto a la investigación.
- b) La forma institucional del campo, en cuanto estructura, relativamente permanente y legítima, en que se organizan e interactúan los agentes y recursos para la producción y reproducción del conocimiento y de nuevos agentes adscritos a esta especialización del conocimiento.

Kuhn define la *ciencia normal*<sup>3</sup> como la investigación basada firmemente en uno o más paradigmas (realizaciones científicas pasadas, reconocidas por una comunidad científica particular, durante cierto tiempo), como fundamento para su práctica posterior. El estudio de los paradigmas es fundamental en la formación del discípulo para integrarse a una comunidad científica particular. Al relacionarse con otros actores cuyos marcos de referencia y prácticas sociales se basan en paradigmas similares, las prácticas científicas del grupo generalmente están de acuerdo con los fundamentos de la disciplina en cuestión, de tal manera que se encuentran sujetos a las mismas reglas y normas para la práctica científica. “Este compromiso y el consentimiento aparente que provoca son los requisitos previos para la ciencia normal, es decir, para la génesis y la continuación de una tradición particular de la investigación científica”. (Kuhn, 1995: 34)

---

<sup>3</sup> Aunque la obra de Kuhn “La estructura de las revoluciones científicas”, respecto de la evolución de los paradigmas de la ciencia, provocó muchas críticas, especialmente por la imprecisión del concepto “paradigma” (Kuhn utiliza el concepto paradigma de diversas formas y él mismo trató de aclarar el concepto en su postfácio, en 1969), sus reflexiones en torno a la disciplina ayudan en esta tesis a entender el desarrollo de la *ciencia normal*.

A pesar de las dificultades institucionales y epistemológicas que enfrenta el campo académico de la comunicación, es posible identificar estos rasgos de la *ciencia normal* descritos por Kuhn. La carencia de estos “paradigmas comunes” que permitan analizar un objeto de estudio ambiguo y en movimiento y la falta de una práctica sistemática de investigación compartida por un grupo que le lleve a legitimar su práctica dentro del campo de la Ciencia, han sido un reto, mas no un obstáculo, para legitimar y reproducir un *dominio* de estudio compartido. Aunque hay que reconocer, como dice Sánchez Ruiz (1995: 57), que este dominio es “una *encrucijada* inter y transdisciplinaria, dentro de las ciencias sociales y humanidades, lo que hace el reto aún mayor, en la medida en que exige de cada uno –dependiendo de los objetos más específicos de investigación- el desarrollo de un amplio espectro de capacidades teóricas y metodológicas”.

Dentro de la disciplina, se puede distinguir entre los usuarios y los intelectuales de ésta. Los *usuarios* son aquellos agentes que tienen la formación básica, los *profesionales de una disciplina* que adquieren el dominio en los saberes y en las destrezas por medio de sus estudios en licenciatura o incluso en posgrados profesionalizantes (una maestría con este perfil o una especialidad). Mientras que un *intelectual de una disciplina* “no sólo es capaz de usarla, sino de pensar en su disciplina desde fuera de ella misma; puede criticar con conocimiento de causa las distintas corrientes de pensamiento, conoce la bibliografía intelectual de la disciplina en cuestión; es capaz de aportar conocimientos nuevos. Por ello es un soporte intelectual precisamente de la enseñanza y de la investigación universitaria de esa disciplina.” (Blanco, 2001: 114-115)

El término “interdisciplinariedad” puede entenderse como “el concurso de varias disciplinas científicas que se abocan a una materia empírica común (objeto empírico). O bien, como la constitución de una disciplina con un objeto de estudio singular, a partir de las contribuciones de otras disciplinas” (Martino, 2001: 81). En cuanto a la primera acepción, no es raro que diferentes disciplinas aborden un mismo objeto de estudio desde su propia mirada, para entender un aspecto de esta parcela de la realidad. En este sentido, lo que es interdisciplinario es el objeto. Pero, sólo significa que “varios saberes desarrollarán objetos de

estudio diferenciados sobre un 'mismo' fenómeno, sin que esto implique ninguna contribución entre ellos". (Martino, 2001: 81)

En cambio, la segunda acepción se refiere a una necesidad de los estudios científicos del siglo XX, debido a la complejidad tanto de la realidad como del conocimiento. Se requiere, no de una mirada específica y aislada sobre un objeto, sino de una mirada que, retomando teorías, modelos y conceptos de otras disciplinas, se aproxime a un objeto de estudio en su complejidad, como un esfuerzo por efectuar una síntesis entre las contribuciones de las disciplinas científicas. (Martino, 2001). Precisamente, la Comisión Gulbenkian para la Reestructuración de las Ciencias Sociales formuló, como el "dilema central" de las ciencias sociales, "la superación de la actual estructura de la disciplina". (Wallerstein, 1996: 1-2)

Debido a la novedad de los estudios sobre comunicación, a la carencia de consensos respecto de su objeto de estudio y a la falta de teorías y metodologías propias de este ámbito, desde hace tiempo los estudios sobre comunicación han estado operando en la línea de la inter y transdisciplinariedad, retomando discursos, prácticas y "paradigmas" de otras disciplinas, en búsqueda de explicaciones sólidas en torno a un objeto de estudio que de por sí es interdisciplinario. Volveremos sobre este tema en el punto 1.4.2, cuando expliquemos acerca de las dificultades epistemológicas de la comunicación.

### **1.3 Los estudios sobre la investigación de la Comunicación en México y América Latina.**

Desde principios de los años setenta se iniciaron intentos por recuperar analíticamente los trabajos de investigación en comunicación en América Latina. En diversos textos acerca de la investigación de la comunicación en América Latina y en México, descritos más adelante, se presenta una reflexión en torno a las prácticas científicas sobre comunicación, los avances y limitaciones, los retos que esta disciplina implica y perspectivas hacia el futuro.

En 1974, Josep Rota presentó el balance más antiguo que se puede documentar acerca de la investigación de la comunicación en México, en el cual afirmaba que

entre 1963 y 1973, “la mayor parte de la investigación había sido comercial, realizada por agencias de publicidad o compañías de investigación de mercados” (Rota, 1974, citado por Fuentes, 2002b: 2), cuyos resultados eran confidenciales. El resto de las investigaciones correspondía en su mayoría a las tesis de licenciatura en comunicación, especialmente de la UIA y algunas de la UNAM.

En su artículo “Estado y Perspectiva de la Investigación en Comunicación en América Latina”, Luis Ramiro Beltrán presenta un recorrido histórico descriptivo de las tendencias, temas y metodologías de investigación empleadas durante los dos últimos siglos, hasta 1980. Afirma que se pueden contar probablemente por lo menos cuatro mil estudios sobre comunicación desde el S. XVIII hasta 1979, donde el 90% de éstos fue realizado entre 1950 y 1979. (Beltrán, 1981)

A partir de la amplia revisión de estudios sobre comunicación, Beltrán<sup>4</sup> señala que el problema principal de la investigación de la comunicación en América Latina es su adscripción “indiscriminada y pronunciadamente a modelos teóricos importados principalmente de los Estados Unidos” (Beltrán, 1981: 1). Las teorías en boga norteamericanas en las décadas de los sesenta y setenta, como el empirismo, el funcionalismo, el difusionismo y el 'desarrollismo'<sup>5</sup>, fueron adoptadas acríticamente y sin mediaciones por diferentes disciplinas de las ciencias sociales. (Beltrán, 1981, Sánchez Ruiz, 1988:16 y Orozco Gómez, 1997: 126-127).

Puesto que la situación histórica, socioeconómica, política y cultural de los países latinoamericanos es muy diferente a otras culturas, los modelos empleados de manera indiscriminada no proporcionan una herramienta eficiente para la investigación. Por el contrario, representan un modelo reproductor del sistema social elitista, además de la imposibilidad de lograr una transformación social o

---

<sup>4</sup> Esta información aparece originalmente en el artículo de Luis Ramiro Beltrán en el número especial sobre Comunicación y Desarrollo, en el *Communication Research, an International Quarterly*, Vol. III, No 2, abril de 1976. La información es resultado de una amplia revisión que hace el autor sobre los estudios de comunicación para identificar categorías preliminares de objetos o temas de investigación. (Godoy, A. y Luna C., Carlos, 1986)

<sup>5</sup> Afirma Sánchez Ruiz (1988: 17) que “cualquier comunicador o extensionista en los años sesenta no podía salir a la calle o al campo sin los textos de Evertt Rogers sobre difusión y modernización de los campesinos bajo el brazo.”

tecnológica, como pretenderían las posturas teóricas (especialmente el modelo norteamericano clásico de *difusión de innovaciones*). Al aplicar las teorías, metodologías e incluso los objetos de estudio norteamericanos y europeos, los estudios latinoamericanos pierden el sentido de realidad, su contexto y su capacidad de criticar y proponer. La mayoría de los estudios, en la década de los sesenta, consideran la comunicación como si fuera un proceso aislable del contexto social, sin tener en cuenta su influencia, limitaciones y consecuencias en la sociedad. (Beltrán, 1981: 43-44)

En su “*Análisis de la situación actual de la investigación empírica de la comunicación en México*”, Rubén Jara reunió con dificultades 100 estudios empíricos (la mayoría tesis) para realizar un diagnóstico acerca del estado de la investigación en comunicación hasta 1980. En sus conclusiones, afirma que “no existen actualmente en México las condiciones adecuadas para que se realice de manera apropiada una labor de investigación en comunicación”, puesto que falta claridad respecto de las prioridades de investigación y un consenso sobre las orientaciones teóricas o metodológicas que debieran seguirse. Al igual que Rota, Jara señala la severa limitación de las infraestructuras necesarias para la práctica de la investigación en las universidades mexicanas; la carencia de investigadores capacitados dedicados primordialmente a la labor de investigación y, la poca difusión debido a la falta de medios y sistemas de intercambio de información adecuados. (Jara, 1981: 214)

Algunos autores como Raúl Fuentes Navarro y Enrique Sánchez Ruiz<sup>6</sup> han hecho un trabajo de recopilación de información y análisis sobre la investigación académica de la comunicación en México, con el objetivo de “recuperar, sistematizar y poner a disposición de los investigadores en ejercicio y en formación los documentos que permitan construir los estados de la cuestión pertinentes para sus proyectos” y, de evaluar la producción del campo e incrementar la reflexividad para orientar acciones estratégicas que lleven a la consolidación de éste. (Fuentes, 2000a)

---

<sup>6</sup> En 1987 se realizó en Guadalajara la IV reunión Nacional del AMIC, coordinada por Enrique Sánchez Ruiz, quien compiló algunas de las ponencias presentadas por investigadores como Raúl Trejo Delarbre, Pablo Arredondo, Eduardo de la Vega, Guillermo Orozco y Abraham Nosnik. El resultado fue la publicación en 1988 del libro *La investigación de la comunicación en México: Logros, retos y perspectivas*.

Raúl Fuentes Navarro publicó en 1988 *La investigación de la comunicación en México, Sistematización documental 1956-1986*. En dicho libro se presentan 877 fichas bibliográficas de obras de difusión académica sobre comunicación en México, realizadas durante un periodo de 30 años. Aparte, se enlistan las referencias de 1,380 tesis de licenciatura en comunicación y 71 de posgrado. A partir de este trabajo, se han realizado otros, que dan continuidad a la labor de recopilación y análisis de información y del campo académico de la comunicación en México<sup>7</sup>.

En su libro *La Investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, Guillermo Orozco Gómez (1997) analiza la investigación publicada en algunas de las revistas latinoamericanas de mayor circulación en la región entre 1987 y 1996. De acuerdo con el autor, tres factores han determinado fuertemente tanto el desarrollo del campo como la producción de la investigación y la generación de conocimiento sobre comunicación (influyendo sobre los temas e intereses y su forma de abordarlos teórica y metodológicamente):

1. Los orígenes de la investigación en la región, relacionados con las escuelas sobre periodismo (en la década de los cuarenta) y posteriormente, con la formación de profesores-investigadores en el extranjero, cuyas actividades, temas e intereses, así como los abordajes más característicos, partían de diferentes enfoques norteamericanos y europeos, como el de la sociología empírica de la *Mass Communication research*, el de la *Sciences de l'Information* de la escuela de París, el de la Escuela crítica de Frankfurt, el Constructivismo Lingüístico y la Semiótica Peirciana, entre otros.
2. La tradición académica, la formación de investigadores y la integración de comunidades académicas; que presentan una serie de implicaciones estructurales incidiendo de manera determinante y a veces obstaculizando la generación de conocimiento sobre comunicación. Esto debido a que la

---

<sup>7</sup> Raúl Fuentes Navarro ha escrito otros textos sobre el tema, como *La Comunidad Desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México* (1991), *La Investigación de Comunicación en México. Sistematización documental, 1986-1994* (1996) y, *La emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México* (1998), por mencionar algunos.

institucionalización del campo se ha dado principalmente en los programas de licenciatura de las universidades, lo cual ha dejado a la investigación y a la formación de investigadores en un segundo plano. Además existe una falta de consensos entre los propios integrantes del campo respecto del objeto de estudio, aspectos teórico-metodológicos y otras cuestiones estructurales.

3. Las instituciones que apoyan, coordinan y promueven la actividad científica, determinadas por el contexto político-económico nacional e internacional, reflejando los vaivenes políticos y financieros de cada institución, tema que desarrollaremos más adelante. (Orozco, 1997: 124-125 y Fuentes, 1992a)

En los últimos años se han publicado diferentes *estados de la cuestión* elaborados por los investigadores sobre sus propias líneas de investigación. Éstos han contribuido a “la clarificación y fortalecimiento de la *institucionalización cognoscitiva* del campo, y a precisar las tendencias de *especialización de la producción científica*, con las consecuentes implicaciones sobre la fragmentación o articulación del campo.” (Fuentes, 2002a: 13)

Pueden mencionarse, sin afán de exhaustividad, los textos recientes de Aceves (2000) sobre el papel de los medios en los procesos electorales, de Ibarra (2000) sobre socialización política y televisión, de Rodríguez Dorantes (1999) sobre propaganda y formación de opinión pública, de Valdez (1999) sobre la mercadotecnia política, y de Solís (2000) sobre políticas nacionales de comunicación. De Orozco (1996) sobre televisión y educación, de María de la Luz Casas (1998) sobre televisión y violencia, de Guadarrama y Téllez (2000) sobre televisión y familia, de García Canclini (1996) sobre comunicación intercultural, de Gómez Mont (2001) sobre “nuevas tecnologías”, de Guinsberg (2001b) sobre medios y formación psicosocial y de Reguillo (2000) sobre comunicación y ciudad. En recortes más “tradicionales” según los medios, los de Del Palacio (1998) y Cruz Soto (2001) sobre la historia de la prensa, de Alva de la Selva (2001) sobre la radio, de De la Vega y Sánchez Ruiz (coords., 1995), Gómez Vargas (2000) y Zavala (1997; 2001) sobre el cine, de Benassini (1998b) sobre televisión y globalización, de Hernández Ramírez (1997) sobre la producción de noticias, de García Núñez de C. (1997) y de Orozco y Padilla (2001) sobre la recepción de televisión en México, y los de Orozco (2000b) y Saintout (2000) sobre la recepción en América Latina. (Fuentes, 2002a: 13)

#### **1.4 Las dificultades epistemológicas del campo.**

De acuerdo con diferentes autores (Beltrán, 1981 y 1984; Márques de Melo, 1984; Martín Barbero, 1983; Sánchez Ruiz, 1988; Fuentes, 1988, 1995, 1998, 2000 y, Orozco Gómez, 1997, por citar algunos), las principales dificultades epistemológicas del campo de la comunicación son:

- a) La movilidad, complejidad e indefinición del objeto de estudio.
- b) La carencia de modelos teórico-metodológicos propios de la disciplina de la comunicación.
- c) La dificultad para conciliar la subjetividad dentro del trabajo científico.

#### **1.4.1 Un objeto complejo.**

El primer desafío que enfrenta quien se aventura por el campo de la comunicación es el problema de su **definición**. La comunicación es un término polisémico, que puede ser concebido como el intercambio de información entre dos polos, lo cual abarca desde la comunicación de partículas de materia, entre células o máquinas, hasta la interacción humana y los medios de comunicación social. “La diversidad de la comunicación hace que el campo de estudio coincida, en un primer momento, con el estudio mismo del ser, lo que lleva a reflexionar sobre un campo de extensión máxima.” (Martino, 2001: 77)

Esta polisemia y la complejidad misma de la comunicación son aspectos que han dificultado la construcción de cierto consenso dentro del campo respecto de lo que es comunicación. Sin embargo, hasta cierto punto se ha logrado delimitar el concepto de comunicación a las prácticas y sistemas socioculturales de interacción humana. De tal manera que se puede eliminar de la gama de posibilidades, las acepciones de comunicación referentes a otras interacciones que no impliquen al ser humano. Pero, en ocasiones se ha reducido tanto el concepto de comunicación que ha llegado a confundirse con medios masivos de comunicación, lo cual se refiere a una sustancialidad tecnológica. Los medios en sí mismos no son relevantes, sino que cobran interés social por su uso, ya sea económico, político, educativo o psicológico, así como por los procesos de estructuración de mensajes implicados y por el régimen legal y las condiciones económicas y sociopolíticas en que están circunscritos. (López V., 1997: 37)

Como sea que definamos la comunicación, es necesario considerar que “implica sistemas y prácticas socioculturales, cognoscitivas, económicas y políticas, y dimensiones psicológicas, biológicas y físicas de las que necesariamente participamos” (Fuentes, 2002b: 15). Esto nos lleva a diversas formas de construir y abordar el objeto de estudio de la comunicación: desde los actores, los mensajes y símbolos, los medios de comunicación social, los procesos de construcción social o individual de significado, los códigos, los efectos sociales de los mensajes, los aspectos políticos, históricos y socioculturales de los procesos o de los medios, las tecnologías, etc.

En las ciencias sociales, el objeto mismo es dinámico y cambiante porque los problemas estudiados son fenómenos históricos, institucionales, de relaciones de poder, de clases sociales, manifestaciones culturales, etc. Lo que cambia no es el dato o el objeto sino las propias relaciones con los procesos históricos [...] En efecto, ciertas problemáticas sólo se imponen a partir de teorías determinadas y las problemáticas específicas sólo llegan a una solución completa con el apoyo de una teoría específica. (Vassallo de Lopes, 1990: 32, en Caparelli y Stumpf, 2001:70)

De acuerdo con Jesús Martín Barbero, se requiere una constante reestructuración de los estudios de comunicación debido a los cambios que se generan simultáneamente tanto en el entorno de los objetos como en el entorno de los saberes, complejizando la investigación en comunicación (Fuentes, 2002a: 16). De tal manera que, para abordar la comunicación como objeto de investigación se han desarrollado diversos estudios, generando una gran gama de posibilidades. Es posible encontrar estudios centrados en el análisis de los medios de comunicación como industrias culturales, productoras de mensajes y generadoras de interacciones sociales. O bien, estudios sobre la producción de significados por medio de la tecnología, donde se analizan los mensajes (forma y contenido), los actores en juego y sus interacciones y los efectos de estos mensajes. Mientras que otros estudios enfatizan la construcción social de los significados independientemente de la tecnología, los procesos de comunicación interpersonal y grupal, y el análisis de la cultura como espacio de prácticas simbólicas.

#### **1.4.2 La carencia de modelos teórico-metodológicos propios de la disciplina de la comunicación.**

Una característica del estudio de la comunicación es que se ha constituido como área de conocimiento debido a una fuerte demanda social (tanto de otras disciplinas como de agentes sociales) que se interesa en conocer el papel y efectos de los medios de comunicación en la sociedad y el individuo (Martino, 2001: 75).

**Otros campos** de conocimiento como la psicología, la sociología, la antropología y la política se han preocupado desde antes por estudiar acerca de la comunicación. (Caparelli y Stumpf, 2001:65)

Esto ha provocado una lucha por definir las fronteras entre las disciplinas y la especificidad de la disciplina de la comunicación, que además es relativamente nueva y se encuentra en proceso de consolidación y legitimación. Según Craig (1993), aunque el campo de la comunicación ha crecido y madurado, y los investigadores han contribuido con más y mejores teorías originales, el campo conserva la confusión tanto teórica y metodológica como de límites disciplinarios. (Caparelli y Stumpf, 2001:68)

Esta confusión es causa y consecuencia de una **carencia de modelos** teórico-metodológicos propios de la disciplina de la comunicación. Y, en el caso del campo académico de la comunicación en México y América Latina, se suma la carencia de modelos adecuados para investigar la realidad regional y nacional, puesto que han sido adoptados por los investigadores latinoamericanos.

De acuerdo con Rüdiger (1996: 17), la comunicación no es ciencia, sino sólo un “campo de estudio multidisciplinario, cuyos métodos de análisis no tienen ninguna especificidad: fueron desarrollados por diversas ramas del conocimiento filosófico, histórico o sociológico. El concepto mismo no dispone de autonomía teórica, pues debe ser investigado en el marco de las teorías de la sociedad”. Pero otros autores (Sánchez Ruiz, 1995; López Veroni, 1997; Orozco Gómez, 1997; Fuentes, 2000-b; Caparelli y Stumpf, 2001; Martino, 2001) afirman que el estudio de la comunicación, aunque es un campo (o dominio) de conocimiento *interdisciplinario* que requiere de teorías y métodos de otras disciplinas, sí tiene

un objeto de estudio específico y una mirada que lo diferencia de las otras disciplinas de las ciencias sociales.

De acuerdo con L. Martino, tanto los problemas suscitados por la discusión de la polisemia del concepto comunicación como aquellos relacionados con la naturaleza interdisciplinaria del campo, pasando por la cuestión de su cientificidad, convergen en el problema de la definición de un objeto de estudio en relación con un saber específico. Esta convergencia ha sido abordada de tres formas:

- a) A través de una respuesta de tendencia empírica, tomando como base el análisis de las instituciones relacionadas con la investigación y enseñanza de la comunicación, socialmente reconocidas. Pero esto no lleva a una definición de la especificidad de la disciplina, sino que tan sólo refleja la diversidad de una realidad compleja, cuyos sentidos son recogidos junto con el entendimiento de la comunicación que tiene determinada comunidad académico-científica.
- b) A través de una definición lógico-formal de su objeto de estudio. Este tipo de acercamiento puede o no recurrir a la investigación sobre la realidad del campo de la comunicación, pero tampoco lleva a la especificidad de la disciplina.
- c) A través de un análisis diacrónico, procurando situar la génesis del campo de esta disciplina, de tal manera que, mediante la delimitación de su singularidad histórica, sea posible definir su especificidad. La sociedad, la cultura y la comunicación no pueden ser entendidas sino en un tiempo y espacio específicos, en una relación de causalidad entre éstos y otros conceptos.

Son exactamente esos procesos comunicacionales, bien fechados, contextualizados en un determinado tipo de organización social y con especificidades propias, los que tienen en el empleo de los medios de comunicación su expresión más constante y evidente, los que se convierten en el objeto de estudio de una ciencia particular: la comunicación. [...] Definido así, el objeto de estudio deja de coincidir con el objeto de otros saberes y disciplinas de las ciencias del hombre. Pero esto significa también que el

campo de la comunicación será atravesado por varios saberes. (Martino, 2001: 89-90)

Raúl Fuentes Navarro afirma que el *núcleo básico* de sentido compartido por los sujetos que constituyen el campo de la comunicación es la utopía fundacional del campo: la incidencia de la comunicación en la transformación de la sociedad. Esto, junto con la debilidad disciplinaria y su flexibilidad y apertura a la integración de múltiples perspectivas de trabajo, es la clave de su aspiración a la distinción legítima en el campo intelectual. (Fuentes, 1998, 55) Sin embargo, Swanson (1993: 411, en Fuentes, 1998: 87) afirma que, debido a los diversos intereses y concepciones sobre comunicación que prevalecen en los distintos subcampos que componen el campo de la comunicación, “conectados histórica y políticamente, por la organización de los programas, pero no intelectualmente... sería engañoso suponer que ese interés compartido tenga contenido sustantivo y aporte una perspectiva disciplinaria común.” Es decir, aún hay mucho camino por recorrer. Ya lo plateaban Mark Levy y Michael Gurevitch, editores del *Journal of Communication*, en 1993, “el ansia por descubrir un paradigma universal de la comunicación ha sido sustituida por una cómoda aceptación del pluralismo teórico”, pero la falta de consenso respecto del objeto de estudio y de legitimidad institucional y académica no han permitido al campo un *status* disciplinario, sino que continúa fragmentado debido a las batallas ideológicas y metodológicas. (Levy & Gurevitch, 1993: 4, citados en Fuentes, 2002b: 6)

#### **1.4.3 La dificultad para conciliar la subjetividad y la objetividad en el trabajo científico.**

Las ciencias sociales se refieren al estudio del ser humano en sociedad; estudio que es realizado por seres humanos con seres humanos, dentro de un grupo social. Esto representa algunas dificultades en cuanto a la relación que se establece entre el sujeto de estudio y el sujeto que estudia. Como explica Fuentes Navarro, citando a Bourdieu, acerca de su propia investigación sobre el campo académico de la comunicación en México (1998), el hecho de ocupar una determinada posición dentro del campo académico, “definida por un número de propiedades, una educación y un entrenamiento, cualificaciones y estatus”... presenta una serie de factores que determinan la mirada del investigador desde “un cierto ángulo de visión y por ello una forma particular de introspección y de

ceguera” (Bourdieu, 1988a: xiii, en Fuentes, 1998: 28). Construir el objeto supone tener ante los hechos, una postura activa y sistemática con el objetivo de construir un modelo que permita relacionar los datos pertinentes en un sistema coherente de relaciones, para explicar estos hechos. (Bourdieu, 1989: 32, en Fuentes, 1998: 29)

La presencia de esta subjetividad en la investigación sobre sujetos y sus relaciones hace afirmar a Giddens que “la construcción de la teoría social implica una hermenéutica doble que no tiene paralelo en ninguna parte; y finalmente, el estado lógico de las generalizaciones es distinto, de manera muy significativa, del de las leyes científicas naturales”. (Giddens, 1997: 177, en Julián Gil, 2001: 100) Puesto que el objetivo de las ciencias sociales gira en torno a la necesidad de explicar e interpretar las distintas formas de vida, por medio de metalenguajes descriptivos y la explicación de la producción y la reproducción de la sociedad como el resultado de un obrar humano, las ciencias sociales no deben someterse a patrones legaliformes que cumplan con el ideal predictivo de las ciencias naturales.

Esto no quiere decir que las ciencias sociales abandonen la búsqueda de una precisión que les permita prever ciertos fenómenos o establecer conexiones causales útiles que posibiliten anticiparse a determinados efectos. (Julián Gil, 2001: 100) Antes bien, como dice Bourdieu, las **ciencias sociales** obedecen las mismas reglas epistemológicas que las demás ciencias: “se trata de producir sistemas explicativos coherentes, hipótesis o proposiciones organizadas en modelos parsimoniosos capaces de dar cuenta de gran número de hechos empíricamente observables y susceptibles de ser refutados por modelos más poderosos, regidos por las mismas condiciones de coherencia lógica, sistematicidad y refutabilidad empírica”. (Bourdieu y Wacquant, 1995: 135-136)

Es importante considerar que una cosa es el **objeto** real, preconstruido por la percepción, y otra es el objeto científico, como sistema de relaciones expresamente construido. (Bourdieu, 1975: 52) La **objetividad**, como requerimiento de toda ciencia, “es una propiedad del *pensamiento*, no de la *percepción*”, la diferencia está en el método y en la capacidad de reflexionar en

torno a la práctica del sujeto investigador sobre el sujeto investigado, haciendo explícitas las miradas, la posición y la forma de abordarlo. (Nicol, 1979: 76-77)

En cuanto a los estudios sobre comunicación, es importante considerar que:

La construcción de **objetos** de conocimiento sobre ella no puede ignorar que como **sujetos** estamos implicados en esos objetos. Por ello el hecho de construirlos y desarrollarlos de una u otra manera afecta su propia naturaleza objetiva, la institucionaliza y, de alguna manera, la 'naturaliza'. En el campo de la comunicación, la **tensión esencial** parece ser ontológica: su objeto es un factor constitutivo de lo humano, y al mismo tiempo un instrumento para la consecución de fines particulares, histórico-sociales determinados. Estamos hechos de comunicación, como individuos y como sociedades, pero también usamos la comunicación para afectar particularmente esta constitución. De ahí que la comunicación implique ineludibles imperativos éticos. (Fuentes, 2002b: 15)

### **1.5 Dificultades a lo largo de la historia del campo académico de la comunicación.**

Las dificultades y carencias actuales del campo académico de la comunicación son producto de un proceso histórico de tensiones y antagonismos que se han manifestado en diferentes escuelas, corrientes y tendencias, debido a las dicotomías de abordaje de este objeto tan inasible<sup>8</sup>. Para comprender esta carencia de modelos teórico-metodológicos propios de las Ciencias de la Comunicación en América Latina, más que remontarnos a los orígenes del campo científico analizando su historia en Estados Unidos y Europa, en este trabajo se presentan algunos de los factores históricos del proceso de institucionalización del campo en México y América Latina que pueden aportar luz sobre los problemas epistemológicos.

En América Latina, la historia del **campo académico** de la comunicación se puede trazar desde los años cincuenta a partir de su proceso de institucionalización en las universidades (principalmente en los programas de formación profesional) y en los centros de investigación (aunque en menor medida). Desde sus orígenes, como he mencionado atrás, los estudios sobre

---

<sup>8</sup> Dicotomías que surgen de las diferentes perspectivas relacionadas con la comunicación: lo micro y lo macro, el individuo y la sociedad, la naturaleza y la cultura y, lo biológico y lo social, por mencionar algunas. (Mattelart, 1997: 10)

comunicación presentaban una fuerte dependencia en los modelos teóricos y metodológicos importados principalmente de los Estados Unidos y de Europa. De acuerdo con Jesús Martín Barbero, la dependencia del campo académico en América Latina no se limitaba únicamente a adoptar modelos extranjeros, sino que implicaba además, una “concepción misma de la ciencia, del trabajo científico y de su función en la sociedad. Como en otros campos, también aquí, lo grave no es que sean exógenos los productos sino las estructuras mismas de la reproducción” (Martín Barbero, 1983: 47). Además de esta dependencia, Martín Barbero señalaba la existencia de una fuerte preferencia por investigaciones teóricas que no comprometían políticamente, sino que se reducían a operativizar un modelo, a aplicar una fórmula y sacar estadísticas, en un intento por hacer investigaciones *objetivas*. (Martín Barbero, 1983: 48)

En 1959 se crea en Quito el Centro Internacional de Estudios sobre la Comunicación (antes sobre Periodismo) para América Latina (CIESPAL), gracias al cual los países latinoamericanos reciben apoyos para la investigación en ciencias sociales y becas en el extranjero para formar investigadores. Este hecho determinó tanto los conceptos y metodologías (tomados de la sociología empírica de la *Mass Communication Research* y de la Escuela de París) como los temas en que se centraría la investigación de la comunicación en América Latina en la década de los sesenta. Los primeros resultados de la investigación producida a partir de la “importación” teórico-metodológica se expresan en discursos sobre la morfología y contenido de la prensa, análisis de efectos de los medios en la audiencia o de efectos sociales y diagnósticos sociográficos, así como análisis sobre la legislación, estructura y funcionamiento de los medios en la sociedad. (Beltrán, 1974 en Orozco Gómez, 1999: 126)

Sin embargo, estos enfoques y metodologías fueron mostrando sus límites como paradigmas para el estudio de la realidad en América Latina y se fueron creando otros paradigmas, en la búsqueda de miradas más apropiadas para las realidades regionales. De acuerdo con Márques de Melo (1992) en esta etapa de *sincretismo metodológico*, se combinan los procedimientos de las escuelas norteamericanas (Chicago y Stanford), con la de París (Althusser, Mattelart), la de Moscú (Bajtín) y la de Frankfurt (Adorno, Horheimer, Habermas). Este fenómeno junto con

algunos pasos “correctivos”, contribuyeron a reformular las actividades de la investigación en términos de las realidades de la región (Beltrán, 1981: 24): en lugar de analizar las maneras como los mensajes “usaban” a la gente, los estudios de comunicación empezaron a concentrarse en las maneras como la gente usaba los mensajes, utilizando técnicas de investigación cualitativas y no cuantitativas, como se hacía antes. En la década de los setenta resaltan algunos investigadores críticos, empíricos y con visiones independentistas liberacionistas, como Antonio Pasquali, Paulo Freire, Juan Díaz Bordenave, Armand Mattelart, Héctor Schmucler, Ludovico Silva y Eliseo Verón, entre otros. En diferentes países como Brasil, Perú y Chile, se empezaron a hacer investigaciones de denuncia, vanguardistas, inspiradas en la Escuela de Frankfurt, rompiendo con el esquema de la investigación funcional, acrítica y conformista. Aunque su presencia era limitada, surgieron como una reacción crítica ante la subordinación de los países latinoamericanos a los Estados Unidos en el campo intelectual, económico y político, y ante la insuficiencia teórica y metodológica de las corrientes importadas del norte. (Márques de Melo, 1984: 85, y Sánchez Ruiz, 1988: 18)

Podría decirse que, en América Latina, inició la institucionalización de la **investigación** de la comunicación (es decir, el campo científico) con la creación de diferentes asociaciones de investigadores de la comunicación<sup>9</sup> en la segunda mitad de los setenta. Dichas asociaciones servían como un apoyo y foro para la difusión de reflexiones y los trabajos de investigadores de la región. En 1981 se constituye formalmente la Federación Latinoamericana de Asociaciones de

---

<sup>9</sup> Como la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación (1976), el Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (México, 1976), INTERCOM (Brasil, 1977), la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (1978) y la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (1979).

Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) fortaleciendo este esfuerzo de institucionalización. Otros factores importantes en este proceso fueron:

- a) La profesionalización del campo académico, gracias a la apertura de escuelas de Ciencias de la Comunicación.
- b) La gestación de centros de documentación y de investigación, como el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales (ILET) y el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE).
- c) La emergencia de los programas de posgrado en comunicación a nivel maestría, primero en México y Brasil y luego en otros países de América Latina. (Orozco Gómez, 1997: 127-128)

El primer encuentro de investigadores latinoamericanos de comunicación, promovido por CIESPAL en Costa Rica en 1973, influyó en la reformulación del campo ya que sirvió como espacio de legitimación de los investigadores, como espacio de autocrítica de CIESPAL, y como espacio de diálogo y reflexión en torno a tres líneas principales:

- a) El reconocimiento del estado de la investigación de la comunicación en la región, con una marcada dependencia teórico-metodológica de Estados Unidos.
- b) La propuesta de búsqueda de alternativas teóricas y metodológicas propias de América Latina para enfrentar los problemas e investigar las realidades de la región, desde una perspectiva interdisciplinaria y con un compromiso social.
- c) La prioridad de estudiar el papel de la comunicación en la educación y, en la organización y movilización populares. (Márques de Melo, 1984: 87)

En México, las crisis económicas (tanto en los años setenta como en los ochenta) influyeron también en la institucionalización y reestructuración del campo en la medida en que, al reducirse el gasto público, el sector de la investigación social y los recursos de las universidades se vieron afectados. Esto, aunado al retiro de los apoyos internacionales para la investigación (como el apoyo de CIESPAL y UNESCO a principios de los setenta), generó la apertura de nuevos centros de investigación fuera de las universidades y la proliferación de escuelas de comunicación en diferentes partes de la república (aunque el mayor porcentaje de éstas aún se ubicara en las principales ciudades mexicanas), rompiendo un poco

con el esquema de centralización que se presentaba en el campo hasta 1985. (Márques de Melo, 1984; Fuentes Navarro, 1988 y Sánchez Ruiz, 1988)

Fuentes Navarro encuentra que muchos de los factores que han condicionado en términos organizacionales, ni siquiera científicos, la institucionalización universitaria del campo de la comunicación en América Latina son de carácter extrínseco:

La influencia fundacional de CIESPAL y sus modelos de escuelas de periodismo primero y de comunicación después; la omnipresente actividad de la iglesia católica y después de otras iglesias en las prácticas educativas y comunicativas de todo tipo; los programas estatales de modernización y los multivariados movimientos políticos y sociales que han impulsado proyectos comunicacionales de signos muy distintos; la intervención de agencias internacionales de diverso origen, orientación y capacidad financiera; los intereses directa e indirectamente asociados con los medios; y muchas otras agencias extra-académicas, han condicionado de una manera mucho más determinante, aunque enormemente variada, la institucionalización universitaria de nuestro campo que la racionalidad no digamos científica, sino organizacional de la propia academia. (Fuentes, 2002b: 13)

Raúl Fuentes Navarro, en su texto, *La investigación mexicana en comunicación. Sistematización documental, 1956-1986* (1988: 63-67), identifica cuatro momentos en la historia de la investigación de la comunicación en México, sus tensiones y tendencias temáticas:

- a) Los primeros 15 años (1956-1970), donde es posible reconstruir la problemática de la comunicación y los acercamientos a su investigación y práctica predominantes a partir del eje de tensión (teórico-metodológico) entre el desarrollo y la dependencia. En estos años se cuenta con escasa producción científica, concentrada en tres corrientes predominantes: los estudios históricos y normativos de la prensa, las aplicaciones difusionistas en el sector rural y las primeras reflexiones sobre la estructura y funciones sociales de la radio y la televisión.

- b) La diversificación de las temáticas (1971-1978), donde predominan los temas del periodo anterior, además de otros temas<sup>10</sup> producto de la expansión de los sistemas de comunicación masiva y el surgimiento de centros de investigación y nuevas escuelas de comunicación. En este periodo empezaron a asumirse institucionalmente, en ciertas universidades y organismos públicos, tareas y orientaciones para la consolidación de la investigación de la comunicación. Aparecen los primeros trabajos “paradigmáticos”, investigaciones que introdujeron innovaciones teórico-metodológicas y temáticas, adoptadas como modelo o referidas ampliamente a partir de su publicación. La problemática de la comunicación y su investigación puede ser reconstruida a partir del eje de tensión (epistemológico-político) entre los criterios de cientificidad y la contribución al cambio social.
- c) Investigación y debate público (1979-1982). En este periodo se da continuidad a los temas de los periodos anteriores, donde destaca la abundancia de textos sobre regulación de los medios de comunicación social y el derecho a la información (políticas nacionales de comunicación y el Nuevo Orden Informativo Internacional).
- d) Etapa de Crisis (1983-1986), denominada así debido a la crisis tanto económica y política como educativa e ideológica, donde se cuestionan muchas de las convicciones sostenidas previamente. En este periodo se analizan las funciones informativas de los medios de comunicación electrónicos y masivos; la comunicación popular y educativa y, los temas políticos, así como estudios sobre los medios de comunicación mexicanos, entre otros temas. El tema de las nuevas tecnologías de información y comunicación y su impacto social, político, económico y cultural aparece como uno de los temas emergentes más relevantes de la época. Gracias a “la formación de grupos de trabajo en varias universidades, la conciencia más nacional de muchos de los investigadores radicados en la capital y el apoyo de las principales asociaciones del ramo, CONEICC y AMIC” (Fuentes, 1986: 81),

---

<sup>10</sup> Los principales temas abordados entre 1971 y 1978 se refieren principalmente a la búsqueda de alternativas a las políticas y prácticas de la ‘manipulación’ y entretenimiento mediático: investigaciones multidisciplinarias como base de campañas sociales; la relación entre comunicación y educación y su aplicación para el desarrollo social, y el desarrollo de los medios de comunicación, sus funciones y efectos sociales y el papel del Estado en su regulación, además de investigaciones sobre publicidad, política y comunicación personal, artística, popular y organizacional, entre otras.

en estos años incrementó significativamente el número de estudios y publicaciones fuera de la ciudad de México, sobre todo en Guadalajara y Colima.

Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz caracterizan el periodo 1985-1990 como “de transición”, época en la cual, debido a la crisis económica nacional, cerraron muchos centros de investigación y se redujo drásticamente la proporción de investigaciones realizadas en las universidades que habían destacado hasta entonces: la UNAM, la Universidad Anáhuac, la UAM-Xochimilco, y la Universidad Iberoamericana (aunque en las dos últimas la producción se mantuvo). Sin embargo, “se crearon nuevos centros de investigación y se incrementaron los espacios de diálogo e interrelación tanto entre instituciones como entre investigadores”, propiciando una práctica de investigación verdaderamente “sistemática, colectiva y nacional, relativamente independiente de los programas de licenciatura y con 'proyección' internacional, al menos iberoamericana”<sup>11</sup>. Parecería que esta crisis propició una reestructuración más sólida institucionalmente y más productiva académicamente (aunque muy concentrada en sólo seis instituciones<sup>12</sup>), extendiendo esta descentralización a otros estados de la república, como Jalisco, Colima, Nuevo León, Baja California, Puebla y Guanajuato. (Fuentes, 2000: 24-25)

A partir de la primera mitad de los noventa se detectó una tendencia clara hacia el distanciamiento entre la investigación “aplicada” o “comercial” y la académica. Los proyectos más directamente vinculados con la toma de decisiones en algunos ámbitos de las prácticas sociales de comunicación, que los norteamericanos llaman “investigación administrativa”, se desplazaron decididamente hacia agencias especializadas, siguiendo el auge de los estudios de mercado y de opinión pública que trajo consigo la “modernización” económica y el “adelgazamiento” del Estado. (Fuentes, 2000: 24)

---

<sup>11</sup> En la Universidad de Colima se creó el *Programa Cultura*, 1984, adscrito al Centro Universitario de Investigaciones Sociales y, en la Universidad de Guadalajara, el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, 1986, y transformado en 1994 en Departamento de Estudios de la Comunicación Social. En la Universidad Iberoamericana se creó el Programa Institucional de Investigación y Prácticas Sociales, constituido en 1989 en la Dirección de Investigación y Posgrado, e incorporado al Departamento de Comunicación de la UIA, en 1995. (Fuentes, 2000b: 24)

<sup>12</sup> La UNAM (FCPyS e IIS), la UAM-Xochimilco, la Universidad Iberoamericana, la Universidad de Guadalajara, el ITESO y la Universidad de Colima. En ellas se produjo el 70.8% de la investigación académica nacional sobre comunicación entre 1986 y 1994 (Fuentes, 2000b: 24)

La última etapa de la historia del campo, de acuerdo con Esteinou Madrid (1998), se ha regido por cinco principios dentro de un proceso neoliberal de la mercantilización externa de la investigación de la comunicación:<sup>13</sup>

- a) Ser económicamente redituable, a corto plazo.
- b) La prioridad redituable de las investigaciones, por encima del enriquecimiento social, la humanización de la población, la formación de una nueva conciencia social para el desarrollo o la creación de una comunicación sustentable.
- c) La concentración de las pocas investigaciones de carácter social en universidades públicas, las cuales también se encuentran bajo los criterios neoliberales de “Excelencia Académica”, traducida en un productivismo intelectual. Esto ha ocasionado que se produzcan muchas investigaciones fragmentadas, individuales y aisladas, sin continuidad epistemológica, a manera de ensayo, centradas en temas que establece el mercado y que no aportan a la consolidación de un conocimiento teórico propio de la región.
- d) El fomento de las investigaciones lucrativas y rentables para la expansión del mercado.
- e) El fomento de investigaciones funcionales para el incremento de acumulación de capital a escala transnacional, marginando “la construcción de políticas de investigación orgánicas que urgentemente requieren generar nuestros proyectos de desarrollo natural”. (Esteinou, 1998: 244)

Desde mediados de los años ochenta empezaron a diversificarse los temas de los estudios de comunicación, abandonando las temáticas preponderantes en décadas anteriores. Fuentes Navarro (1999) afirma que el surgimiento de nuevos temas de interés relacionados con la globalización y las nuevas tecnologías de información (las digitales) y con las identidades microsociales ha exigido “la ruptura (o provocaron el ‘desvanecimiento’) de casi todos los supuestos teórico-metodológicos, epistemológicos y, sobre todo ideológicos, que habían sostenido la

---

<sup>13</sup> Javier Esteinou Madrid (1998: 241-244) identifica cinco etapas de desarrollo del trabajo de investigación de la comunicación en las universidades y centros de reflexión académica en América Latina:

1. La clásico humanista (1930-1945)
2. La científico-técnica (1946-1965)
3. La crítico reflexiva (1966-1985)
4. La de apertura conceptual (1986-1990)
5. La de la comunicación-mercado (1990-2000)

investigación de la comunicación en las décadas previas”. Esto ha generado tal diversidad de posturas y enfoques teórico-metodológicos, que resulta prácticamente imposible establecer una discusión en torno a las prácticas científicas que pudiera contribuir a la consolidación del campo de la comunicación.

Sin que hayan desaparecido el maniqueísmo o el dualismo que en otras épocas organizaban el pensamiento, el discurso y la acción sobre la comunicación, desde mediados de los años ochenta parecen haberse multiplicado en tal medida las posturas y las posiciones desde las cuales se puede investigar la comunicación, que el debate es cada vez más difícil, al haber menos referentes comunes. (Fuentes, 1999)

### **1.6 Las dificultades de articulación, institucionalización y reproducción del campo.**

El rápido desarrollo de la tecnología y el amplio acceso a la información traen consigo una acelerada transformación social y cultural que representa un reto constante para el campo científico de la comunicación, el cual más bien ha ido desarrollándose a veces al margen y a veces con rezago respecto de este proceso. Difícilmente se ha logrado construir una metodología para abordar el objeto de estudio en toda su complejidad y movilidad, como consecuencia de la carencia de un trabajo de investigación sistemático y compartido, y por la falta de un acervo de conocimientos común que permitiera compartir los avances desde diferentes estudios.

Como hemos visto, existen diferentes principios epistemológicos, enfoques teórico-metodológicos, paradigmas científicos y posturas ideológicas desde los cuales es posible abordar el objeto de estudio elegido. Esto, junto con la diversidad de historias del campo académico de la comunicación que reconstruyen de manera distinta el complejo proceso de institucionalización del campo, es un obstáculo para la realización de investigaciones comunes. Estas historias, como producto social, generalmente se encuentran sesgadas por las posiciones e intereses de quienes las narran, en un intento por legitimar un proyecto de futuro disciplinario determinado. En un énfasis por encontrar el origen multidisciplinario de los estudios de la comunicación, se presenta una

fuerte tendencia “centrífuga”, en lugar de ir avanzando hacia una acotación más definida de la disciplina de la comunicación.

Al no compartir los enfoques ni la construcción del objeto de estudio, muchas de las investigaciones terminan siendo esfuerzos individuales, sin mayor trascendencia ni difusión, lo cual lleva a un trabajo de investigación personal y no de carácter institucional ni sistemático. Como dice Fuentes (2002b: 11), “eso indica que la institucionalidad y no la argumentación intelectual, es el lugar social donde se articulan el poder y el saber, por lo que el futuro del campo y la lucha por su orientación dependen en mayor medida de las formas organizacionales que de las teóricas”.

Galindo y Luna (1995) afirman que existe un problema doble en cuanto a la **institucionalización** del campo académico de la comunicación debido a “la opacidad del campo para sus propios habitantes y a la fragmentación institucional del campo como proyecto colectivo”. “Esto debido a que, lo que ‘se hace’ en investigación, el ‘porqué se hace’, el ‘cómo se hace’ y el ‘quién lo hace’, todavía no es del dominio de todos los integrantes del campo académico de la comunicación –profesores, investigadores, profesionales y autoridades de las universidades-” (Galindo y Luna, 1995, en Orozco Gómez, 1997: 128). De acuerdo con Paolo Mancini (1993), citado por Fuentes (2000: 17), existe una falta de legitimidad académica en el campo generada por diversas causas como “el rápido crecimiento del campo, su juventud y carencia de tradición teórico-metodológica, el ‘mediacentrismo’ y el carácter predominantemente normativo de la investigación”<sup>14</sup>.

Caparelli y Stumpf (2001:69) afirman que la aparente confusión del campo académico de la comunicación se debe, por un lado, al acelerado incremento de escuelas y de investigaciones sobre comunicación<sup>15</sup> y, por otro, “a la ausencia de

---

<sup>14</sup> Aunque Mancini se refiere a Europa, lo mismo se puede decir del campo académico en México, especialmente cuando el desarrollo del campo en nuestro país ha seguido los pasos de la tradición europea y norteamericana.

<sup>15</sup> Tanto el número de programas de licenciatura y de posgrado en comunicación en México, como el número de investigaciones sobre comunicación, ha incrementado considerablemente en los últimos veinte años. Esta información se detalla en el siguiente capítulo, punto 2.3.

delimitaciones claras entre las diversas áreas de las ciencias humanas y la característica **multidisciplinaria** de la comunicación... con una convivencia no siempre tranquila de la filosofía, la sociología, la retórica, los estudios culturales, la crítica literaria o artística, las ciencias de la información: todos en un discurso común, aunque heterogéneo”. Es lo que Craig menciona para la comunicación en general, donde aparecen el posmodernismo, la deconstrucción, la teoría de la recepción activa, el historicismo, el feminismo, el marxismo, el psicoanálisis y más, que emergen, separan, recombinan y se expanden a través de disciplinas y continentes. (Craig, 1993: 29 en Caparelli y Stumpf, 2001:69)

Según Sánchez Ruiz (1995), aunque la definición de la disciplina de comunicación no es clara, se han ido construyendo objetos de conocimiento, lo cual ha contribuido a delimitar el campo de estudio de la comunicación, especializándose en los medios de información. Dos de los retos y desafíos que señala este autor para la constitución del campo académico de la comunicación son:

- a) Reconocer, y asumir como reto, que *no tenemos, ni hemos tenido*, un campo disciplinar propio, sino un *dominio* de estudio, más o menos común, alrededor del cual se ha conformado nuestro campo sociocultural.
- b) Reconocer que este dominio ha sido, es y quizá tendrá que seguir siendo, una *encrucijada* inter y transdisciplinaria, dentro de las ciencias sociales y humanidades, lo que hace el reto aún mayor, en la medida en que exige de cada uno – dependiendo de los objetos más específicos de investigación– el desarrollo de un amplio espectro de capacidades teóricas y metodológicas. (Sánchez Ruiz, 1995: 57)

Los principales problemas del campo académico de la comunicación, según varios autores (Rota, 1974; Jara, 1981; Sánchez Ruiz, 1988; Orozco, 1997; Fuentes, 1998), son:

1. La triple marginalidad de las Ciencias de la Comunicación y, como consecuencia, la escasez de recursos para la investigación<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> En 1989, Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz introdujeron la figura de la *triple marginalidad* para caracterizar a la investigación de la comunicación (“marginal con respecto a las ciencias sociales, éstas en el conjunto de la actividad científica y ésta en relación con las prioridades del desarrollo nacional”). (Fuentes y Sánchez, 1989)

2. Los trabajos de investigación como esfuerzos personales que no contribuyen al crecimiento ni consolidación del campo académico, así como la incapacidad para generar una discusión académica sistemática que produzca reflexiones epistemológico-metodológicas importantes.
3. La dispersión y duplicación de los esfuerzos por falta de conocimiento acerca de otras investigaciones y por falta de sistematización de la información documental.
4. La precaria formación en investigación desde los programas de licenciatura y posgrados, debido a la falta de personal capacitado, a la escasez de materias de metodologías de la investigación y a la falta de claridad de sus contenidos.
5. La falta de nexos entre los estudios de comunicación, la formación de investigadores y profesionales de la comunicación, y los problemas y necesidades sociales.

A partir de diversos estudios y reflexiones acerca de la investigación en comunicación, diversos autores (Rota, 1974; Beltrán, 1981; Jara, 1981; Martín Barbero, 1983; Sánchez Ruiz, 1988; Márques de Melo, 1984; Esteinou Madrid, 1988 y 1998; Fuentes Navarro, 1988; Orozco Gómez, 1997) afirman que los siguientes elementos podrían contribuir a la integración de un campo científico de la comunicación, contrarrestando las tendencias de aislamiento y desarticulación de las investigaciones sobre comunicación:

1. Una mayor relación entre los investigadores de la comunicación.
2. Una sólida construcción de marcos conceptuales propios.
3. Un trabajo interdisciplinario o transdisciplinario.
4. Un trabajo de investigación con rigor científico (menos teorizaciones -o ensayismo- y mayor acercamiento a la realidad).
5. Una mayor difusión de los trabajos de investigación.

Debido a que los estudios de posgrado se constituyen como un espacio privilegiado para la articulación de “las funciones sociales sustantivas de la universidad: la docencia, la investigación y la extensión, con los imperativos funcionales de reforzar la profesionalización pero también la crítica en todos los campos del saber y en todos sus niveles,” (Fuentes, 2002a: 16) es posible impulsar de manera estratégica desde ahí la consolidación del campo de la

comunicación. Pero es importante considerar que, por la complejidad de su objeto de estudio, se requiere un trabajo transdisciplinario, de manera que puedan recuperarse los aportes cognitivos, teórico-epistemológicos de otras disciplinas.

Lo que puede ayudar más a clarificar las condiciones de la legitimación epistemológica de los estudios de la comunicación no es su cerrazón, sino su apertura: su capacidad de interacción crítica y de complementación racional en la construcción de un conocimiento sólido y comprensivo que articule perspectivas diversas sobre un aspecto de la realidad que, por definición, es múltiple. (Fuentes, 2002b: 16)

De acuerdo con Fuentes Navarro (2002b: 16), desde el trabajo formativo en los posgrados es posible impulsar una reorientación del campo académico de la comunicación para avanzar en su legitimación, autonomía y poder, pero, sobre todo, para “generar explicaciones más plausibles y orientadoras de las transformaciones en curso en el mundo y del papel que los sistemas y prácticas de comunicación tienen en esas transformaciones, y basar su legitimación en esta competencia académica, más que en su competitividad institucional” (Fuentes, 2002b: 16). Para ello, habría que formar sujetos que actúen como agentes capaces de “ejercer algún grado de control sobre las relaciones sociales en que están inmiscuidos, lo que a su vez implica la capacidad de transformar esas relaciones sociales en alguna medida” (Sewell, 1992: 20, citado por Fuentes, 2002b: 16).

---

## **2. Los programas de posgrado en Comunicación.**

### **2.1 Los programas de posgrado en México.**

El posgrado es el nivel de estudios posteriores a la licenciatura, el cual incluye la especialización, la maestría y el doctorado. La especialización pretende proporcionar un conocimiento amplio y actualizado del campo elegido orientado hacia el ejercicio práctico profesional. La maestría está enfocada a la formación de profesionales en áreas específicas del conocimiento, por medio del desarrollo de competencias para la investigación o para la aplicación innovadora del conocimiento científico o técnico. El objetivo de las maestrías es ampliar y profundizar la capacitación disciplinaria para el ejercicio de la docencia; formar en el conocimiento y la aplicación de métodos de investigación y, generar una capacidad innovadora, técnica y metodológica para la solución de problemas específicos en el ejercicio profesional. Estos programas están orientados principalmente a la docencia y el ejercicio profesional innovador, mientras que los doctorados están orientados a la investigación. (Barrón, 1982: 9; Benítez, 1982: 174; Flores, 1982: 146; CONACyT/SEP, 2001; Jiménez, 2001: 122; Pontón, 2001: 79)

Los propósitos fundamentales generales del posgrado son:

- a) La formación de recursos humanos para la investigación en las diferentes áreas de conocimiento, a fin de atender la demanda de producción de ciencia y tecnología de los distintos sectores de la producción y de la cultura.
- b) La formación de personal académico en docencia e investigación para atender las necesidades del sector educativo en sus distintos niveles, en particular de la educación superior y del propio posgrado.
- c) La formación de personal altamente calificado para el sector productivo y de servicios.

Estos propósitos se seguirán según el nivel de estudios al que se refiere (especialidad, maestría o doctorado). En el caso de las maestrías, el énfasis se hace en la formación de recursos humanos para la educación, la producción y para el sector de servicios. (Jiménez, 2001: 79)

En la práctica, nos podemos encontrar con tres tipos de maestrías, según su estructura curricular y objetivos: las maestrías de carácter profesionalizante (para ampliar destrezas y conocimientos), las maestrías remediales de las deficiencias de la licenciatura y las maestrías para la formación de investigadores, formación que se completa en el doctorado. (Blanco, 2001: 112)

Al entrar en la lógica de libre comercio, México se vio en la necesidad de buscar estrategias para elevar la calidad académica en el ámbito educativo con el propósito de “aumentar la producción científica, elevar los índices de eficiencia terminal, incrementar el número de profesores con formación de doctorado y mejorar la infraestructura, entre algunas otras cosas” (Zermeño, 2000: 4). En este marco, el gobierno mexicano ha fortalecido al Consejo Nacional para la Ciencia y Tecnología (CONACyT) y ha diseñado diferentes programas (como SUPERA y FOMES<sup>17</sup>) dentro de las medidas para la capacitación, formación, actualización y superación académica de los profesores en el marco del Programa de Mejoramiento del Profesorado (PROMEP)<sup>18</sup>.

Año con año se ha ido incrementando el gasto público en educación superior, lo cual puede explicar en parte el incremento significativo del número de posgrados en todas las disciplinas. El número de los programas de maestría ha aumentado más que los otros niveles de posgrado<sup>19</sup>. Pero, este crecimiento ha sido disperso, descoordinado y carente de planeación, dando como resultado una enorme diversidad de objetivos, intereses, vinculaciones y calidades académicas, con la consecuente elevación de costos sociales y económicos. Abundan los programas improvisados, así como los eminentemente teorizantes (Barrón Toledo, 1982: 14).

---

<sup>17</sup> El Fondo para la Modernización de la Educación Superior, FOMES, fue concebido como un instrumento de apoyo económico orientado a inducir la excelencia académica en las instituciones de educación superior, para proyectos específicos de fortalecimiento en la formación de profesores; modificación de planes y programas de estudio; reforzamiento de la vinculación entre universidades y sectores productivos; mejoramiento administrativo de los centros educativos; infraestructura y equipamiento de talleres, laboratorios, bibliotecas y centros de información y, diversificación de fuentes de financiamiento. (Ibarra, 1997: 65-66)

<sup>18</sup> Aunque esto ha mejorado los indicadores cuantitativos de la calidad educativa e incrementado significativamente el número de programas de posgrado, no se tiene claridad respecto de los indicadores cualitativos. (Zermeño, 2000: 6)

<sup>19</sup> En 1970 había once instituciones en México que impartían 124 programas de maestría. En 1980, 93 instituciones ofrecían 809 programas de maestría: 67 instituciones en los estados, que ofrecían 456 programas y, veintiséis instituciones en el Distrito Federal, que ofrecían 353 programas.

---

Según los datos de la ANUIES, actualmente existen 2,056 programas de maestría, 1,028 especialidades y 403 doctorados. Existen 818 maestrías en Ciencias Sociales, de las cuales veinticinco son de Comunicación. (<http://www.anuies.mx>)

Según Asdrúbal Flores (Director de Apoyo, Difusión y Docencia de la Dirección General de Investigación Científica y Superación Académica, SEP, en 1982), los principales problemas que afectan al desarrollo del posgrado en México son: los problemas sustantivos de concepción y política de desarrollo del posgrado y, los problemas coyunturales de carencias específicas, como la escasez de recursos, de profesores, de fuentes de información especializada y de talleres y laboratorios; el bajo índice de titulación y, la insuficiente articulación con las líneas institucionales de investigación. (Flores, 1982: 160-161)

## **2.2 Las políticas nacionales de apoyo y control.**

A partir de la década de los 70, con la fundación del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), las actividades para el desarrollo de la ciencia y de la tecnología, así como su difusión, empezaron a ser consideradas como parte de la política del Estado para promover el desarrollo de una cultura científica en México (Orozco Martínez, 1999: 4). En 1984, el CONACyT estableció el Sistema Nacional de Investigadores (SNI), con el cual se han fijado “los parámetros de reconocimiento y apoyo oficial a los académicos dedicados a la investigación, y por lo tanto, a las instituciones en que trabajan”. En 1991, se creó el *Padrón de Programas de Posgrado de Excelencia para Ciencia y Tecnología*, “considerando la importancia estratégica de asegurar la formación en el país de recursos humanos de alto nivel que impulsen el desarrollo científico y tecnológico nacional” (CONACyT, 1999: 2).

Además de este Padrón, hasta el año 2000 existían otros programas de reconocimiento y apoyo a programas e instituciones que cumplieran con los requisitos de calidad estipulados, como el programa de Asignaciones de Recursos a la Ciencia, el Padrón de Revistas Científicas Mexicanas, el Sistema Nacional de Investigadores, el Examen Nacional Indicativo previo a la Licenciatura, y el Examen General de Calidad Profesional. Mediante la creación del Fondo para el Mejoramiento de la Educación Superior FOMES, se asignaron recursos

extraordinarios a las instituciones para realizar proyectos específicos en función de los resultados obtenidos en los procesos de evaluación. “Estas miradas múltiples persiguen proporcionar un saber que ordene y modifique sistemas, instituciones y sujetos, produciendo nuevas realidades bajo el escenario de la excelencia. Esto se realiza con base en criterios objetivos, desde distintas miradas con el propósito de reforzar ciertos rasgos”. (Ibarra Colado, 1997: 64)

Sin embargo, a raíz de las elecciones de julio de 2000, se generaron cambios en el sistema político mexicano, los cuales desencadenaron una serie de modificaciones en las políticas públicas en todos los sectores, incluyendo el científico y universitario. “En el marco del *Programa Nacional de Educación 2001-2006* y del *Programa Especial de Ciencia y Tecnología 2001-2006*, se han modificado los reglamentos, procedimientos y convocatorias del Sistema Nacional de Investigadores y del ahora llamado *Programa para el Fortalecimiento del Posgrado Nacional*.” (De la Torre y Fuentes, 2002a: 259) Dicho programa establece el apoyo a los “Programas Integrales de Fortalecimiento del Posgrado de las Instituciones de Educación Superior (PIFOP), que tengan como objetivo fundamental mejorar la calidad de los programas de posgrado que imparten a nivel de especialidad, maestría y doctorado...” y, en segundo lugar, el apoyo al “Padrón Nacional de Posgrado, con el propósito de reconocer la buena calidad de los programas de posgrado” (tanto a los de orientación profesional como en investigación) (CONACyT-SEP: 2001). Para estos programas se ha desarrollado un sistema de indicadores de evaluación más preciso que el anteriormente empleado. Según el reconocimiento internacional o nacional de los profesores, entre otros indicadores, los programas se clasificarán, como “*Competente a nivel internacional*” y de “*Alto nivel*”. (CONACyT-SEP: 2001)

Puesto que el periodo de análisis al que se refiere este estudio se enmarca en los criterios del *Padrón de Programas de Posgrado de Excelencia para Ciencia y Tecnología, 1991-1999*, a continuación se describen las características e indicadores utilizados para integrar el padrón. Dicho padrón reconocía la calidad académica de los posgrados en función de diversos parámetros internacionales y canalizaba los apoyos sobre estas bases (incluyendo becas para los estudiantes).

---

Su objetivo era reconocer y apoyar aquellos programas de posgrado que cumplieran con indicadores de calidad como:

- a. Profesores-investigadores competentes y organizados en cuerpos académicos para realizar sus funciones de docencia, tutoría, generación o aplicación innovadora del conocimiento y gestión académica, así como para la obtención de recursos extraordinarios orientados a la realización de proyectos de investigación, de asesoría técnica o de servicios tecnológicos;
- b. Un plan y programa de estudios actualizado y pertinente;
- c. Procesos educativos eficientes y apoyos académicos que atiendan de manera diferenciada las necesidades de los estudiantes;
- d. Esquemas de evaluación confiables de los aprendizajes alcanzados por los alumnos durante su trayecto educativo y al final del proceso formativo;
- e. Información sistematizada acerca de sus egresados;
- f. Tasas altas de graduación de los estudiantes, de acuerdo con los tiempos previstos en los planes de estudio;
- g. Esquemas que garanticen la *buena calidad* de las tesis de grado y de la producción académica generada en colaboración por profesores y alumnos;
- h. Infraestructura propia para la impartición adecuada de los programas, así como para el desarrollo de los proyectos y, en su caso, de las líneas de investigación o de trabajo profesional que les dan soporte;
- i. Esquemas que favorezcan la cooperación, el intercambio académico y la conformación de redes de educación superior con la participación de las instituciones de educación superior nacionales y extranjeras; y
- j. Mecanismos que permitan evaluar periódicamente los logros y los impactos de los programas educativos. (CONACyT, 1999: 3)

Los programas aceptados dentro del Padrón pueden tener una de las siguientes categorías, según sus características: (CONACyT, 1999: 4)

- Aprobado. Programa que cumple con los criterios y parámetros de evaluación establecidos por el Comité respectivo. No obstante, puede ser sujeto de recomendaciones y/o sugerencias. La vigencia de este registro es por cinco años.
- Condicionado con observaciones. Programa que cumple con la mayor parte de los criterios y parámetros de evaluación establecidos por el Comité respectivo, pero que requiere mejoras para cumplirlos todos satisfactoriamente. Este registro se otorga por tres años.
- Condicionado con carácter de emergente. Programa de reciente creación (maestría hasta tres años; doctorado hasta cinco años) que cuenta con los elementos necesarios para

consolidarse en el corto plazo como un posgrado que ofrece estudios de alto nivel y que cumple con la mayor parte de los criterios y parámetros de evaluación establecidos por el Comité respectivo. Este registro se otorga por tres años.

La calidad de los programas se evaluaba con base en los siguientes criterios (CONACyT, 1999: 6-11):

Criterio general: Coherencia en el plan de estudios, el área, las líneas y los proyectos de investigación, la planta académica, la productividad científica y la infraestructura.

Criterios específicos:

1. Contexto e importancia del programa evaluado. En relación con los antecedentes, la trayectoria académica, y desarrollo actual y potencial del programa, sus metas y objetivos, así como su ubicación en los ámbitos institucional, local, regional, nacional e internacional
2. Plan de estudios (debe garantizar una formación académica de alto nivel). Para lo cual debe estar fundamentado académicamente, su contenido debe estar relacionado con el desarrollo del campo de conocimiento en el ámbito internacional y, debe tener mecanismos de revisión y actualización. El perfil del egresado debe estar claramente definido, así como los requisitos de ingreso, de permanencia, egreso y de obtención de grado (como mínimo se requiere una tesis).
3. Planta académica. Para la existencia de un programa de posgrado debe contarse con un conjunto mínimo de integrantes (masa crítica) que le den una vida académica real. Esta masa crítica debe conformarse con un mínimo de ocho profesores de tiempo completo con adscripción y participación efectiva en el programa de maestría (doce profesores para doctorado), con grado de doctor, preferentemente, o al menos el que otorga el programa; con formación académica y experiencia congruente con el área y las líneas de investigación del programa; y con actualización académica, experiencia docente y productividad científica reciente. Deben estar adscritos (más del 50% de los profesores) al Sistema Nacional de Investigadores o tener reconocimientos equivalentes en su campo de investigación; deben interactuar con grupos de investigación o programas de posgrado afines y deben contar con un número de asesorados, adecuado para el campo del conocimiento de que se trate.
4. Alumnos. Deben ser de tiempo completo (por lo menos el 70% de los alumnos), estar integrados a las líneas de investigación del programa y participar en proyectos de investigación específicos. Se espera una eficiencia terminal de 50% mínimo (medida en términos de la relación

---

graduados/ingreso, así como considerando el tiempo promedio para la obtención del grado: un año más del tiempo mínimo estipulado en el plan de estudios para maestría y un máximo de cinco años para doctorado). Al menos 50% de los egresados en los últimos cinco años deben estar insertos en el campo académico o profesional de su especialidad de posgrado.

5. Área y líneas de investigación. Deben existir líneas de investigación del programa (congruentes con el plan de estudios y con relevancia nacional o internacional), grupos de investigación y proyectos, así como fuentes de financiamiento, actividades académicas complementarias (seminarios, simposios, talleres, conferencias, etc.) y participación de la planta académica y de alumnos en reuniones científicas nacionales e internacionales.
6. Productividad científica de la planta académica. Se espera una productividad científica reciente, original, publicada en los medios de prestigio académico nacionales e internacionales del campo del conocimiento respectivo; si es el caso, 50% con la participación de los alumnos del programa
7. Infraestructura de apoyo y física\*.  
Debe considerarse que existan los espacios físicos necesarios (existencia de cubículos para la planta académica de tiempo completo, laboratorios, etc.), que el equipo disponible sea adecuado y suficiente para realizar investigación, y que el apoyo técnico-administrativo favorezca el desarrollo de las actividades académicas del programa (acceso a Internet).
8. Vinculación e impacto en los sectores social y productivo\*.  
Se debe indicar y describir el tipo de vinculación e impacto en los sectores social y/o productivo, su seguimiento y evaluación.
9. Compromiso institucional. Existencia de apoyo decidido de la institución al programa (compromiso de contrataciones, recursos para investigación, becas, apoyo para profesores visitantes, apoyo técnico-administrativo, infraestructura, etc.).

### **2.3 La relación entre investigación y la formación de investigadores en Comunicación.**

En junio de 1989 se realizó la *Primera Reunión Nacional de Posgrados y Centros de Investigación en Comunicación*, bajo los auspicios del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación

---

\* Este rubro es evaluado por el árbitro externo.

Social (FELAFACS), en el ITESO. En dicha reunión se señalaron algunos de los problemas que se viven tanto en la investigación como en los programas de posgrado en comunicación en México.

Se constató que los posgrados no son instancias de investigación que alimenten a programas de formación, sino que surgen de la demanda y la estructura escolar. Los programas de maestría son propuestas que, viniendo desde la docencia, tienen a la investigación más como un problema que como un insumo. De ahí que sea interesante observar cómo se articula la relación docencia-investigación en cada una de las instituciones. También se enfatizó la escasez de recursos humanos calificados para la investigación... La lógica universitaria -o institucional- condiciona el planteamiento de cada uno de los programas. Sus objetivos entran en la lógica propia de cada institución. (Juárez, 1989: 7-8, en Fuentes, 1998: p. 127)

Como podemos observar, estos problemas son propios del sistema nacional de posgrados y, se puede decir que siguen vigentes en 2003. Aunque se ha procurado vincular a los estudiantes de posgrado (especialmente en maestría) a proyectos o programas de investigación encabezados por investigadores, por medio de un sistema tutorial<sup>20</sup> o de becarios que laboran dentro del equipo de investigadores de la universidad, en muchos de los casos, la investigación sigue siendo “un apéndice del plan de estudios; en realidad no forma parte de ninguno de los créditos y sólo algunos estudiantes pueden acceder a este plan” (Díaz, 2001: 141). Por lo general, en los sistemas tutorales, “los alumnos solicitan la asesoría de un tutor cuando ya tienen cubiertos los créditos y han avanzado en sus proyectos de tesis”. (Pontón, 2001: 129)

Una preocupación aún no resuelta es el objetivo de los programas de maestría en comunicación: si éstos deberían pretender reproducir o incidir en la transformación social y, si deberían formar académicos, profesionales o ambos. De acuerdo con Díaz Barriga (2001: 142), existen dos posturas respecto a la

---

<sup>20</sup> Este sistema es uno de los aspectos que distinguen los estudios de posgrado de los de licenciatura. Algunas maestrías en comunicación como la de la UNAM y la Universidad Iberoamericana han adoptado el sistema tutorial, asignando un tutor al alumno desde que ingresa al programa, con el objetivo de orientarlo en cuanto a sus actividades académicas y de formación, con el objetivo de que elabore su trabajo de tesis. Sin embargo, no se ha logrado implantar del todo este sistema, por falta de profesores adscritos específicamente al programa que puedan atender a los alumnos y las líneas de investigación propuestas y, por falta de vinculación de la maestría con centros de investigación. (Pontón Ramos, 2001: 129)

---

relación entre investigación y posgrado. La más tradicional, hace énfasis en la formación de *intelectuales de la disciplina*, donde el posgrado es “un espacio para la formación de sujetos cultos, en el amplio sentido del término, que puedan reconstruir la cultura como una producción humana y que puedan hacer desarrollos conceptuales propios y defenderlos”. La otra postura hace énfasis en formación para la investigación, es decir, de *usuarios de la disciplina*, de manera que el posgrado debe constituirse con un espacio para “el desarrollo de habilidades para la búsqueda de información actualizada (sin preocuparse del proceso cultural histórico de las ideas) y el diseño de estrategias metodológicas que le permitan demostrar algo sobre un objeto de estudio”.

Si, como propone Fuentes Navarro, los posgrados son un espacio privilegiado y estratégico para la formación de agentes capaces de reflexionar, actuar y transformar en cierta medida las relaciones sociales en las que se encuentran, el trabajo de reflexión e investigación sobre las prácticas del campo de la comunicación debería ser un aspecto central de los planes de estudio. Sin embargo, la investigación no suele ser una actividad académica en torno a la cual se estructuran las actividades de éstos. Generalmente, los cursos que se imparten en relación con esta práctica no tienen objetivos ni metodologías claros ni adecuados y, no se cuenta con una planta de profesores con líneas de investigación definidas a las cuales los alumnos puedan adscribirse para formarse en esta práctica. La formación para la investigación se da por medio de cursos teóricos desarticulados entre sí, sin una metodología práctica, que impulse una producción autónoma como parte de la capacitación del estudiante. (Flores, 1982; Trejo, 1988; Luna, 1989; Jiménez Silva, 2001; Sánchez Puentes, 2001)

Los propósitos declarados por las instituciones de educación superior son formar investigadores en las diferentes áreas de conocimiento. Sin embargo, los niveles de licenciatura y de maestría no impulsan el desarrollo de habilidades para la investigación (especialmente por una deficiente estimulación debido a cuestiones metodológicas e instrumentales). En muchas ocasiones, la maestría parece reforzar el énfasis informativo de la licenciatura. En el doctorado se observa una mayor importancia en la generación de habilidades investigativas, pero esto se

debe generalmente a que ingresan quienes ya practican la investigación de modo profesional. (Hernández y Godínez, 2001: 183 y 189)

La mayoría de los programas de posgrado cuenta con profesores contratados por asignatura. Esto obstaculiza la disponibilidad de tiempo para atender estudiantes, intercambiar opiniones y revisar conjuntamente los objetivos y contenidos de sus programas, así como desarrollar líneas de investigación institucionales, que puedan ser trabajadas en equipo con otros profesores y que pudiera plantearse dentro de la propuesta curricular del plan de estudios. (Sánchez Puentes et. al., 2001: 53)

La falta de adscripción de profesores de tiempo completo al posgrado y la movilidad de profesores son dos características que repercuten directamente en los índices de graduación y de eficiencia terminal de los programas de posgrado. Esto se manifiesta en la ausencia de proyectos de investigación institucionales en los que participen estudiantes y en problemas para asignar tutores y asesores permanentes a los estudiantes. (Sánchez Puentes et. al., 2001: 53)

Esta cita de Sánchez Puentes se refiere en concreto a los programas de posgrado de Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM, sin embargo, esta misma situación se presenta en muchos programas de posgrado en otras universidades mexicanas. De acuerdo con Fortes Besprosvani, los estudios de posgrado suelen requerir una dedicación de tiempo completo del alumno, pero no en todos los casos se cuenta con recursos suficientes para ello, y los alumnos se ven obligados a trabajar mientras estudian. Esto provoca que el promedio entre el ingreso y la graduación de la maestría se incremente al doble de lo esperado (seis años en lugar de tres), en el caso de la FCSyP específicamente, aunque también se encuentran estas situaciones en maestrías de otras universidades. (Fortes, 2001: 16)

De acuerdo con Rossana Reguillo Cruz (1997: 143), existe una brecha entre la investigación y los programas curriculares debido a las grandes diferencias entre los “docentes típicos” y los “investigadores privilegiados”, de manera que los programas curriculares se convierten en un territorio en disputa, donde las investigaciones tienen poco qué ver. Aunque existen algunos posgrados que han

---

impulsado la investigación institucional, con la experimentación de herramientas teórico-metodológicas adecuadas al estudio e intervención sobre prácticas de comunicación en ámbitos diversos, generalmente, los programas de posgrado, más que espacios de investigación, han surgido como un espacio de especialización académica y como respuesta a la demanda escolar de las licenciaturas. De tal manera que los programas de posgrado y la investigación representan una fracción minoritaria y en cierto sentido marginal dentro del campo académico y su proceso de institucionalización.

Los **posgrados de Comunicación presentan otros problemas**, además de los problemas de los posgrados en México, relacionados con los aspectos epistemológicos del campo, anteriormente mencionados: la falta de claridad respecto del campo y su objeto de estudio, la fragmentación institucional y la falta de legitimidad académica, la carencia de tradición teórico-metodológica, la necesidad de una constante reestructuración de los estudios de comunicación debido a los cambios en el entorno de los objetos y de los saberes, su juventud y su rápido crecimiento.

#### **2.4 La constitución de programas de Maestría en Comunicación en México.**

Como mencionamos en el primer capítulo, los saberes definidos como pertinentes en función de diversos perfiles y diversas determinaciones socioprofesionales han estado presentes en los tres *modelos fundacionales* para la formación universitaria de profesionistas de la comunicación, que han predominado sucesivamente en México: la formación de periodistas, la formación de comunicadores intelectuales desde una perspectiva humanística y, la formación de comunicólogos como científicos sociales. (Fuentes, 1998: 90-91).

Puesto que es en las universidades donde se ha generado la reproducción y constitución del campo académico de la comunicación, estos tres modelos han jugado un papel muy importante en este proceso. “Uno de los orígenes del estudio de la comunicación en las universidades mexicanas está en las carreras de periodismo fundadas por la Escuela Carlos Septién García en 1949, la Escuela Nacional (hoy Facultad) de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM a partir de 1951 y la Universidad Veracruzana en 1954”. (Fuentes, 1991a: 168)

El segundo modelo fundacional se originó con la Carrera de Ciencias de la Comunicación que abrió la Universidad Iberoamericana en 1960, orientada al “manejo competente y responsable de los 'contenidos' y de los 'medios' como lenguajes, de acuerdo con la autoridad intelectual del creador, que no operador de mensajes”. El énfasis de la formación profesional se centraba en proporcionar herramientas cognitivas (*solidez intelectual*), praxiológicas y axiológicas, por medio del estudio de las humanidades, con el objetivo de “garantizar la capacidad para impulsar, a través de los medios, la transformación de la dinámica sociocultural conforme a marcos *axiológicos* bien definidos”. (Fuentes, 1998: 94-95)

El tercer modelo fundacional, del comunicólogo como *científico social*, se originó en los setenta en diferentes universidades públicas del país. “Con este modelo se estableció curricularmente una fuerte aunque contradictoria tendencia hacia la 'investigación' y cobró su mayor relevancia el ingrediente utópico de la transformación social, en este caso 'revolucionaria', mediante la comunicación”. Un factor que influyó en el surgimiento de este modelo fue “la incorporación, en casi todas las universidades públicas mexicanas, de exiliados sudamericanos en la primera mitad de los años setenta que, precisamente por su militancia política habían salido de sus países, aquejados por golpes de militares”. (Fuentes, 1998: 98) Raúl Fuentes Navarro (1998) presenta un estudio detallado de estos tres modelos en el segundo capítulo de su libro *La emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*.

Precisamente fue en esta década en que comenzó el proceso de *constitución del campo* de la investigación académica de la comunicación, “cuando se insertó en algunas escuelas de comunicación la actividad de investigación para impulsar el *proyecto utópico* sobre el que se fundó la carrera y que identificaba a la comunicación como un factor importante para la transformación social”. (Fuentes, 1998: 50) En estos años comenzaron a proliferar los programas de licenciatura en comunicación, al mismo tiempo que se fue expandiendo el *mercado académico*, generando posibilidades de desarrollo profesional.

---

Diversos factores políticos nacionales e internacionales influyeron en el rumbo que fue tomando el campo académico de la comunicación, enfocándose hacia una investigación crítica encabezada por investigadores europeos y sudamericanos, en oposición a los modelos de investigación empírica norteamericana de los primeros centros universitarios mexicanos de investigación. Esta confrontación de proyectos explícita en una divergencia de orden metodológico y epistemológico, “incluyó también factores ideológicos, económicos y políticos provenientes del exterior del campo y que podrían resumirse en la oposición entre la aceptación de las condiciones impuestas históricamente a la 'comunicación social' por el Estado y los propietarios y operadores de la industria, y su rechazo y consecuente denuncia” (Fuentes, 1998: 51). Hasta la primera mitad de los ochenta, la corriente crítica prevaleció en los escenarios académicos, con características cada vez más dogmáticas generando ensayos teóricos o de denuncia, donde los criterios de rigor científico eran de menor importancia que el discurso generado.

Fue en esta época en que se fundó la primera Maestría en Comunicación en México, en la Universidad Iberoamericana (UIA), en 1976, orientada a la atención de problemas de comunicación sociales y de desarrollo. En 1979, la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) abrió la Maestría en Ciencias de la Comunicación. A mediados de los ochenta se abrieron tres programas de maestría en Monterrey, uno en Guadalajara y otro más en la Ciudad de México:

- a) La Maestría en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Regiomontana (1984), como una respuesta a las demandas de especialización y titulación de la licenciatura.
- b) La Maestría en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León (1984), orientada a la formación de planificadores, profesores e investigadores.
- c) La Maestría en Periodismo Especializado en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (independiente de la licenciatura en Comunicación), con el objetivo de perfeccionar las habilidades de comunicación de los periodistas y otros profesionales de los sistemas informativos (1987).

- d) La Maestría en Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (1985), cuyo objetivo era desarrollar competencias para la investigación y la innovación de las prácticas de comunicación desde una perspectiva socio-cultural.
- e) La Maestría en Comunicación Institucional del Centro Avanzado de Comunicación (1987) para formar profesionales especializados que atendieran las necesidades comunicativas de las empresas públicas y privadas.

La crisis económica de los años ochenta provocó una reestructuración completa del campo de la investigación de la comunicación, generando el cierre de muchos centros de investigación gubernamentales y una fuerte disminución de la producción académica. Aunque la oferta institucional de programas de licenciatura en comunicación siguió creciendo, el ámbito académico dejó de tener su atractivo como área profesional. Las ciencias sociales entraron también en crisis al irse difuminando sus fundamentos teóricos e ideológicos así como los modelos discursivos de la investigación social.

El campo académico de la comunicación se encaminó hacia el reconocimiento y disminución de sus carencias científicas, reintegrando “el rigor científico y el anclaje empírico al sentido crítico y al compromiso social en proyectos de investigación [...], con abordajes más amplios, dentro de las ciencias sociales y de la cultura”. (Fuentes, 1998: 53) De esta manera se fueron incorporando nuevas perspectivas para el estudio de la comunicación, con énfasis en el desarrollo metodológico y teórico crítico, junto con el sustento empírico dentro del marco de distintas disciplinas de las ciencias sociales. Estas acciones y las nuevas políticas oficiales para la educación superior y la investigación científica contribuyeron a rearticular el campo académico en un modelo de colaboración e intercambio interinstitucional, hacia la búsqueda de legitimación frente a diversos sectores de la investigación en las ciencias sociales.

En 1990, a los quince años de su fundación, las maestrías en comunicación en México contaban con pocos alumnos titulados (16 alumnos de la UIA y 14 de la FCPyS), cuyas tesis presentaban una gran dispersión temática y metodológica.

---

Cerca de la mitad se referían a situaciones en el extranjero, debido a que esos estudiantes eran foráneos. Estos dos programas de maestría...

...evidencian en sus proyectos originales y en los cambios de estructura y de orientación que han experimentado desde entonces, un patrón de discontinuidad y de desarticulación que, tanto en el plano institucional como en el cognoscitivo, caracterizan al campo en México, especialmente en cuanto a la práctica de la investigación, aunque tienen el mérito de haber mantenido la producción. Los demás posgrados, creados en los ochenta y noventa, no presentan un patrón muy distinto. (Fuentes, 2002a: 3)

Aunque se presenta una cierta descentralización en el crecimiento del número de maestrías, existe una inercia similar al desarrollo de centros de investigación en ciencias sociales y humanidades, concentrados en las principales ciudades del país (Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey). Se puede observar que en esta época (la década de los ochenta), cerca de la mitad de los programas (UIA, UNAM e ITESO) está orientada al desarrollo académico, la investigación y la intervención planificada sobre la comunicación, mientras que la otra mitad (UR, UANL, ITESM y CADEC) está orientada a la calificación profesional de sus alumnos. (Fuentes, 1991a: 174)

El número de programas de posgrado en comunicación en México ha venido experimentando un **crecimiento** sostenido en los últimos años. Cuando en 1990 existían tan sólo siete maestrías en Comunicación, ahora existen poco más de treinta posgrados relacionados con la Comunicación, de los cuales nueve están inscritos en el Padrón de Programa de Posgrado de Excelencia en Ciencia y Tecnología (CONACyT/SEP, 2001). El resto cuenta únicamente con el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios de la SEP (REVOE) y “operan sin el reconocimiento de CONACyT, ya sea porque no tienen el objetivo de formar investigadores o porque no cumplen con los requisitos establecidos como parámetros”. (Fuentes, 2000b: 30-31) Este incremento en el número de programas y la formación de nuevos investigadores, junto con otros factores relacionados a la productividad, la difusión y la calidad, puede ser un indicador de la tendencia del campo hacia la *legitimación* académica, tanto científica como social.

Como se puede observar en la **tabla 1**, continúa una tendencia, en la mitad de los programas, a la formación de profesionales especializados en comunicación, con el objetivo de impactar en la sociedad por medio del desarrollo de técnicas útiles y actualizadas de comunicación. La otra mitad de los programas está orientada a la formación de docentes e investigadores, con el propósito de impulsar las prácticas científicas y de investigación hacia la construcción de conocimiento de la disciplina y el incremento del acervo cultural, y de transmitir estos conocimientos a sujetos en formación principalmente en estudios de licenciatura. Existen también algunos programas que atienden tanto a la profesionalización como a la investigación.

Los posgrados en comunicación se presentan en la **tabla 1** divididos entre los que, hasta el año 2000, se encontraban inscritos en el Padrón de programa de Posgrado de Excelencia en Ciencia y Tecnología (CONACyT) y los que no. A raíz de los cambios políticos de 2000, se generaron modificaciones en las políticas del CONACyT, las cuales afectaron los programas de apoyo al sector científico y universitario. Esto provocó que muchos posgrados salieran del Padrón. El estado de los posgrados, en relación con los programas nacionales de apoyo, se encuentra en constante transformación, según el énfasis y posibilidades de los posgrados para cumplir con los requisitos establecidos en las políticas, que también se van modificando. La siguiente información, entonces, tiene que ver con el periodo que abarca este análisis.

**Tabla 1: Datos de los 33 programas que participaron en la III Reunión Nacional de Posgrados e Investigación en Comunicación, celebrada en Guadalajara en marzo de 2000.**

Posgrados en comunicación inscritos en el Padrón de programa de Posgrado de Excelencia en Ciencia y Tecnología (CONACYT), 2000.

<b>Institución</b>	<b>Programa</b>	<b>Antecedentes</b>	<b>Líneas de investigación<sup>21</sup></b>
ITESM *	Maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación	Programa abierto en 1994. Acuerdo especial de apoyo de excelencia por CONACyT. 37 titulados hasta enero de 1999	Comunicación internacional. Nuevas tecnologías. Comunicación de masas. Producción de cine y video documental.
Universidad Iberoamericana *	Maestría en Comunicación	Programa abierto en 1978. 78 alumnos graduados. Padrón de excelencia de CONACyT desde 1991. REVOE desde 1995.	C. y cultura C. y educación C. y política C. y nuevas tecnologías C. en las organizaciones C. y derecho de la información
Universidad Nacional Autónoma de México *	Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales (Maestría en Comunicación)	Programa abierto en 1979. Padrón de excelencia de CONACyT.	C. e innovaciones tecnológicas C. y cultura C. Política y opinión pública
	Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales (Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación)	Programa abierto en 1999, e incluye también otros doctorados y maestrías .	
Universidad Autónoma Metropolitana - Xochimilco *	Maestría en Comunicación y Política	Programa abierto en 1998. Padrón de excelencia de CONACyT.	Políticas y estrategias culturales, económicas, sociológicas, etc. en el campo de la comunicación social Procesos de producción discursiva y de lectura o consumo de los bienes simbólicos, verbales y no verbales, en la construcción de lo social Estado actual del campo epistemológico de la comunicación y las distintas aproximaciones teórico metodológicas posibles Función de los procesos y las tecnologías de com. en la disposición democrática del fin del milenio.

<sup>21</sup> Siglas utilizadas en la tabla:

C. = Comunicación

NTI = Nuevas tecnologías de información

MMC = Medios masivos de comunicación.

	Doctorado en Ciencias Sociales, área de concentración en Comunicación y Política	Programa abierto en 1991. Padrón de excelencia de CONACyT.	Áreas de concentración en otros ámbitos de las Ciencias Sociales.
Universidad de Guadalajara *	Maestría en Comunicación	Programa abierto en 1998. Programa departamental. Padrón de excelencia de CONACyT.	Globalización e identidades culturales. Política y medios de difusión. Mediaciones de la producción, circulación y recepción de mensajes. Nuevos medios y lenguajes de la C. Social.
	Maestría en Ciencias Sociales, Especialidad en Comunicación Social	Programa abierto en 1994. Programa interdepartamental. Padrón de excelencia de CONACyT.	Mediaciones histórico-estructurales. M. organizacionales. M. tecnológicas. M. expresivas. M. de la recepción de mensajes.
	Doctorado en Educación, Área de Comunicación y Educación	Programa abierto en 1999. Programa interdepartamental. Padrón de excelencia de CONACyT.	
	Doctorado en Ciencias Sociales, Línea de Medios de Comunicación e Industrias Culturales	Programa abierto en 1991. Reformulado en 1999. Programa interdepartamental, en tres áreas con diez líneas de investigación. Padrón de excelencia de CONACyT.	

Posgrados en comunicación con otros reconocimientos o en preparación, 2000.

Institución	Programa	Antecedentes	Líneas de investigación
Universidad Autónoma de Nuevo León *	Maestría en Ciencias de la Comunicación	Programa abierto en 1984. 45 estudiantes egresados de comunicación. 2 titulados de 83 egresados.	
ITESO ***	Maestría en Ciencias de la Comunicación con especialidad en la difusión de la ciencia y la cultura	Programa abierto en 1985. Reformulado en 1998. 16 titulados del primer programa. 25 estudiantes inscritos. REVOE.	Estrategias de comunicación y modelos de difusión científica y cultural. Tecnología y sociedad. Divulgación de la ciencia.
Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa **	Posgrado Latinoamericano en Comunicación y tecnología educativas	Fundado en 1956 por acuerdo de la UNESCO y el gobierno mexicano. Desde 1978, organismo internacional. Posgrado mediante el sistema de educación abierta y a distancia.	Tecnología educativa. Comunicación educativa. Video y TV educativos. Usos educativos de MMC y NTI. Educación a distancia. Informática educativa. Radio educativa.
Centro Avanzado de Comunicación Eulalio Ferrer AC	Maestría en Comunicación Institucional	Fundado en 1987. REVOE.	

**	Maestría en Publicidad		
	Maestría en Comunicación Política		
Universidad Intercontinental **	Maestría en Guionismo	Programa abierto en 1996. 27 estudiantes. 1 egresado. REVOE.	Relación entre literatura y medios de comunicación. Estudios de públicos de los MMC y diseño y planeación de mensajes. Planeación de la C. y etnometodología de públicos de los MMC.
Universidad Iberoamericana Plantel León ***	Maestría en Comunicación	Ofrecido conjuntamente con el ITESO, Maestría en Comunicación con esp. en la difus. de la Ciencia y la Cultura.	
Universidad Anáhuac, E. De Ciencias de la Comunicación **	Maestría en Comunicaciones corporativas	REVOE.	Desarrollo del mercado. Estructura socioeconómica y demográfica de la población. Perfil psicográfico de los consumidores. Hábitos de exposición a los medios. Conducta del consumidor. Efectividad de los medios. Interrelación de las principales variables de medios.
	Maestría en Mercadotecnia y Publicidad	REVOE.	
	Maestría en Planeación Estratégica de Medios	Ofrecido conjuntamente con la Asoc. Mexicana de agencias de publicidad AMAP.	
Universidad Anáhuac Escuela de Diseño ***	Maestría en Semiótica	Programa abierto en 1995. 36 egresados. REVOE.	
Universidad de Occidente, campus Los Mochis **	Maestría en tecnologías y estrategias de comunicación	Programa abierto en 1997.	C. y estrategia del desarrollo. Cambio comunicativo y cultural. Tecnología y sociedad. Procesos de producción de medios.
Univ. Autónoma de Ags. CAH *	Maestría en Sociología de la Cultura	Modalidad de educación semi-abierta	
Universidad Veracruzana **	Maestría en Comunicación		Teorías de la comunicación. C. y cultura. C. y medios. C. y gestión política. C. organizacional.
Universidad Regiomontana **	Maestría en Comunicación		
Universidad del Bajío **	Maestría en Publicidad y Comportamiento del Mercado	REVOE.	
Universidad del Valle de Atemajac **	Maestría en Comunicación Social e Institucional	Programa en proceso de aprobación por la SEP. (1999)	Audiencias de los MMC. Procesos de comunicación en organizaciones e inst. Análisis de los contenidos de mensajes de MMC. Gestión, desarrollo e intervención de ambientes de comunicación..
Universidad de	Doctorado en Ciencias		Cultura.

Colima CUIS *	Sociales, Líneas de Cultura y Comunicación		Comunicación. Educación. Historia. Ciencia Política. Admón. Pública. Estados Unidos y Canadá. Estudios regionales.
Universidad Autónoma de Yucatán *	Doctorado en Ciencias de la Información	En convenio con la Universidad de la Laguna Tenerife, España, quien otorga el título. Abierto en 1998.	
Universidad Autónoma del Estado de México *	Doctorado en Ciencias Sociales	En proceso de aprobación, 1999.	

- \* Especializados en formación de investigadores y docentes (15 programas)
- \*\* Especializados en la formación de profesionales del campo (13 programas).
- \*\*\* Especializados en ambos, en la formación de investigadores y docentes y en la formación de profesionales del campo (3 programas).

---

### **3. Objetivo del trabajo, marco de supuestos y metodología del análisis.**

#### **3.1 Objetivo del trabajo.**

El conocimiento acerca de la investigación de la comunicación en México nos permite identificar sus fortalezas y debilidades, reflexionar en torno a la práctica y sus condicionantes y, buscar estrategias que lleven a una articulación del campo académico. Por su enorme complejidad, es posible abordar el tema del campo académico de la comunicación desde diferentes perspectivas, ya sea desde la estructura (determinaciones socioculturales, económicas, políticas e institucionales, los programas de estudio, los recursos, etc.), los bienes en juego (principios epistemológicos, enfoques teórico-metodológicos, paradigmas científicos y posturas ideológicas), el análisis de los agentes o instituciones que lo conforman (alumnos, profesores e investigadores, universidades y centros de investigación), la posición que ocupan, las relaciones entre ellos, sus prácticas (educativas y científicas, principalmente), sus productos (investigaciones, artículos, libros, revistas, ponencias o tesis) y sus formas de reproducción, así como las condicionantes externas (históricas, económicas, políticas o socioculturales).

Puesto que la articulación del campo académico de la comunicación está en función, principalmente, de la investigación sobre comunicación; de las relaciones entre agentes y entre instituciones y, de la reproducción tanto de bienes simbólicos como de agentes, el presente trabajo analiza esta reproducción plasmada en los trabajos terminales realizados por agentes en proceso de formación especializada dentro de la disciplina de la comunicación. Se trata entonces de un análisis descriptivo de las tesis de maestría en comunicación en México, para identificar los rasgos distintivos de esta reproducción del campo académico desde la formación de especialistas en comunicación en dos niveles:

- a) El tipo de agentes que se está formando en la práctica: si se da mayor énfasis a la formación de docentes, de profesionales especializados o de investigadores.

- b) Las tendencias de esta reproducción del campo en cuanto a los temas, actores, medios y fases de la comunicación estudiados y las metodologías empleadas en las investigaciones de las tesis de maestría en Comunicación.

### **3.2 Marco de supuestos de la investigación.**

Un análisis sociológico del campo académico y de sus productos simbólicos debería considerar tanto las características del campo como las condiciones de producción y la posición de los productores dentro del campo (Bourdieu, 1983: 15 y 16). Sin embargo, el presente análisis no pretende ser explicativo sino descriptivo. Aunque se consideran algunos de los factores estructurales de los sistemas relacionales que definen el estado del campo intelectual de la comunicación y se consideren algunas de las propiedades posicionales del objeto estudiado, este análisis se centrará en las características del objeto cultural y no tanto en su ubicación, condiciones de producción ni los símbolos en juego.

El presente trabajo parte del supuesto de que la reproducción del campo académico de la comunicación en México se da en las universidades y es posible identificar sus rasgos a partir, entre otras cosas, de los productos terminales de los estudios de maestría. Integran la muestra las universidades con un número de tesis tal que permitiera hacer un análisis representativo: el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), la Universidad Iberoamericana (UIA) y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). El análisis se limitó a las tesis producidas entre 1996 y 2000 por cuestiones metodológicas y porque son los años en que estas tres universidades formaban parte del Padrón Programas de Excelencia del CONACyT. Al cambiar el marco del Padrón, en 2000, salieron el ITESM y la UIA. Otros programas de maestría en comunicación que integran el Padrón son el de la Universidad de Guadalajara, el del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y el de la Universidad Autónoma Metropolitana -Xochimilco, pero aún no cuentan con un número representativo de tesis, pues abrieron en agosto de 1998.

Puesto que las universidades son el espacio donde se ha institucionalizado el campo académico de la comunicación, tanto las tesis como los programas de maestría reflejarán las principales dificultades epistemológicas del campo (la

---

carencia de modelos teórico-metodológicos compartidos, de un objeto de estudio claramente definido, de un trabajo de investigación sistemático y de una comunidad de investigadores que comparta conocimientos e información), pero también las tendencias en cuanto a intereses temáticos, fases de la comunicación, medios y actores estudiados, así como y las metodologías empleadas en las investigaciones. Las instituciones definen ciertas líneas de investigación dentro de las cuales es posible que se encuentre un porcentaje importante de las tesis. De tal manera que las tendencias de las tesis pueden ser un indicador de las líneas a las que la institución le ha apostado a lo largo del tiempo y a las cuales ha destinado recursos humanos y financieros. Aunque es posible encontrar también temas de tesis que estén más en función de los intereses particulares de los estudiantes, sin que necesariamente se adscriban a alguna de las líneas propuestas.

Este trabajo se inserta en el marco del proyecto elaborado por Raúl Fuentes Navarro para el desarrollo de bases de información referente a los estudios de comunicación en México: “La investigación académica de la comunicación en México, 1950-2000”, apoyado y financiado por el CONACyT (R 34247-5). El objetivo de este proyecto es “consolidar una base de datos bibliográficos más completa, actualizada y orientada a los usuarios que sea posible, sobre la producción científica mexicana en el campo académico de la comunicación y ponerla a disposición de la consulta pública mediante la tecnología informática más avanzada” (Fuentes, 2000a: 5). De tal manera que los investigadores en ejercicio y en formación puedan construir los estados de la cuestión pertinentes a sus proyectos y evaluar la producción del campo. Así, se posibilita la reflexión necesaria para orientar, desde los agentes y las instituciones académicas, las acciones estratégicas para consolidar y legitimar el propio campo. Forman parte de esta base los productos de investigación académica sobre la comunicación en México, publicados en forma de libros, capítulos, artículos de revista (científicas y de alta divulgación), ponencias en congresos internacionales y tesis de posgrado. (Fuentes, 2000a: 2,7)

### **3.3 Metodología del análisis.**

#### **3.3.1 Conformación del cuerpo de estudio.**

A partir de la información acerca de las tesis producidas en los estudios de posgrado en comunicación en México, obtenida por diferentes fuentes (Internet, los coordinadores de las maestrías de las universidades, el Centro de Documentación CONEICC y la sistematización documental de la investigación de comunicación en México, 1956-1986 y 1986-1994 -Fuentes, 1988 y 1996-) se hizo una primera base de datos con el nombre del autor, el título de la tesis y el año en que se presentó el examen de titulación. Esta base de datos sirvió para tener una idea del número de tesis existentes hasta 2000, fecha en que inició la investigación. De ahí se eligieron los programas de maestría con un mayor número de tesis realizadas entre 1996 y 2000 y se solicitó a los coordinadores de las maestrías una lista completa de las tesis existentes, para afinar la base de datos.

Gracias a la colaboración de los coordinadores de las maestrías y sus asistentes<sup>22</sup>, no sólo se logró armar una base de datos precisa de las tesis realizadas entre 1996 y 2000, sino que además proporcionaron información acerca del programa de maestría que coordinan y, lo más importante, apoyaron en la recolección de los documentos (donaron algunas tesis y proporcionaron ayuda para tener acceso a la biblioteca de la universidad). Gracias al financiamiento otorgado por el CONACyT para el proyecto de bases de información referente a los estudios de comunicación en México, fue posible fotocopiar en cada universidad las tesis que integran el cuerpo de análisis. Una vez concluido este estudio se integraron estas tesis al Centro de Documentación del CONEICC.

---

<sup>22</sup> Un especial reconocimiento y agradecimiento a la disposición y apoyo por parte del **Dr. José Carlos Lozano Rendón**, coordinador de la maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación del ITESM y de su asistente, **Lic. Ma. Eloísa Solís Terrazas**; de la **Dra. Susana González Reyna**, coordinadora de la maestría en Comunicación de la FCPyS; del **Dr. Juan Francisco Escobedo**, coordinador de la maestría en Comunicación de la UIA, y de la **Mtra. Margarita Maass Moreno**, coordinadora de esta maestría en el periodo 1998-2000.

---

Para conocer el ámbito y condiciones de la producción de estos documentos, fue necesario hacer una descripción de las instituciones donde se realizaron junto con un breve recuento histórico de los programas de maestría, los planes curriculares y las propuestas de líneas de investigación.

### **3.3.2 Primer acercamiento a los documentos.**

Antes de analizar todas las tesis, se hizo un análisis previo de las tesis que se encontraban en el Centro de Documentación CONEICC, para identificar el tema, la parte del proceso, el medio y los actores estudiados, el método de investigación y el instrumento empleado, así como el objeto de estudio, el marco disciplinario y el género o función social estudiada. Para cada uno de estos aspectos se definieron categorías analíticas mutuamente excluyentes, por lo que debieron formularse en términos amplios, lo más abarcales que fuera posible. Esta información fue una especie de base de datos piloto que permitiría identificar si dichas categorías servirían para los objetivos de esta investigación y se vio que las tres últimas categorías no eran fácilmente identificables en los documentos además de que no eran necesarias para el objetivo de esta investigación, por lo que se eliminaron. Se vio también que hacía falta agregar otros datos, como el género de los autores, el nombre del asesor, el número de páginas y el número de referencias de las tesis. También fue necesario afinar los contenidos de las categorías, puesto que eran demasiado amplios, algunos se repetían y otros no eran claros.

### **3.3.3 Definición de las categorías de análisis.**

Para conocer cada una de las tesis se hizo una lectura y síntesis del contenido para incluirla en la base de datos. A partir del contenido de las tesis, se fueron definiendo los valores de las categorías establecidas de acuerdo con los intereses de esta investigación: el tema del que trata cada tesis, el tipo de investigación e instrumentos empleados, la fase del proceso de la comunicación abordada, los actores estudiados y el medio de comunicación analizado. Estos valores o contenido de las categorías se crearon según cada tesis (lo que decían estudiar y cómo) y fueron agrupados dentro de conceptos un poco más amplios que pudieran incluir varios de ellos sin perder la referencia. Para nombrar estos valores, fue necesario construir un marco de referencia que fuera compartido por

la comunidad académica de las Ciencias de la Comunicación, a partir de las lecturas y cursos de la maestría, así como de lecturas de otros textos que pudieran afinar estos contenidos y del trabajo con el asesor de esta investigación. Pero, la principal fuente para la definición de estos contenidos fueron las tesis estudiadas, en un “ir y venir” entre la teoría y los productos analizados.

Una vez definidas las categorías y sus contenidos, se procedió a afinar la clasificación de las tesis y a contabilizar el número de las tesis según el contenido de cada categoría. Esta información sirvió para hacer el análisis comparativo de la reproducción del campo en las tres universidades y describir esta reproducción de manera general. Considerando las líneas de investigación propuestas por los estudios de maestría en cada universidad y sus tendencias formativas en la disciplina, fue posible cruzar datos (entre la propuesta, oferta y recursos por institución, y las investigaciones realizadas por los estudiantes), para identificar las tendencias por año y la influencia de diversos factores institucionales (líneas de investigación, propuesta educativa y número de asesores con que cuenta la maestría) en la definición de los temas, actores, medios y fases de la comunicación estudiados y las metodologías empleadas en las tesis.

A continuación se explican las categorías y sus contenidos:

**a) Temas que tratan las tesis.**

<b>Tema</b>	<b>A qué se refiere</b>
Comunicación educativa	Se refiere al análisis de los procesos de comunicación en las prácticas educativas. Al análisis y/o diseño de estrategias educativas para la recepción de medios de comunicación, generalmente de televisión. Al análisis y/o diseño de estrategias educativas con nuevas tecnologías de información (puede ser Internet, computadoras e incluso video) o en los medios de comunicación masiva. Al análisis de la enseñanza de la comunicación a nivel de licenciatura.
Comunicación organizacional	Análisis y/o diseño de estrategias de comunicación de una organización o institución. Puede referirse a la comunicación interna, a la imagen institucional o a campañas institucionales hacia el exterior.
Comunicación y	Investigación acerca de la comunicación en la cultura y

cultura	sobre los medios alternativos de comunicación.
Comunicación y política	Análisis del proceso de comunicación (con o sin tecnología) y su relación con el poder, el Estado, las elites, la sociedad civil y la construcción de imaginarios colectivos. Se incluyen también los trabajos de análisis y propuestas de políticas y legislación de la comunicación y la tecnología de información en México.
Estudios de recepción	Estudio sobre los hábitos de consumo cultural y la interpretación de mensajes mediáticos por parte de los públicos, así como la participación o influencia los públicos en los medios de comunicación masiva.
Lenguajes mediáticos	Análisis del lenguaje empleado en productos comunicativos.
Historia de los medios de comunicación masiva en México	Investigación sobre la historia de los medios de comunicación en México y sus relaciones con otras instituciones (como la Iglesia o el Estado). Incluye estudios sobre el papel de la mujer en los medios de comunicación, realizados desde una perspectiva histórica.
Industriales Culturales y representaciones <sup>23</sup>	Análisis de la conformación económica, organizacional y política de las industrias culturales. O bien, se refiere al análisis de la oferta cultural, las representaciones y la agenda temática propuestas por las industrias culturales.
Tecnologías de Información	Investigación sobre las tecnologías de información (computadora e Internet), sus usos y alcances, o bien, se refiere al análisis de la percepción y actitud de los usuarios de estas tecnologías.

## **b) Parte del campo que estudian las tesis.**

Existen diversos modelos y enfoques de la comunicación generados a lo largo de la historia de las Ciencias de la Comunicación, por investigadores de la *Mass Communication Research*, de la Escuela Crítica de Frankfurt, de la Escuela de Chicago, de los Estudios Culturales, los estructuralistas europeos, semióticos y lingüistas, e investigadores latinoamericanos. Dependiendo del enfoque, entonces, el proceso de la comunicación estará integrado por distintos elementos. Incluso si el proceso de comunicación se refiere a una interacción cara a cara o mediada, los elementos a considerar serán distintos.

<sup>23</sup> Las *industrias culturales*, entendidas como “empresas o grupos de empresas que producen, distribuyen y buscan que se consuman *bienes culturales*” (Sánchez Ruiz, 2000: 58). Por *bienes culturales* entendemos aquellos productos de contenido simbólico que ofrecen una determinada representación de la realidad y que contribuyen a la construcción de identidades individuales y comunitarias.

Para los fines de este trabajo, podemos definir la **comunicación** como un proceso de interacción entre dos o más actores sociales con la intención de construir un significado en común, dentro de un contexto histórico-sociocultural que estructura estas interacciones. Independientemente de la perspectiva desde la cual se analice el proceso, los siguientes elementos son claves: los actores (que pueden ser individuos o instituciones), los mensajes (contenido y forma), el código o lenguaje, el canal y el medio, además de las mediaciones que se generan en el proceso. Están en juego también las posiciones de poder de los actores y las estructuras que norman la interacción. Desde una perspectiva de la comunicación de masas, las industrias culturales y las instituciones (políticas, económicas, coercitivas y culturales), juegan un papel muy importante en la producción, circulación y consumo de productos simbólicos, dentro de un sistema social, económico y político que determina estos procesos.

Las tesis que integran el cuerpo del análisis investigan acerca de diferentes aspectos relacionados con la comunicación, y no sólo sobre el proceso en sí. De tal manera que, para identificar el aspecto en el que se centran estas investigaciones, es necesario partir de un modelo que contemple los diversos ámbitos de la comunicación, definidos en tres fases del proceso de construcción social de sentido: la producción, la circulación y el consumo de mensajes. Cada fase presenta sus propios procesos internos, actores, factores y determinaciones espacio-temporales.

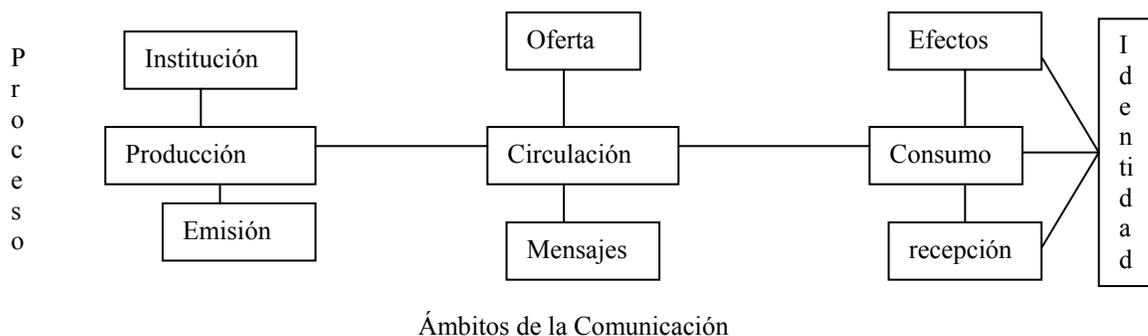
En la fase de producción podemos encontrar a las instituciones sociales (los medios masivos de comunicación, el Estado, la Iglesia, la escuela, etc.), actores que producen y emiten mensajes. En la fase de circulación se encuentran los mensajes puestos en circulación por las instituciones, como parte de una oferta cultural, consumida por un público receptor. Las investigaciones acerca de la circulación suelen analizar la oferta programática o el contenido de los mensajes. Por medio del análisis de contenido o del lenguaje se busca identificar los temas, valores y representaciones que ofrecen los mensajes.

La tercera fase del proceso se refiere al consumo de mensajes, ya sea como hábitos de consumo o como formas de interpretación de los mensajes, que

---

contribuyen a la construcción de identidades individuales y comunitarias. Dependiendo del tipo de interacción en la cual se encuentren los actores que consumen mensajes y la tecnología empleada, éstos pueden ser considerados como audiencia (si la interacción implica medios masivos de comunicación), usuarios (si se interactúa con o por medio de una computadora e Internet) o, simplemente receptores, especialmente en las interacciones cara a cara. Las investigaciones acerca de los receptores pueden analizar los efectos de una estrategia de comunicación, o bien, las prácticas de mediación del receptor (puede ser de género, edad, clase social, etc.), los hábitos de consumo y preferencias de programas, mensajes o contenidos en uno o varios medios de comunicación, así como la identidad cultural propiciada por las representaciones generadas a partir del consumo cultural. Si la investigación se refiere al receptor como usuario, se analiza la interacción del sujeto con la tecnología (computadoras, videojuegos, teleconferencias e Internet): actitud, grado de conocimiento, consumo o representaciones por parte del usuario y, las formas de percepción, usos y aprendizajes generados por esta interacción.

La comunicación, como objeto de estudio, además de las fases de la construcción social de sentido, incluye los ámbitos: político, académico y tecnológico. La relación entre el Estado, las industrias culturales y otras instituciones, así como las políticas públicas acerca de estas industrias, la producción y circulación de mensajes, constituyen el ámbito político. El ámbito académico del campo, institucionalizado en las universidades, se objetiva en la formación de profesionales y especialistas de la comunicación, o bien, en las investigaciones, modelos y teorías acerca de la comunicación generados en éste. El ámbito tecnológico se refiere a las características, limitaciones y potencialidades de la tecnología para la comunicación, así como sus implicaciones para la industria cultural y las formas de percepción mediática que propicia. Una investigación sobre el campo de la comunicación puede referirse a una o más de estas fases del proceso, a todo el proceso (especialmente cuando se trata de diagnósticos de comunicación organizacional) o a los ámbitos de la comunicación. Inclusive, puede generar algún producto de comunicación desde una perspectiva científica, con base en algún modelo de comunicación o como respuesta a una necesidad detectada a partir de un diagnóstico del proceso.



**c) Actores estudiados.**

De acuerdo con lo establecido en el inciso b), se puede encontrar diferentes tipos de actores sociales relacionados con el proceso de construcción social de sentido. El rol que desempeñan y las funciones y atribuciones que presentan los actores dependen de la fase en la que intervienen: producción, circulación o recepción de mensajes. Además, existen otros actores, como el Estado y los académicos, que intervienen de manera indirecta en el proceso: el Estado como regulador y, los académicos como estudiosos del fenómeno o formadores de profesionales de la comunicación.

A continuación se describen los tipos de actores encontrados en las tesis de maestría analizadas:

<b>Actores</b>	<b>A qué se refiere</b>
Emisor	Se estudia al generador de mensajes, ya sea su vida, sus representaciones e ideología, sus relaciones de poder e interacciones, sus condiciones laborales y de producción o sus fuentes informativas, entre otros factores.
Receptores	Estudia a los agentes que actúan como receptores de un mensaje en un proceso de comunicación, ya sea grupal, institucional o masivo. Cuando se trata de medios de comunicación se habla de audiencias y se delimitan según la edad, el sexo o la región geográfica. Cuando se trata de un proceso de comunicación con tecnologías de información (específicamente la computadora e Internet), se les denomina usuarios y lo que interesa es la interacción entre éstos y la mediación tecnológica.

Emisores y receptores	Estas investigaciones no se centran en un polo del proceso, sino que estudian tanto a quien produce los mensajes, como a quien los recibe, así como su forma de interacción dentro de un proceso de comunicación que puede o no ser mediado por tecnología.
Industrias culturales	Estudia acerca del conjunto de instituciones que producen, distribuyen y buscan que se consuman bienes culturales. Investiga también la oferta cultural en algún medio de comunicación, los temas, representaciones y mediaciones que este medio propone. No estudia a algún público en concreto, sino que se basa en el análisis de contenido de algunos productos comunicativos para describir las características de las industrias culturales, sus condiciones de producción y circulación de mensajes.
Estado	Estudia la relación entre las industrias culturales y las políticas nacionales o las relaciones de poder. O bien, se analiza el grupo de poder político y su relación con la regulación de la tecnología o con las industrias culturales.
Organización	Estudia las estrategias de comunicación de una organización, ya sea hacia el interior, de imagen institucional o ambas.
Académicos	Estudia a los sujetos que intervienen en el proceso de formación profesional de la comunicación o a los investigadores y teóricos de la comunicación.
Ninguna	La investigación no se refiere a algún actor en particular.

#### **d) Medio de comunicación estudiado.**

Puesto que las Ciencias de la Comunicación se han especializado en el estudio de los medios de comunicación, sería injusto agrupar algunos de ellos dentro de un mismo apartado, cuando implican procesos, actores, representaciones, mensajes y códigos muy diferentes entre sí, como por ejemplo la televisión, el cine o el video; o los medios impresos en general que plantean dinámicas diferentes que las dinámicas comunicativas que propicia la prensa, o la computadora que es muy distinta al uso de Internet. Es por ello que los medios estudiados por las tesis se clasificaron de la siguiente manera:

<b>Medio</b>	<b>A qué se refiere</b>
Televisión	Se pueden encontrar tesis donde se considera la televisión: como industria, como generadora de imaginarios, agendas y representaciones, como propiciadora de hábitos de consumo, como espacio de oferta y consumo cultural, como espacio de lucha política e ideológica y, como forma de comunicación.
Video	Analiza al video como industria, lenguaje o generador de representaciones. O, bien, el trabajo de titulación es un video, generalmente un documental.
Cine	Analiza al cine como industria o como medio de comunicación generador de representaciones.
Computadora	El trabajo analiza procesos, productos comunicativos o representaciones y usos de la computadora o CD ROMs interactivos.
Internet	El trabajo analiza procesos o productos comunicativos en Internet, como industria cultural o como medio que propicia nuevas formas de comunicación y percepción.
Impresos	Investigaciones acerca de medios impresos (libros, revistas y carteles), como industria o como generador de representaciones y significados.
Prensa	Se pueden encontrar tesis donde se considera la prensa: como industria, como generadora de imaginarios y agendas, como espacio de lucha política e ideológica y como forma de comunicación.
Radio	Investigaciones acerca de la radio como espacio de comunicación e interacción.
Varios	Estudia procesos de comunicación organizacional o institucional donde se emplean diferentes medios de comunicación dentro de una estrategia comunicativa.
En general	Investigación acerca de los medios de comunicación en general y se refiere principalmente a la televisión, cine, radio, prensa (incluyendo libros y revistas) e Internet.
Ninguno	La investigación no es acerca de algún medio de comunicación en particular.
Otros	Se refiere a otros espacios de comunicación estudiados, como la calle, el museo, los satélites o una combinación de TV e Internet, o las teleconferencias.

### **e) Métodos de investigación empleados.**

Podemos definir metodología como “el proceso de transformación de la realidad en datos aprehensibles, que buscan volver inteligible un objeto de estudio” (Reguillo, 1998:22). Es el conjunto de procedimientos teórico-prácticos que guían el trabajo de investigación y que pueden utilizar diferentes herramientas o

---

técnicas de recolección de datos. Es el enfoque desde el cual se mira la realidad, independientemente de si se utilizan técnicas de carácter cualitativo o cuantitativo. La metodología empírica es aquella que recoge datos de la realidad de manera directa por medio de algún instrumento como encuestas o entrevistas, por ejemplo, mientras que la metodología documental describe una realidad a partir de lo que otros han dicho. Algunas de las tesis analizadas, no sólo investigan esa realidad sino que además proponen una estrategia de intervención desde la comunicación. Como esto requiere un trabajo creativo distinto, se señalan en otro apartado. Y, por último, incluimos otro apartado “propuesta teórico-metodológica”, donde el autor, con base en una investigación documental-bibliográfica, crea su propio marco teórico metodológico desde el cual investiga un objeto dado. Este trabajo requiere también un proceso creativo distinto a los otros tipos de métodos señalados.

De tal manera que las tesis analizadas se clasificaron de la siguiente forma, según la metodología empleada:

- ❖ **Empírica** incluye encuestas, entrevistas, entrevistas a profundidad, observación, observación participante, análisis de contenido (que puede incluir medios impresos, es decir documental), análisis de medios y análisis de estrategias de comunicación. En algunos casos se presenta una estrategia o producto de comunicación, como resultado de la investigación.
- ❖ **Documental** se refiere a investigaciones bibliohemerográficas, bibliográficas y documentales, no empíricas, cuyas fuentes de información son libros, publicaciones periódicas y otros documentos impresos y electrónicos.
- ❖ **Propuesta de intervención** se refiere principalmente al diseño de estrategias o productos de comunicación, en el ámbito organizacional, institucional, masivo o educativo. Para ello, el autor puede haber realizado (aunque no en todos los casos), además, un diagnóstico previo, la realización y evaluación de la propuesta.
- ❖ **Investigación teórico-metodológica** es aquella en la que el autor, con base en una investigación documental, construye un marco teórico-metodológico a partir del cual realiza una investigación empírica o propone un producto o estrategia de comunicación.

Para describir mejor las tesis, se hizo la siguiente subclasificación de las investigaciones empíricas según el instrumento empleado, por ser las que más abundan:

<b>Instrumentos</b>	<b>Descripción</b>
Análisis de contenido	Analiza el contenido temático o programático de algún medio de comunicación, desde diferentes perspectivas (semántica, argumentativa, hermenéutica, sociológica, de género y de flujos de información, entre otras), utilizando diferentes técnicas (comparativa, cualitativa o cuantitativa).
Análisis de estrategias	Analiza el diseño y realización de estrategias, o bien, las relaciones entre actores y sus representaciones y mediaciones dentro de un proceso de comunicación ya sea organizacional, institucional, educativo o político. Puede incluir entrevistas, encuestas y observación para completar la información.
Análisis del medio o del lenguaje	Analiza la forma del mensaje generada por la tecnología empleada para su transmisión, o bien, el mensaje a partir del código empleado para generar cierto significado a través de un medio de comunicación.
Encuestas	Investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población. Se realiza por medio de cuestionarios que pueden ser aplicados por teléfono, por medio de Internet o en persona.
Entrevistas	Diálogo del investigador con personas clave que pueden informar acerca del tema. Este diálogo puede ser dirigido por medio de una guía o preguntas previamente establecidas (entrevistas estructuradas o semiestructuradas), o puede ser abierto (entrevistas a profundidad), por medio de ejes temáticos.
Combinados	Se emplean dos o más de los siguientes instrumentos para completar la información recabada: encuestas, entrevistas, observación y/o grupos focales.
Otros	Se refiere a otros tipos de análisis (institucional o socio económico, por ejemplo), observación o grupos de discusión, sin combinar con otros instrumentos.

---

## **4. Descripción de los resultados.**

### **4.1 Los programas de maestría en comunicación en el ITESM, UIA y UNAM.**

#### **4.1.1 El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.**

En la década de los ochenta se abrieron en Monterrey tres maestrías con tendencia a la calificación profesional de sus alumnos. En 1984, se iniciaron simultáneamente dos programas de maestría: la Maestría en Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Regiomontana, como respuesta a la demanda de especialización y titulación de la licenciatura, y la Maestría en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León, orientada a la formación de planificadores, profesores e investigadores. En ninguna de las dos maestrías había proyectos de investigación por falta de recursos. En 1989 contaban entre las dos con 13 alumnos titulados, la mayoría con trabajos exploratorios o descriptivos (Fuentes, 1991a: 174). En 1987, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) abrió la Maestría en Periodismo Especializado diseñada “para perfeccionar las habilidades de comunicación de periodistas y otros profesionistas responsables de los sistemas de información en organizaciones públicas y privadas”, pero no prosperó. (Fuentes, 1991a: 174)

A raíz de una reestructuración institucional, en 1994, el ITESM campus Monterrey abrió varias maestrías en Ciencias, con diferentes especialidades: en Computación (presencial y virtual), en Tecnología Informática, en Comunicación y en Información y Administración del Conocimiento. La maestría con especialidad en Comunicación ha tenido múltiples variaciones en su plan de estudios, pero siempre se han contemplado las siguientes líneas de especialización: Comunicación de Masas, Comunicación Internacional y Nuevas Tecnologías.

En el periodo analizado, la maestría contaba con diez profesores de planta, siete de ellos con grado de doctor o en proceso de obtenerlo. Los profesores realizan proyectos de investigación y especialización dentro de cuatro líneas de innovación y desarrollo tecnológico sobre las cuales se ha estructurado el plan curricular de la maestría entre 1994 y 1999:

1. Comunicación Internacional, cuyo objetivo es el análisis de las transformaciones tecnológicas y económico-políticas de las industrias culturales en el mundo, en especial en Norte América (Canadá, Estados Unidos y México) y en América Latina en el contexto de la globalización y la apertura económica.
2. Nuevas Tecnologías, cuyo objetivo es identificar y analizar el impacto de la convergencia digital de tecnologías en las estructuras sociales económicas y políticas de los países, las regulaciones legales en que se desarrollan y las características de sus procesos de producción, distribución y manejo para diseñar nuevas propuestas y pautas de acción.
3. Comunicación de Masas, cuyo objetivo es determinar el impacto de los nuevos sistemas de comunicación y, en especial, de los extranjeros, en la cultura y la identidad nacional de los mexicanos. Explorar los procesos de uso, apropiación y consumo de mensajes transnacionales por parte de las audiencias. Analizar el contenido de textos y discursos políticos sobre relaciones de México con otros países, la reglamentación de nuevas tecnologías, los procesos electorales comparados (entre México y otros países), etc.
4. Producción de Cine y Video Documental, cuyo objetivo es diseñar, producir y evaluar mensajes comunicacionales que respondan a las necesidades detectadas a nivel conceptual en las líneas de investigación establecidas. (Scheel, 1999: 4-10)

El plan curricular ha tenido modificaciones menores cada año a partir de su apertura, con excepción de 1996. El programa propuesto en 1994 constaba de 14 materias, repartidas en tres bloques. En 1995 se reagruparon las materias y se crearon dos bloques más. En total se contaba con cinco bloques:

- 1) Materias previas (cursos de introducción a los estudios de comunicación y a los medios audiovisuales, a manera de propedéutico para personas de procedencia de otras disciplinas que no sean comunicación).
- 2) Materia de desarrollo de cualidades (donde se imparte la materia de Liderazgo para el Desarrollo Sostenible).
- 3) Materias obligatorias de especialidad: Comunicación de masas, Comunicación internacional, Metodología de la investigación, Medios electrónicos, Nuevas tecnologías, Multimedios y Redacción para medios (materia que pasó a ser optativa a partir de 1997).
- 4) Materias optativas de especialidad: Tópicos avanzados I, II y, a partir de 1998, III. Los alumnos pueden escoger estos cursos de una oferta de 13 a 15 materias, según la especialidad.
- 5) Materias de Investigación y proyectos (para el desarrollo de la tesis en tres cursos).

---

Se define el egresado como: “Maestro en Comunicación con amplios conocimientos metodológicos y teóricos en las áreas más novedosas de la comunicación: nuevas tecnologías y comunicación internacional” (ITESM, 2000).

#### **4.1.2 La Universidad Iberoamericana.**

En 1960 la Universidad Iberoamericana abrió la primera licenciatura en comunicación que hubo en México. Dieciséis años después, en 1976, inició el programa de Maestría en Comunicación como respuesta a la demanda profesional, académica y de investigación registrada en México y Latinoamérica en el ámbito de la Comunicación. Desde los primeros años de su funcionamiento consiguió reconocimiento nacional e internacional. En 1982 se reformuló el programa y se le llamó Maestría en Comunicación y Desarrollo. A partir de 1988 se replanteó nuevamente y se tituló Maestría en Comunicación. En 1991 se integró al Padrón de Excelencia de CONACyT y en 1995 recibió el reconocimiento oficial de la SEP. La maestría se ha apoyado en la contribución de profesores mexicanos y extranjeros (por medio de cursos de verano en los que participan profesores de renombre internacional y por medio de investigaciones realizadas por los profesores de la institución con apoyos del CONACyT y otras instituciones nacionales e internacionales).

(<http://www.uia.mx/ibero/prog/posgrados/mcomunicacion/default.html>)

Según los idearios de la universidad, el posgrado en la UIA está orientado a:

- a) Formar investigadores que integren el avance de la ciencia con la urgencia de buscar modelos aplicables a la satisfacción de las necesidades sociales.
- b) Fomentar el trabajo interdisciplinario en la resolución de problemas complejos, lo que supone la competencia en la especialización propia y la comprensión de los problemas desde las perspectivas, puntos de vista y metodologías de otras disciplinas.
- c) Preparar al profesor para que no sólo sea competente en su área de estudio e investigación, sino verdadero facilitador del aprendizaje universitario en el contexto de la excelencia académica y de la interdisciplinariedad.
- d) Formar al especialista conocedor de la problemática nacional e internacional, entrenado para desempeñar labores profesionales específicas y, capaz de trabajar en equipo con otros expertos.

- e) Proporcionar oportunidades de actualización continua a nivel de posgrado. (UIA, 1993)

El programa de la maestría vigente hasta 1999, definía los siguientes objetivos:

- a) Formar profesores investigadores:
  - Especializados en el estudio de los fenómenos comunicativos de cualquier tipo y nivel, a partir de perspectivas epistemológicas, teóricas y metodológicas diversas.
  - Conscientes de la realidad nacional y comprometidos con el logro de la justicia social.
  - Capaces de analizar e interpretar la comunicación desde una perspectiva interdisciplinaria, para promover cambios que contribuyan a un desarrollo integral y más equitativo del país.
- b) Contribuir a que los estudiantes mejoren y complementen su preparación académica mediante la ampliación, profundización y perfeccionamiento de sus conocimientos y habilidades. Ofrecer oportunidades de aprendizaje que fomenten sus facultades intelectuales, así como su conciencia y compromiso social. Fomentar la creatividad y el estudio interdisciplinario de la comunicación. Brindar la oportunidad al estudiante de vincular el estudio con el trabajo profesional y prepararlo para el desarrollo profesional en el área de las telecomunicaciones.
- c) Promover la investigación, difusión y prestación de servicios en el campo de la comunicación, que colaboren en la solución de problemas del país.
- d) Vincular las actividades de docencia y superación académica con las de investigación, difusión y servicio, enfatizando en el curriculum el estudio, análisis y elaboración de mensajes, tanto en las actividades educativas como en las productivas. (UIA, 1993)

Se describe como perfil del egresado, profesores investigadores especializados en comunicación, especialistas en las prácticas comunicativas y educativas, planificadores y profesionales de la comunicación capaces de realizar, de manera responsable y comprometida con el logro de la justicia social, las siguientes actividades:

- a) Planear y administrar los programas de comunicación que requieran los proyectos de desarrollo.
- b) Analizar críticamente mensajes, así como el proceso comunicativo y el contexto sociocultural donde se insertan.
- c) Elaborar y coordinar la producción de mensajes.
- d) Coordinar y realizar con rigor y método actividades de investigación, generación y apropiación de conocimientos sobre comunicación.

- 
- e) Difundir la cultura y la ciencia mediante el uso de los lenguajes y medios de comunicación.
  - f) Impartir docencia especializada y coordinar programas educativos sobre la comunicación.
  - g) Promover en los demás los valores de la Universidad Iberoamericana. (UIA, 1993)

Este programa de maestría consta de cuatro troncos temáticos: (UIA, 1993)

- 1) Reflexión teórica: profundiza en el estudio de las teorías de la comunicación y la relación de éstas con la cultura y con diversas disciplinas, valorando las distintas perspectivas teóricas y modelos que representan procesos y sistemas de comunicación.
- 2) Métodos de investigación: analiza los diferentes métodos y técnicas de investigación de la comunicación en sus diversos componentes (actores, medios, mensajes,...) y estudia las corrientes metodológicas con base en las principales perspectivas de análisis.
- 3) Análisis y planeación de la comunicación: profundiza en el análisis de los instrumentos, medios y canales de la comunicación así como de las expresiones y lenguajes que las codifican, a fin de comprender el papel de la comunicación específico para la solución de problemas previamente diagnosticados.
- 4) Elaboración de mensajes: para aplicar lo anteriormente estudiado, en este tronco se analizan los distintos lenguajes y técnicas de elaboración de mensajes, enfocándose especialmente al tratamiento periodístico de la información y al guionismo en talleres de elaboración y producción de mensajes.

Aunque el programa ha sufrido algunas modificaciones, lo que se ha mantenido vigente han sido los objetivos generales y las actividades relacionadas con la formación especializada. Se contemplan prácticas de campo, para completar la formación del estudiante por medio de la observación y aplicación de los conocimientos adquiridos en los seminarios para la solución de problemas y el diseño, planeación y evaluación de estrategias de intervención. A cada alumno se le asigna un asesor académico que lo oriente sobre los procedimientos académicos y la organización institucional y para la elaboración de su programa personal de maestría y la elección de su especialidad. El asesor se encarga de guiar al estudiante en la realización de su anteproyecto de tesis, así como en la

elección del asesor de investigación más adecuado para dicho trabajo. Las actividades de investigación están presentes en todos los cursos con el objetivo de construir conocimiento en torno al objeto de estudio.

(<http://www.uia.mx/posgrados/comunicación/programa.html>)

Actualmente, el programa está integrado por 92 créditos (hasta 1994 eran 100, 80 de los cuales estaban repartidos en los seminarios y talleres y, los otros 20 correspondían al trabajo recepcional). Consta de tres áreas (además del área propedéutica<sup>24</sup>): el Área Básica, el Área Menor y el Área Terminal. (UIA, 1993)

El Área Básica (36 créditos), integrada por nueve seminarios, proporciona al estudiante los conocimientos y habilidades necesarios para cursar el área mayor. De los nueve seminarios, ocho son obligatorios: Teoría de la comunicación I y II, Investigación de la comunicación I y II, Análisis y planeación de la comunicación I y II y Elaboración de mensajes I y II.

El Área Mayor (32 créditos), integrada por ocho cursos optativos, es la columna vertebral del currículum y proporciona al estudiante los conocimientos y habilidades especializados, según sus intereses, en los troncos temáticos del programa. Algunos de los cursos que se ofrecen como parte del Área Mayor son: Análisis y planeación de la comunicación I y II, Lenguajes y comunicación, Semiótica, Investigación especial, Comunicación y política, Comunicación y cultura I y II, Comunicación y educación I y II.

El Área Terminal (24 créditos) integra la formación del estudiante, antes de la obtención del grado, mediante tres seminarios obligatorios que se cursan durante el último semestre: Seminarios de investigación I y II y Opción terminal. Los seminarios de investigación tienen como fin continuar con el trabajo de tesis elaborado en los cursos de Investigación I y II.<sup>25</sup>

(<http://www.uia.mx/posgrados/comunicación/programa.html>)

---

<sup>24</sup> El área propedéutica proporciona al estudiante los conocimientos mínimos necesarios para abordar el análisis e interpretación de la comunicación. Consta de cinco seminarios derivados de los troncos que conforman la estructura curricular y no tienen valor curricular. Están diseñados para que puedan cursarse de manera abierta y aprobarse mediante un examen en un plazo de un año a partir de la primera inscripción.

<sup>25</sup> En el plan curricular anterior sólo se ofrecían dos seminarios, uno de investigación departamental y otro de tesis. En el primero, el estudiante trabajaba en un proyecto de investigación departamental o institucional, que le serviría de base para elaborar su tesis, cuyo planteamiento debería ser elaborado durante el seminario de tesis.

---

Se define la Maestría en Comunicación como “un espacio institucional educativo, de docencia, actualización profesional, investigación y difusión acerca de los temas, problemas y procesos fundamentales de la Comunicación.” Hasta 1999, las líneas de investigación propuestas eran:

- Comunicación y Cultura.
- Comunicación y Educación.
- Comunicación y Política.
- Comunicación y Nuevas Tecnologías.
- Comunicación y Derecho a la Información.
- Comunicación en las Organizaciones.

De acuerdo con información de la coordinación de la maestría, el 20% de los estudiantes es de nacionalidad extranjera, principalmente de América Latina y, otro 22% es de fuera de la Ciudad de México. El 50% de los estudiantes cuenta con algún tipo de beca. La combinación de estudiantes becarios de fuera de México ha favorecido el índice de titulación a la alta, por la necesidad de regresar a su ciudad y por los compromisos adquiridos. Cerca del 20% de los estudiantes provienen de otra carrera que no es Ciencias de la Comunicación (Relaciones Internacionales y Sociología, principalmente).

#### **4.1.3 La Universidad Nacional Autónoma de México.**

Actualmente la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM ofrece las maestrías en Estudios Políticos y Sociales, en Gobierno y Asuntos Públicos, en Comunicación y en Estudios en Relaciones Internacionales, además del Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientaciones en Ciencia Política, Administración Pública, Sociología, Relaciones Internacionales y Ciencias de la Comunicación. Dicha facultad ha abierto estos programas de posgrado dentro de una “organización académica que permita conjuntar los esfuerzos disciplinarios e institucionales para el mejor aprovechamiento de los recursos académicos y materiales y para potenciar las innovaciones necesarias tanto en el ámbito científico como operativo”. Esto, bajo el supuesto de que la división del conocimiento y la producción aislada por disciplinas obstaculiza el desarrollo y la calidad de la investigación en ciencias sociales.

Entre sus objetivos, se busca “fortalecer los estudios de posgrado, por medio del trabajo colectivo e interdisciplinar, como espacio estratégico de vinculación directa entre la investigación y los procesos de formación académica y profesional avanzada, para formar las futuras generaciones de científicos sociales”. Por medio del desarrollo de un “saber especializado y las interacciones y convergencias interdisciplinarias”, se pretende “alentar la pluralidad conceptual y metodológica con planes de estudios” cuyo objetivo es la formación de “profesores, investigadores y profesionales de alto nivel capaces de atender los nuevos retos de una sociedad crecientemente compleja y de generar soluciones a los mismos”. (<http://dgep.posgrado.unam.mx/progposg/pcps.htm>)

El objetivo general de las maestrías de la FCPyS es formar a los alumnos con una preparación académica integral, rigurosa y sólida en las ciencias sociales, que les permitirá:

- Consolidar la formación teórica y metodológica de la investigación con miras a continuar estudios de doctorado.
- Desarrollar estudios y proyectos de investigación tanto de corte académico como profesional.
- Ejercer la docencia de alto nivel con un dominio de los conocimientos y las habilidades propias del área.

(<http://www.posgrado.unam.mx/ppcpys/planest/COM.htm>)

El plan curricular de las maestrías de la FCPyS está integrado por 12 cursos, divididos en: tres cursos básicos de enseñanza teórica del área teórico-metodológica, cuatro cursos de temas selectos de los campos de conocimiento, tres seminarios de investigación de enseñanza teórico-práctica vinculados al campo de elección del alumno y dos laboratorios de enseñanza práctica con carácter técnico-instrumental (siete de estos cursos son de perfil teórico, tres son teórico-prácticos y dos son prácticos).

De acuerdo con los objetivos establecidos para los posgrados de la FCPyS, la Maestría en Comunicación propone:

1. Diversificar los enfoques teóricos y metodológicos para garantizar el pluralismo en la formación de los alumnos.
2. Desarrollar nuevas líneas de investigación que conjuguen los avances tecnológicos e instrumentales con las dimensiones sociales del fenómeno comunicativo.
3. Diversificar el uso de instrumentos analíticos que capaciten al alumno para un desempeño del más alto nivel, tanto en el ámbito académico como en el profesional.

- 
4. Actualizar y profundizar la formación académica de los alumnos de cara al desarrollo del conocimiento y de las transformaciones de la sociedad contemporánea.

Se define al egresado de la Maestría en Comunicación, como una persona especializada en estudios de comunicación capaz de:

- definir y analizar problemas de comunicación, proponer esquemas interpretativos y explicativos diversos en torno a los principales fenómenos comunicacionales y participar en grupos inter y multidisciplinarios en el desarrollo de proyectos de investigación y de políticas y estrategias de comunicación como un especialista en el tema.
- transmitir en la enseñanza universitaria los fundamentos teóricos y metodológicos del área y, estará capacitado para continuar con estudios de doctorado.
- desempeñarse en cargos de dirección y coordinación en organizaciones vinculadas con la comunicación así como en otros sectores, en tareas de investigación y planeación estratégica. (UNAM, 2002)

A finales de 1987, se inició un proceso de reformulación del plan curricular, para fortalecer las condiciones generales del posgrado, atender las demandas de la sociedad e impulsar la vinculación entre la investigación y la docencia. Sin embargo este cambio no se logró sino hasta 1990. Las líneas de investigación propuestas en el plan curricular hasta antes de la reformulación eran: Comunicación política, Comunicación educativa y Divulgación científica y cultural. El énfasis de la maestría se centraba en la formación de profesores investigadores, aunque se contemplaba también, en menor medida, la formación de profesionales especializados.

Gracias a que la Maestría en Comunicación se imparte conjuntamente con el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM y dentro del programa de posgrados de la FCPyS, se cuenta con más de 20 profesores-investigadores, muchos de ellos doctores con reconocimiento nacional. El programa curricular actual presenta tres áreas de conocimiento, con diferentes líneas de investigación:

Áreas de conocimiento	Descripción	Líneas de investigación	Cursos (cuatro a escoger)
Comunicación e Innovaciones Tecnológicas	Se refiere a las consecuencias teóricas y prácticas de los adelantos tecnológicos en materia de información y comunicación. Se ocupa del análisis de las posibilidades de utilización de estos desarrollos en diversos ámbitos de la vida social así como del estudio de las transformaciones sociales derivadas de dichos desarrollos. Es de particular relevancia la investigación de las nuevas formas de interacción social y sus delimitaciones temporales y espaciales. La simultaneidad de los eventos, como resultado de los avances tecnológicos en materia de comunicación, o bien fenómenos tales como la desterritorialización de los procesos sociales y la creación de nuevos lenguajes constituyen elementos de estudio centrales de este campo.	Innovaciones tecnológicas y sociedad. Innovaciones tecnológicas y educación. Innovaciones tecnológicas y opinión pública. Cultura digital.	Desarrollo científico tecnológico y su impacto social. Estructura económica y legal de las innovaciones científicas y tecnológicas. Enfoques sobre las tecnologías de información y comunicación. Tecnologías de información, comunicación, culturales y educativas. Nuevos medios de comunicación, culturas y procesos globales. La comunicación virtual y sus códigos.
Comunicación Política y Opinión Pública	Este campo relaciona el análisis de la comunicación asociada con los procesos de distribución del poder, las formas de su expresión, particularmente la opinión pública y las transformaciones en la propaganda política. Estudia el papel de la comunicación en la construcción de identidades políticas y la democracia, como requisito de nuevas formas de participación ciudadana, así como los efectos de la comunicación sobre coyunturas políticas determinadas. A su vez, este campo investiga también la relación entre formas de propiedad, lógicas de dirección y control y contenidos de la comunicación.	Comunicación, opinión pública y cultura política. Economía política de la industria de la comunicación. Comunicación política y propaganda. Comunicación y democracia.	Comunicación política. Opinión pública. Comunicación, espacios públicos y propaganda. Comunicación, cultura y política. Política simbólica y mercadotecnia política. Economía política de la comunicación.
Comunicación y Cultura	Analiza la interacción comunicativa en contextos culturales específicos, sus efectos sobre los individuos y los grupos sociales. Son temas de estudio las formas de comportamiento social frente a los procesos de producción y recepción de mensajes así como los nuevos ámbitos de incidencia del fenómeno comunicativo y la construcción del discurso social. Asimismo, la renovada centralidad de los medios masivos los convierte en actores privilegiados en la difusión del	Comunicación y procesos educativos. Estudios de audiencia, Recepción e interpretación. Estudios de género y comunicación. Comunicación, arte y sociedad. Comunicación y divulgación de la ciencia y la técnica. Estudios sobre	Semiótica de la comunicación y la cultura. Pensamiento, lenguaje y sociedad. Comunicación aplicada a la divulgación de la ciencia. Recepción de medios y productos culturales. Técnicas de la publicidad. Ética de la comunicación social. Perspectiva de género en los estudios sobre comunicación. Función educativa y de

	conocimiento, por lo que resulta fundamental analizar su papel como agentes educativos y de socialización.	publicidad. Estudios sobre periodismo.	socialización de los medios de comunicación. Periodismo en el S.XXI
--	--	---	--

(<http://sociolan.politicas.unam.mx/estudios1.htm>)

El área de ciencias sociales en esta universidad es la que exhibe un mayor tiempo entre el ingreso y la titulación. Según un análisis realizado por J. Bokser, et. al. (2001: 159), entre 1984 y 1991, el tiempo promedio entre el ingreso y la titulación fue de 5.93 años para la media de la UNAM y 6.93 años para las ciencias sociales. En promedio, un alumno de posgrado tarda entre 7.72 y 8.65 años entre el ingreso y la titulación, mientras que para las ciencias sociales el promedio está entre 7.82 y 10.82 años. El 96% de los estudiantes de posgrado en las Facultades de Ciencias Políticas y Sociales y de Filosofía y Letras es de nacionalidad mexicana. El 88% proviene del Distrito Federal y sólo el 33% cuenta con una beca para realizar sus estudios. Los alumnos de los posgrados en dichas facultades provienen de 32 carreras distintas, lo cual refleja la gran heterogeneidad existente entre la población estudiantil. Las edades son entre 23 y 44 años en maestría, con una mayor frecuencia alrededor de los 38 años de edad. Son muy pocos los estudiantes que están de tiempo completo. (Fortes, 2001: 15-16)

#### 4.2 Las tesis de maestría en el ITESM, UIA y UNAM: El universo analizado.

El presente estudio analiza 126 tesis realizadas entre 1996 y 2000 en las maestrías en Comunicación que ofrecen el ITESM, la UIA y la UNAM. En el siguiente cuadro se muestra la distribución de las tesis por año y por institución:

<b>Universidad</b>	<b>1996</b>	<b>1997</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>Total</b>
ITESM	5	8	9	11	11	44
U. IBEROAMERICANA	4	6	13	9	10	42
UNAM	7	6	13	6	8	40
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>20</b>	<b>35</b>	<b>26</b>	<b>29</b>	<b>126</b>

La universidad con un mayor número de titulados es el ITESM, con una tendencia a la alza. El promedio de tesis por universidad por año es ocho. El ITESM y la UIA superan este promedio a partir de 1998, año en que el número de titulados fue más alto (27% del total). **(Anexo 1: Las tesis del ITESM, UIA y UNAM)**

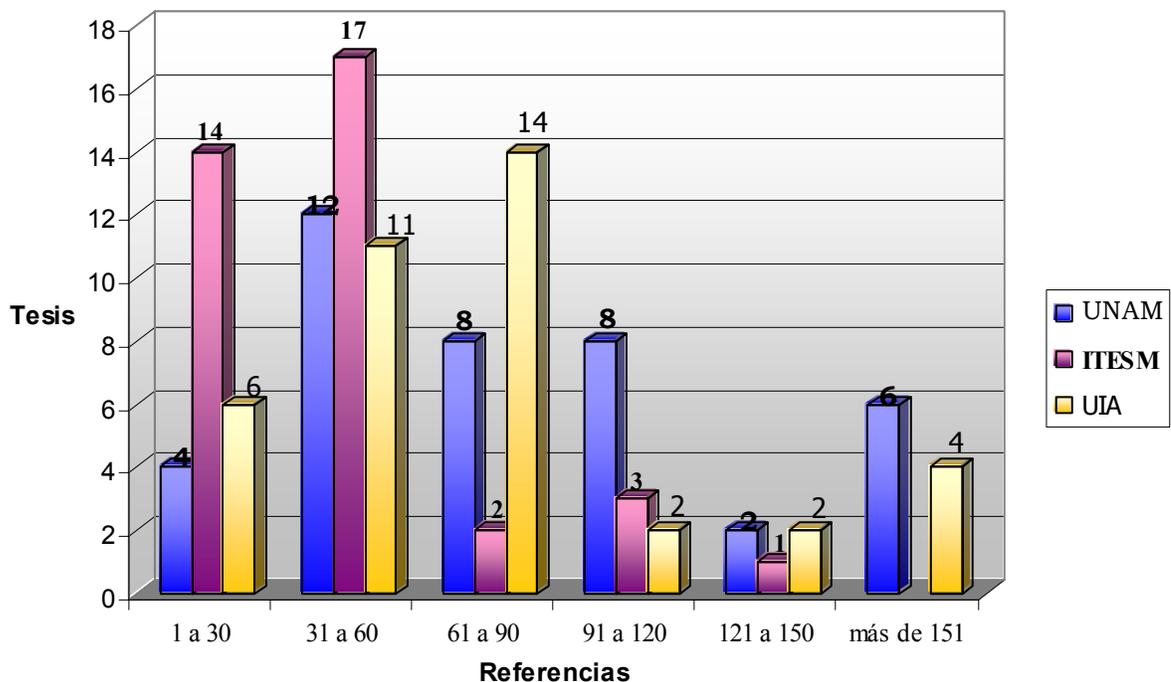
El 60% de los autores de las tesis analizadas son mujeres (74). La mayoría de las tesis son trabajos individuales, y sólo tres fueron elaboradas en equipo por dos personas, todas en la UIA. Una diferencia sustancial en las características de las tesis por institución es el número de páginas. Mientras que en la UNAM el promedio de páginas por tesis es de 214, y en la UIA es de 184, en el ITESM el promedio es de 105 (casi la mitad que en la UNAM). Así mismo, el número de citas promedio de las tesis por institución varía significativamente. Una vez más destacan las tesis de la UNAM por la cantidad de referencias a diversas fuentes de información (bibliográfica, hemerográfica, documental y electrónica). En estas tesis el promedio de referencias es de 92; en las tesis del ITESM, es de 44 y, en las de la UIA, es de 77 referencias por tesis.

Tanto en la UNAM como en la UIA, tradicionalmente, las tesis han sido consideradas como un producto muy importante del proceso formativo en estudios de licenciatura y de posgrado. Elaborar una tesis supone un trabajo de revisión bibliográfica sobre el tema estudiado que permita plantear el estado de la

cuestión y generar un marco teórico y metodológico con referencia a otros estudios sobre el tema, con el objetivo de contextualizar la investigación dentro de cierto ámbito histórico y epistemológico. A diferencia de estas universidades, en el ITESM, la tesis no es un requisito para titularse de los estudios de licenciatura ni de maestría.

Muchos de los alumnos de las maestrías provienen de la misma institución donde estudiaron la licenciatura, es por ello que, además de la cultura institucional prevaleciente respecto del trabajo recepcional, los mismos alumnos han aprendido o no, según su experiencia previa, a hacer una tesis. Estos factores podrían explicar porqué 14 de las 44 tesis del ITESM presentan menos de 30 referencias, mientras que en las tesis de la UNAM sólo cuatro y en la UIA seis tesis tienen menos de 30 referencias. Dieciséis tesis de la UNAM tienen más de 90 referencias; en las de la UIA son ocho y en las del ITESM sólo cuatro.

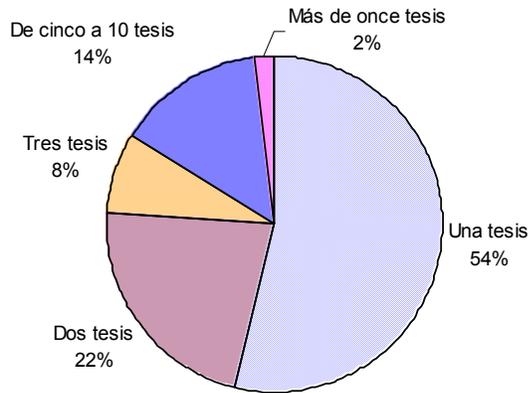
**Número de referencias**  
**Tabla 1**



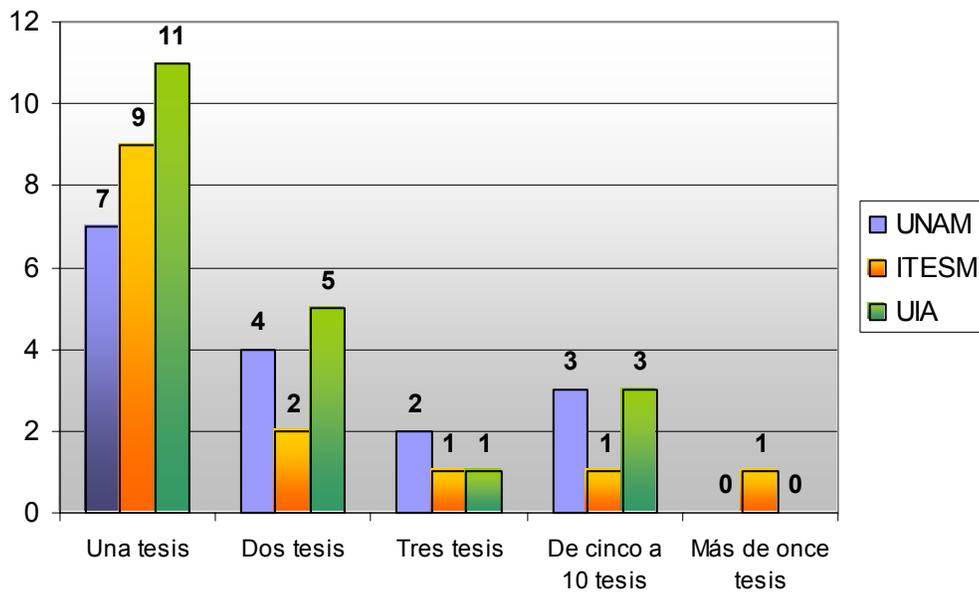
### 4.3 Los asesores de las tesis.

En total, 50 personas asesoraron estas 126 tesis. La maestría de la UIA es la que presenta un mayor número de asesores (20 en total) y la del ITESM, la que menos (14 asesores en total, de los cuales, entre dos asesoraron 28 tesis). El promedio de tesis por asesor en la maestría de la UNAM es de 2.18, en la UIA es de 2.10 y, en el ITESM es de 3.14. **(Anexo 2: Asesores)**

Número de tesis por asesor en las tres universidades



Número de tesis por asesor



---

Los asesores son un factor importante que interviene en la reproducción del campo académico, en cuanto a que orientan, contribuyen y dan seguimiento al proceso de formación de los nuevos agentes. Los asesores son profesores de planta o de asignatura (que pueden no estar adscritos al departamento), por lo menos con grado de maestría. De acuerdo con el perfil del egresado y los objetivos de las maestrías de estas tres universidades, se requiere profesores investigadores que impulsen la investigación y formen nuevos investigadores. Pero no todos realizan investigación, algunos se dedican únicamente a la docencia, otros trabajan fuera del ámbito académico y otros son funcionarios de la universidad.

El trabajo como investigador supone la difusión de los avances, hallazgos y reflexiones, ya sea en revistas especializadas de comunicación, anuarios de investigación o en publicaciones de congresos, nacionales e internacionales. Conocer los temas de interés de los asesores y las investigaciones que han realizado, puede ayudar a comprender cómo se ha dado la reproducción del campo en cuanto a la relación entre los temas estudiados en las tesis y las publicaciones de los asesores.

Para analizar este aspecto, se obtuvo un listado de los textos publicados por los asesores de las tres universidades entre 1995 y 2001, a partir de la base de información sobre la producción científica mexicana en el campo académico de la comunicación, producto del proyecto: “La investigación académica de la comunicación en México, 1950-2000”, realizado por Raúl Fuentes Navarro y apoyado y financiado por el CONACyT (R 34247-5). En dicho listado, se encontraron publicaciones de 26 asesores de las tesis analizadas: 10 asesores de la UNAM, 12 de la UIA y 4 del ITESM.

La universidad cuyos asesores produjeron una mayor cantidad de publicaciones en estos seis años fue la UIA (130 textos). La mayoría de las publicaciones fueron escritas por Guillermo Orozco Gómez, Javier Esteinou Madrid<sup>26</sup> y Carmen Lucía Gómez Mont. Los asesores de la UNAM publicaron 53 textos, de los cuales 30 son

de Delia Cровi Druetta. Del ITESM, José Carlos Lozano Rendón es el autor de 14 de los 17 textos publicados por asesores de esta universidad. El 59% de éstos es producto de investigaciones empíricas; ocho de ellos en relación con la Cátedra Televisa y los estudios sobre periodismo realizados en coordinación con la Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación (ALAIIC).

Estas publicaciones están relacionadas con las líneas de investigación sobre las cuales se estructuran los planes curriculares de las maestrías analizadas. La oferta de determinadas líneas de investigación pretende garantizar:

- a) un espacio académico institucionalizado y recursos para que los profesores realicen actividades de especialización e investigación.
- b) cierta continuidad temática y de enfoques que permita la consolidación de conocimiento en torno a un objeto de estudio dado.

A partir del análisis de este listado de publicaciones, podríamos decir que donde realmente se ha logrado este propósito ha sido principalmente en la UIA y luego en el ITESM. Tanto los textos publicados por los asesores como el 90% de las tesis pueden ubicarse claramente dentro de alguna de las líneas.

De los 200 textos publicados por los asesores de las tres universidades, el 20% se relaciona con investigaciones empíricas, la mayoría de ellas provenientes del ITESM. Aunque este porcentaje no es alto, sí es significativo, especialmente si consideramos que las investigaciones empíricas requieren más tiempo y recursos para realizarse, que los ensayos u otro tipo de publicaciones. Además muchas de las publicaciones, aunque no mencionan datos empíricos, se basan en el conocimiento del autor obtenido a partir de las investigaciones realizadas. El hecho de que los profesores publiquen y realicen investigaciones, permite suponer que están contribuyendo en el proceso de formación de nuevos agentes al impulsar, desde el aula o en asesorías, el desarrollo de competencias para la investigación, ya sea empírica o documental.

En la UIA, 24 de 30 tesis cuyos asesores han publicado algo en este periodo, pueden identificarse como parte de los temas que manejan los asesores. Por ejemplo, Alejandro Acuña Limón ha publicado textos sobre tecnologías de

---

<sup>26</sup> Se consideraron únicamente los textos de los asesores mientras laboraron en la UIA (Guillermo Orozco

información y educación y, las tesis que ha asesorado van en la misma línea. Así como Guillermo Orozco, quien ha publicado sobre televisión, audiencias y educación o, Javier Esteinou sobre medios de comunicación, política y mercado, o María Antonieta Rebeil Corella y Abraham Nosnik, sobre comunicación en las organizaciones; todas las tesis asesoradas por estas personas abordan temas relacionados. Dos de estas publicaciones son en co-autoría con alumnos.

Las investigaciones del ITESM que se generan en relación con la Cátedra y ALAIC han contribuido a que los alumnos realicen su tesis aprovechando el tema, los recursos, la información y el apoyo de un asesor. Además, la mayoría de las tesis del ITESM (18 de 20 tesis cuyo asesor tiene publicaciones) están trabajadas en la misma línea de los temas que maneja el asesor. Cinco de los trabajos fueron publicados por José Carlos Lozano en co-autoría con alumnos.

Tres cuartas partes de las tesis de la UNAM cuyo asesor publicó algo en ese periodo tienen alguna relación con los temas del asesor. En el listado de textos publicados por asesores de la UNAM, entre 1996 y 2001, no encontramos investigaciones que fueran producto de las tesis realizadas. Tal parecería que los tesisistas trabajan por su cuenta, quizás dentro de las líneas que ofrece la universidad, pero sin más apoyo que las asesorías. Puesto que no existe continuidad, seguramente muchas de las investigaciones terminan siendo esfuerzos individuales, sin mayor trascendencia ni difusión, lo cual lleva a un trabajo de investigación personal y no de carácter institucional ni sistemático.

**Asesores, por universidad, con mayor número de publicaciones y de tesis asesoradas entre 1996 y 2000.**

<b>Asesor UNAM</b>	Tesis	Textos publicados	<b>Asesor ITESM</b>	Tesis	Textos publicados	<b>Asesor UIA</b>	Tesis	Textos publicados
Crovi Druetta Delia	6	30	Lozano Rendón José Carlos	18	14	Esteinou Madrid Francisco Javier	8	34
Goutman Bender	5	3	López Islas José Rafael	10		Acuña Limón Alejandro	3	3

salió en 1997 y Javier Esteinou, en 2000).

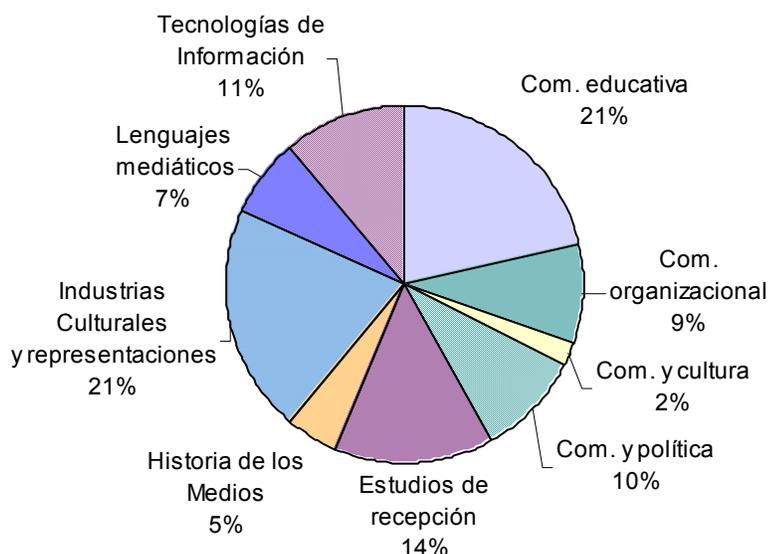
Ana Adela								
Toussaint Florence	5	7	Wilkinson Harper Kenton T.	3		Rebeil Corella Ma. Antonieta	5	6
García Calderón Carola	3	3	Rodríguez Garza Juan Manuel	2		Nosnik Ostrowiak Abraham	2	3
Molina y Vedia Silvia	3	2	Verdines A. Martha Patricia	2		Orozco Gómez Guillermo	2	25
González Reyna Ma. Susana	2	2	Otros	9	3	Benassini Félix Claudia María	2	21
Reséndiz Rodríguez Rafael	2	2				Gómez Mont Araiza Carmen Lucía	1	20
Otros	14	4				Otros	19	18
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>53</b>		<b>44</b>	<b>17</b>		<b>42</b>	<b>130</b>
<b>Promedio tesis por asesor</b>	<b>2.18</b>			<b>3.14</b>			<b>2.10</b>	

#### 4.4 Los temas estudiados en las tesis.

El 42% de las tesis analizadas aborda los temas de Comunicación Educativa e Industrias Culturales. Otros temas investigados son Estudios de recepción (14%), Tecnologías de información (11%) y Comunicación y política (10%). Existe cierta diferencia temática entre las tesis de las tres universidades. Esto se debe a diferentes aspectos como la especialidad de la maestría, el perfil del egresado, la tradición institucional en investigación sobre ciertos temas y el número de asesores con que cuenta el programa, así como las líneas de investigación que ofrece y la oferta de posibles investigaciones colectivas realizadas en colaboración con investigadores de la universidad.

---

**Temas estudiados**  
**Gráfica 1**



De acuerdo con un estudio sobre la difusión del conocimiento a través de las revistas de comunicación en México (*Estudios sobre Culturas Contemporáneas, Comunicación y Sociedad y Versión*), realizado como tesis de maestría en Comunicación con Especialidad en la difusión de la Ciencia y la Cultura, por Karla Ramírez (2003), el 64.7% de los productos analizados se refiere a temas sobre o en relación directa con los medios masivos de comunicación “lo cual corrobora la observación hecha en 1992 por E. Sánchez Ruiz: *lo que más ha captado la atención de los estudiosos (de la comunicación) ha sido el dominio de los medios de difusión masiva, sus orígenes, los determinantes de su operación social, sus relaciones con el poder, la composición de sus discursos, sus consecuencias e influencias sociales, etc.*” (Ramírez, 2003: 105)

El prevaeciente interés por los medios de comunicación entre los investigadores ha generado, por un lado, un mayor número de publicaciones sobre estos temas y, por otro, profesores investigadores especializados en los medios de comunicación y temas relacionados. No es de sorprender que, en las tesis de

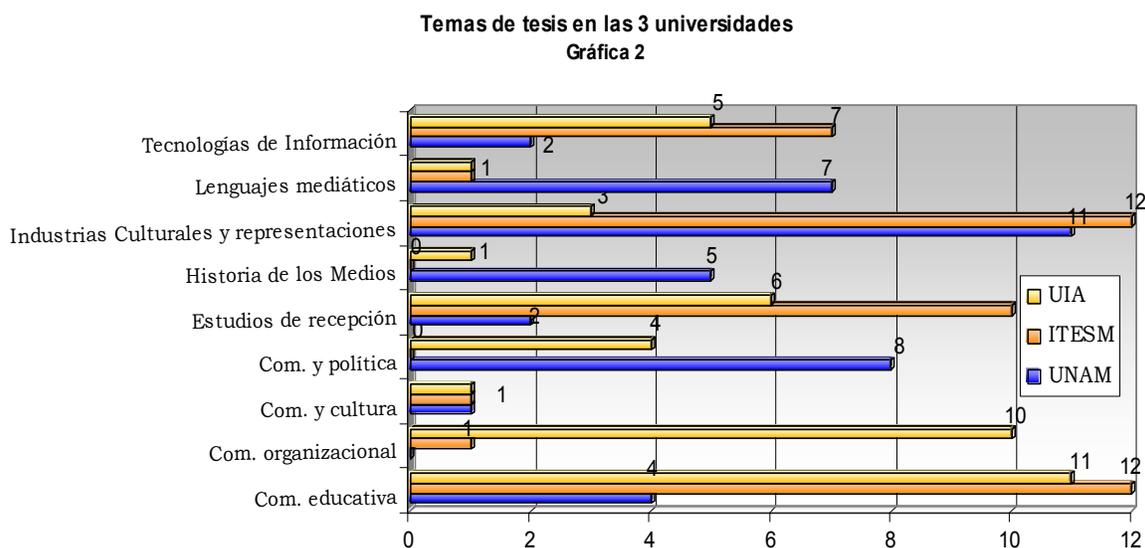
maestría se reproduzcan estas mismas tendencias temáticas (cuando los profesores y los textos disponibles tratan acerca de los medios). Aunque también se encuentran otros temas que no son acerca de medios de comunicación, sino que se refieren a procesos de comunicación en la educación o en las organizaciones y en relación con la política. A diferencia de las otras universidades, la mitad de las tesis de la UIA se refiere a los primeros dos temas.

Podemos observar en las tesis de la UNAM, la tradición de esta universidad en investigación, principalmente documental y de análisis de mensajes (con énfasis en el lenguaje), sobre comunicación política y sobre los medios de comunicación, especialmente en prensa. Mientras que la maestría del ITESM, relativamente nueva, se ha especializado en investigaciones empíricas de análisis de medios y estudios de recepción, así como en investigaciones sobre aspectos educativos y procesos de comunicación con nuevas tecnologías. Aunque la comunicación educativa no es una línea de investigación en esta maestría, muchos de los estudiantes del ITESM son profesores de licenciatura, por lo que el tema de la educación es algo que les queda cercano. Existe una mayor coincidencia entre los temas estudiados en las tesis del ITESM y de la UIA, quizás por esta misma razón. Con la diferencia que un número significativo de tesis de la UIA es sobre comunicación organizacional, tema que en las otras maestrías prácticamente no se aborda. Esto tiene que ver con la especialidad de la maestría en Comunicación de la UIA y el perfil del egresado definido como “profesor investigador, especialista en prácticas comunicativas y educativas o *planificador y profesional de la comunicación*”.

Aunque existe cierta diversidad temática entre las universidades, no existe una gran dispersión entre las tesis de maestría. Esto seguramente se debe a que son productos de una formación especializada en comunicación, lo cual implica haber cursado materias sobre el campo, haber leído autores del campo y haber orientado sus proyectos de investigación hacia las líneas propuestas por cada institución.

Debido a que el periodo analizado es de cinco años, no es visible algún cambio significativo en la tendencia temática de las tesis. En general, la concentración

temática coincide con las tres grandes tendencias que identifica Guillermo Orozco (1997), manifiestas en los congresos, libros y publicaciones académicas internacionales en la década de los noventa: la investigación de los efectos de los medios, la audiencia como sujeto de investigación, y la investigación del contenido y las formas de los referentes mediáticos. Estas tres tendencias pervaden distintas líneas específicas de investigación y, en conjunto, muestran en el ámbito internacional un énfasis en la realización de estudios empíricos más que teóricos. Estas características se perciben también en las tesis de maestría de estas las universidades.



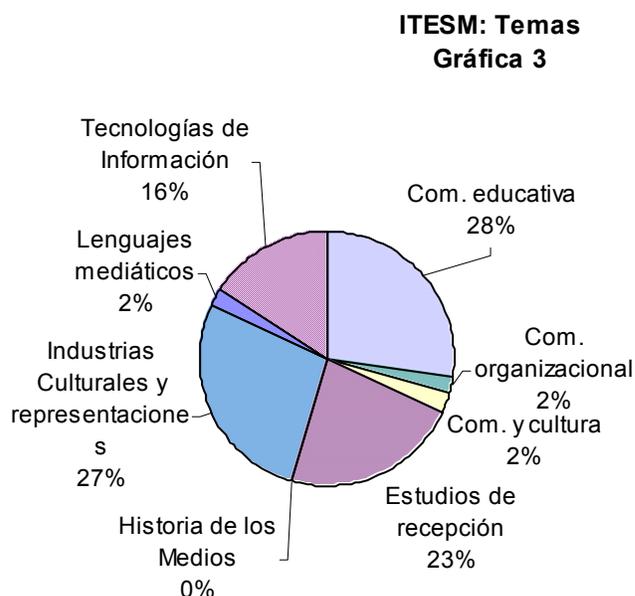
#### **4.4.1 Relación entre las líneas institucionales y los temas de las tesis:**

Es importante señalar que, debido a que las líneas de investigación propuestas por las instituciones pueden abarcar diferentes aspectos de la comunicación, en algunos casos la clasificación hecha por la universidad se centra más en algún aspecto que en otro y es por ello que no coincide con la clasificación hecha en este estudio. Por la complejidad y ambigüedad del objeto de estudio de las tesis, no es extraño que un mismo producto pueda ubicarse en varias de las líneas.

Esto depende de varios factores, como el tratamiento del tema, el asesor de la tesis y su adscripción a determinada línea de investigación, entre otras cosas. Por ejemplo, la tesis de Garay Cruz (UNAM, 1999), "Educación vía satélite. Sistema de posgrado 360, universidad pedagógica nacional", investiga sobre las potencialidades y usos de nuevas tecnologías en los procesos de educación a distancia. La universidad clasifica esta tesis dentro de la línea *Innovaciones Tecnológicas y Educación*, dentro del área de conocimiento de *Comunicación e Innovaciones Tecnológicas*, mientras que en este estudio se clasificó dentro del tema Comunicación Educativa.

### a) El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

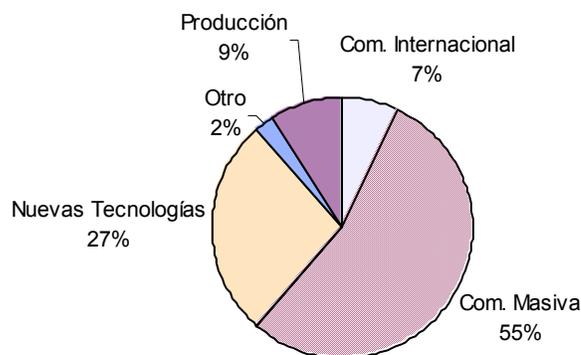
En el caso del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), podemos encontrar una mayor concentración temática que en las otras dos universidades debido a que existen algunas investigaciones a las cuales se han adscrito los profesores de la universidad y han logrado convocar a los alumnos a trabajar en ellas. Además, este posgrado cuenta con un menor número de asesores y por ende, de temas de interés. Los temas abordados por más investigaciones en el ITESM son: Industrias culturales y representaciones, Comunicación educativa y Estudios de recepción.



---

De las cuatro líneas de investigación propuestas para la maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación que se imparte en el ITESM, la que cuenta con mayor número de tesis (24) es *Comunicación de Masas*, en la que podemos encontrar tesis acerca de las Industrias culturales y representaciones y Estudios de recepción. La segunda línea con más tesis (12) es la de *Nuevas Tecnologías*, seis de las cuales se refieren a investigaciones acerca de educación y tecnologías de información (que entran en el tema Comunicación educativa). La línea de *Producción de Cine y Video Documental*, por el perfil de trabajo, no suele ser una tesis, sino que los alumnos se titulan con el diseño y realización de algún producto audiovisual. De los trabajos analizados, cuatro entran en esta línea, tres tesis se refieren a la línea de *Comunicación Internacional*, y sólo una tesis sobre comunicación organizacional estaría fuera de las líneas propuestas por la institución.

**Líneas de investigación ITESM**  
**Gráfica 4**



#### **b) La Universidad Iberoamericana**

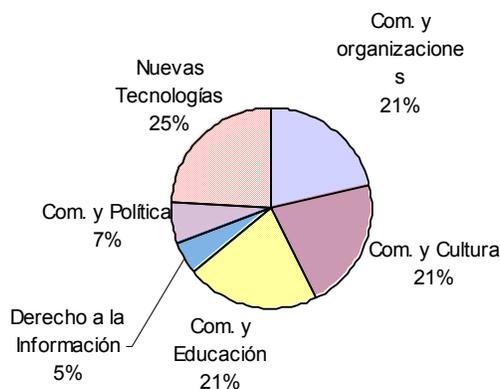
El programa de maestría en Comunicación de la Universidad Iberoamericana ofrecía seis líneas de investigación entre 1994 y 1999:

- Comunicación y Cultura.
- Comunicación y Educación.
- Comunicación y Política.
- Comunicación y Nuevas Tecnologías.

- Comunicación y Derecho a la Información (la línea más nueva y con menos tradición en investigación).
- Comunicación en las Organizaciones

En general, se podría decir que no existe una línea de investigación que prevalezca sobre las demás. Las líneas<sup>27</sup> de *Comunicación y Nuevas Tecnologías* (10), *Comunicación y Cultura* (9), *Comunicación y educación* (9) y *Comunicación organizacional* (9) tienen casi el mismo número de tesis. El resto de las tesis analizadas se inserta en las líneas de *Comunicación y política* (3) y *Comunicación y Derecho a la Información* (la cual cuenta sólo con dos tesis, por ser la línea con menos tradición en investigación en esta universidad). Pero, de acuerdo con la clasificación de este análisis, sí existe una mayor concentración en dos temas: Comunicación organizacional y Comunicación y educación (suman el 51% de los temas de tesis).

Líneas de investigación de la UIA  
Gráfica 5



<sup>27</sup> La clasificación de las tesis dentro de las líneas de investigación de la maestría se hizo de acuerdo con el contenido de las tesis.

UIA: Temas  
Gráfica 6



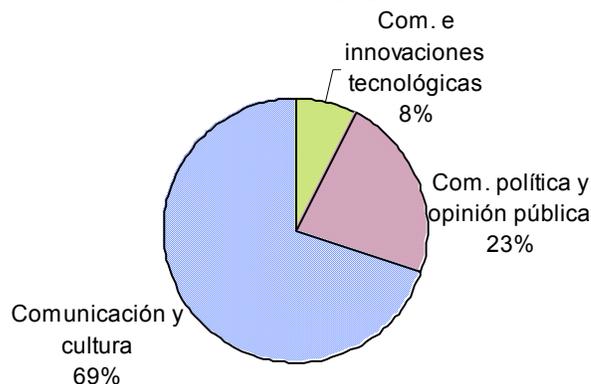
### c) La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM

El posgrado en Comunicación de la FCPyS presenta una oferta de 15 líneas de investigación dentro de tres áreas de conocimiento:

Líneas	Tesis	Líneas	Tesis
<i>Comunicación e Innovaciones tecnológicas: 3 tesis</i>		<i>Comunicación y cultura: 28 tesis</i>	
A1. Innovaciones tecnológicas y sociedad	1	C1. Comunicación y procesos educativos	2
A2. Innovaciones tecnológicas y educación	2	C2. Estudios de audiencia, Recepción e interpretación	3
A3. Innovaciones tecnológicas y opinión pública	0	C3. Estudios de género y comunicación	1
A4. Cultura digital	0	C4. Comunicación, arte y sociedad	9
		C5. Com. y divulgación de la ciencia y la técnica	1
<i>Comunicación política y opinión pública: 9 tesis</i>		C6. Estudios sobre publicidad	1
B1. Comunicación, opinión pública y cultura política	1	C7. Estudios sobre periodismo	11
B2. Economía política de la industria de la com.	4		
B3. Comunicación política y propaganda	3		
B4. Comunicación y democracia	1		

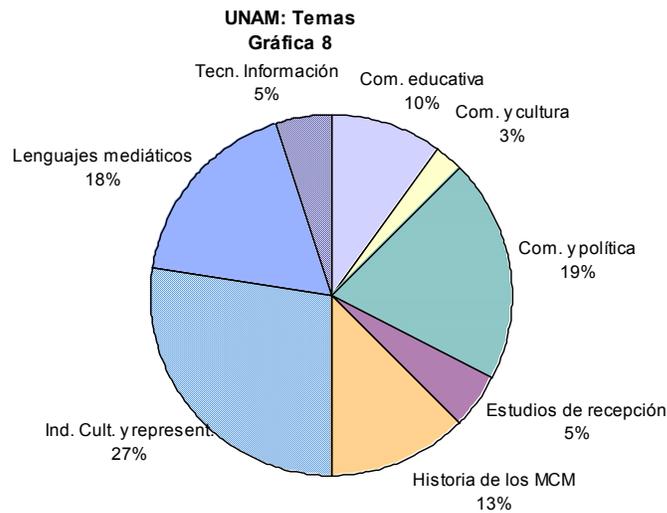
### Líneas de investigación de la UNAM

Gráfica 7



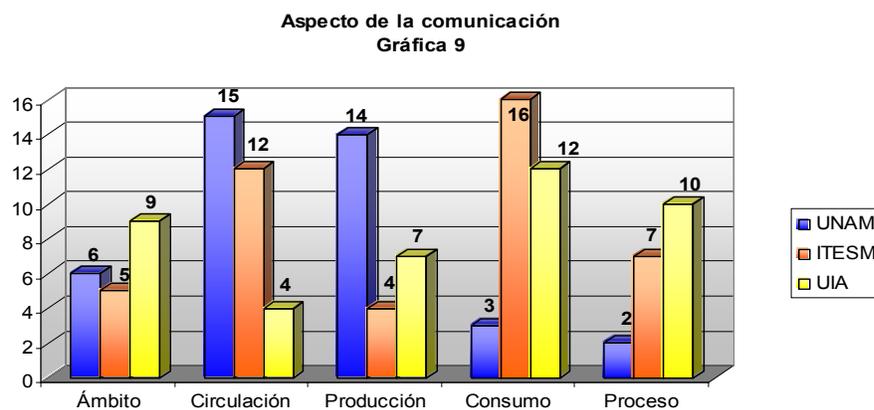
Como se puede observar, las líneas de investigación con más tesis son *Estudios sobre periodismo y Comunicación, arte y sociedad*. Las líneas que no cuentan con ninguna tesis son: *Innovaciones Tecnológicas y opinión pública* y *Cultura digital*. En cuanto a los temas definidos en este estudio, Industrias Culturales y representaciones (27%), Comunicación y política (19%) y Lenguajes mediáticos (18%), son los que más tesis tienen.

Las tendencias temáticas están relacionadas con la orientación de la maestría que tradicionalmente ha estado enfocada a la investigación sobre comunicación política, prensa y medios de comunicación (historia y análisis de mensajes). Aunque entre las características del perfil del egresado se contemplan prácticas profesionales en la dirección, coordinación y planeación en organizaciones vinculadas con la comunicación, el principal objetivo es la formación de académicos e investigadores de alto nivel. Es por ello que no se encuentran tesis sobre Comunicación organizacional. Probablemente el tema de innovaciones tecnológicas no sea recurrente en las tesis de la UNAM debido a que los estudiantes y profesores no están inmersos en procesos comunicativos que involucren tecnologías de información, además de que tradicionalmente los temas políticos y acerca de la prensa han sido de interés en esta universidad. Otro tema poco recurrente es el de Estudios de recepción, seguramente por la tradición institucional centrada en investigaciones documentales, más que empíricas.

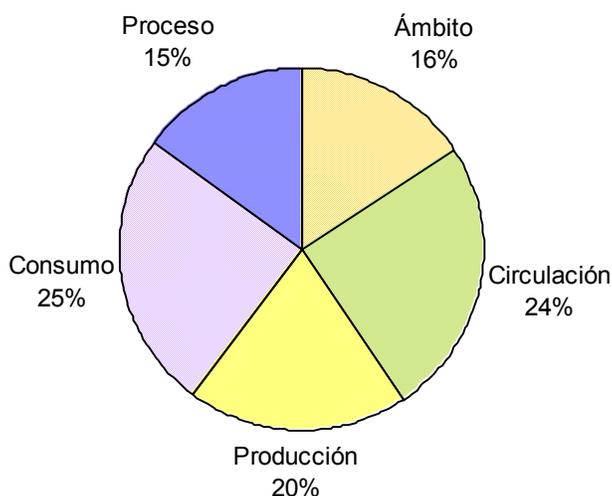


#### 4.5 Las fases de la comunicación estudiadas por las tesis.

Aproximadamente una cuarta parte de las tesis aborda la fase de la **circulación** de mensajes, especialmente por medio del análisis de contenido de mensajes y del análisis de la oferta cultural en los medios masivos de comunicación. Otra cuarta parte, investiga acerca de la fase de **consumo** de mensajes, por medio de estudios de recepción. El 31% restante investiga acerca del proceso de la comunicación (15%) o acerca de los ámbitos del campo de la comunicación (16%).

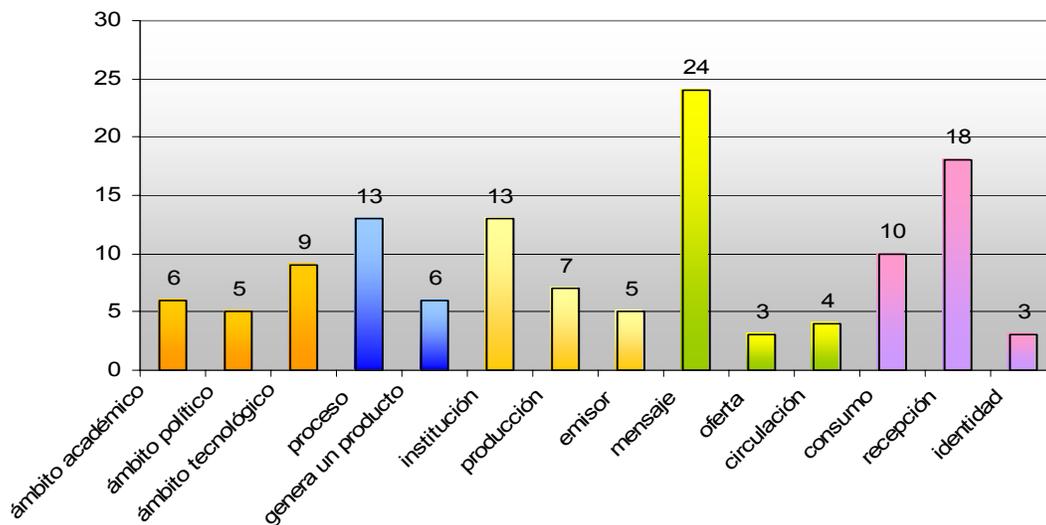


Aspecto de la comunicación analizado  
Gráfica 10



Mientras que, para el ITESM (37%) y la UIA (28%), los estudios de recepción y de consumo cultural son frecuentes entre las tesis, sólo el 8% de las tesis de la UNAM investiga sobre ese tema. En esta universidad se da una mayor concentración de las tesis (dos terceras partes) en las fases de producción (especialmente investigaciones sobre el gobierno o la prensa) y circulación, por medio de análisis de contenido o del lenguaje. La UIA es la única universidad que cuenta con investigaciones acerca del campo académico de la comunicación (14%). La mayor concentración de investigaciones en esta universidad se da en el análisis de procesos de comunicación en su conjunto (24%), especialmente por medio de diagnósticos de comunicación organizacional.

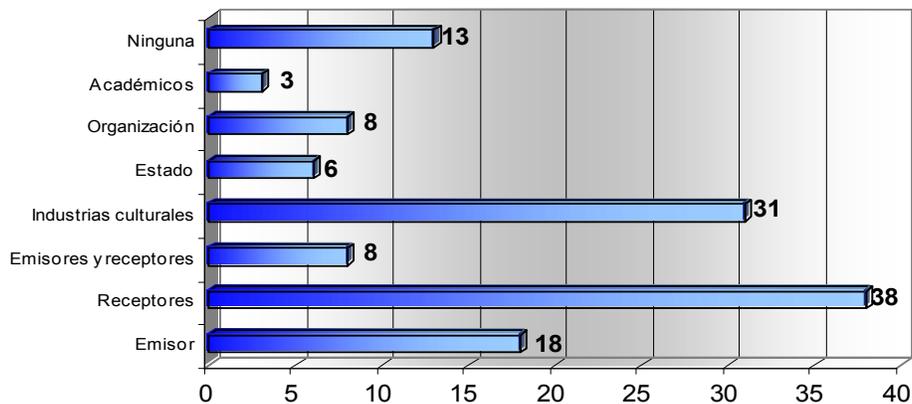
**Aspecto de la com. analizado en las tres universidades**  
**Gráfica 11**



#### 4.6 Los actores estudiados en las tesis.

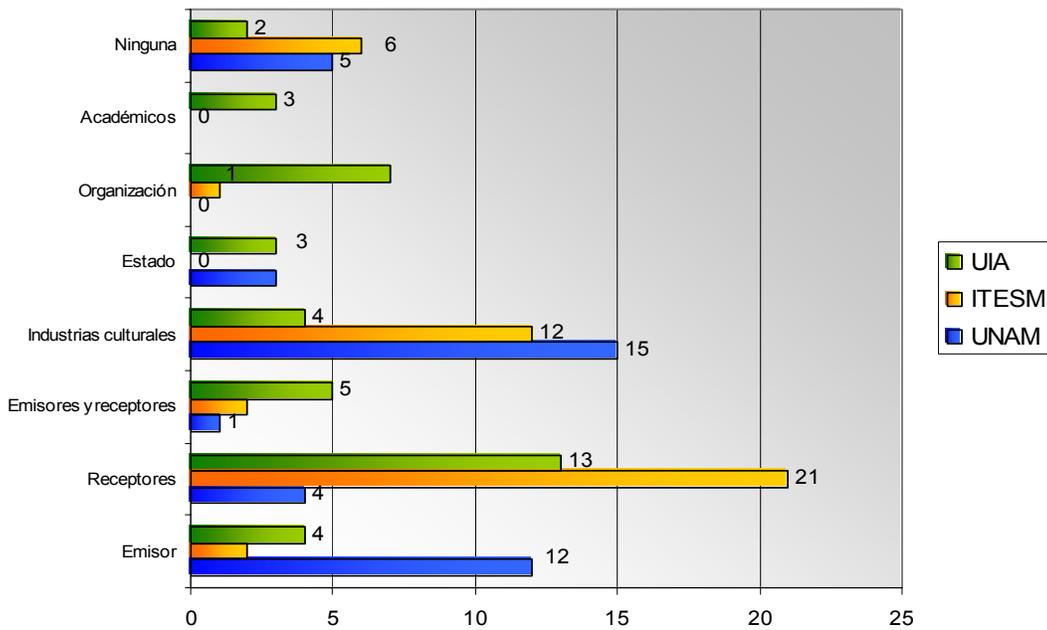
Los actores más estudiados por las tesis en las tres universidades son los receptores y las industrias culturales. La UIA y el ITESM son las universidades que cuentan con más tesis sobre los receptores, mientras que las tesis de la UNAM se concentran en las industrias culturales y los emisores. Únicamente las tesis de la UIA investigan sobre los académicos de la comunicación y sobre las organizaciones como productoras de mensajes.

**Actores estudiados**  
**Gráfica 12**

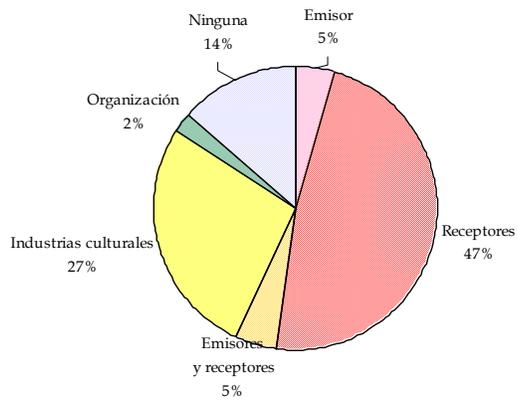


Si observamos el tipo de investigaciones realizadas por las tesis en cada universidad, es de esperar que la mayoría emplee métodos empíricos, para realizar los estudios de recepción, los análisis de medios y mensajes y los diagnósticos de comunicación organizacional. Aunque la UNAM presenta un mayor porcentaje de investigaciones documentales que las otras dos universidades, debido a los estudios sobre historia de los medios de comunicación y análisis de los emisores y de los procesos de producción de mensajes.

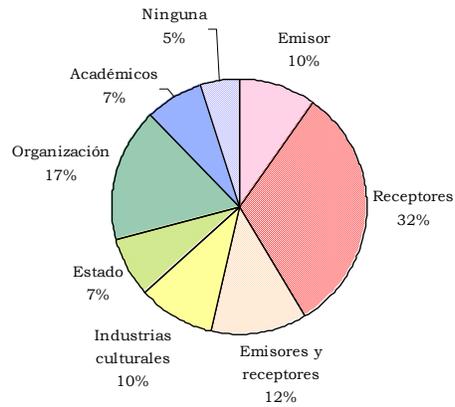
Actores estudiados  
Gráfica 13



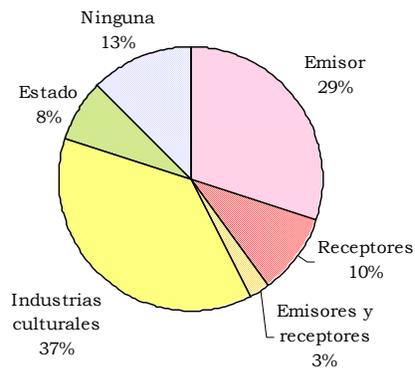
**ITESM: Actores estudiados**  
**Gráfica 14a**



**UIA: Actores estudiados**  
**Gráfica 14b**



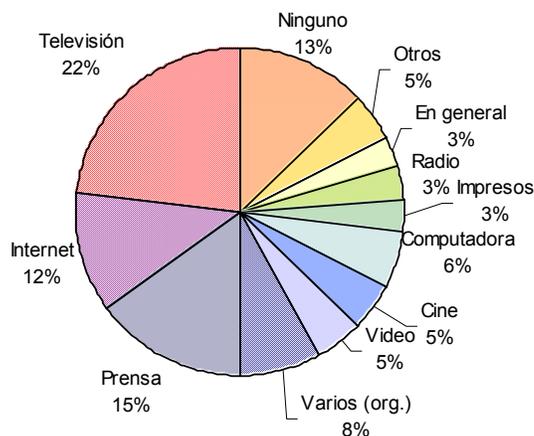
**UNAM: Actores estudiados**  
**Gráfica 14c**



#### 4.7 Los medios de comunicación estudiados.

Los medios de comunicación masiva más estudiados por las tesis en las tres universidades son la televisión, la prensa e Internet. La radio sigue siendo un medio olvidado o de poco interés para los investigadores de la comunicación (únicamente cuatro tesis son sobre radio). La televisión ha sido un medio que ha fascinado tanto a las audiencias como a los investigadores, por su gran potencial para la construcción social de sentido. Las investigaciones sobre televisión en las tesis suelen ser acerca de la circulación de mensajes (por medio del análisis de la oferta programática o del análisis de contenido) y del consumo de estos mensajes (por medio de estudios de recepción). La prensa es el segundo medio más estudiado, especialmente por la UNAM y el ITESM. En la UNAM, por su tradición en investigaciones sobre este medio como un agente clave en la producción y circulación de mensajes y en la relación con el Estado. En el ITESM, gracias al trabajo de investigación colectiva en la que participan los profesores de esta universidad, con el Grupo de Trabajo de Estudios de Periodismo de la Asociación Latinoamericana de Investigaciones de la Comunicación (ALAIC), a la cual se adscribieron varios estudiantes de la maestría.

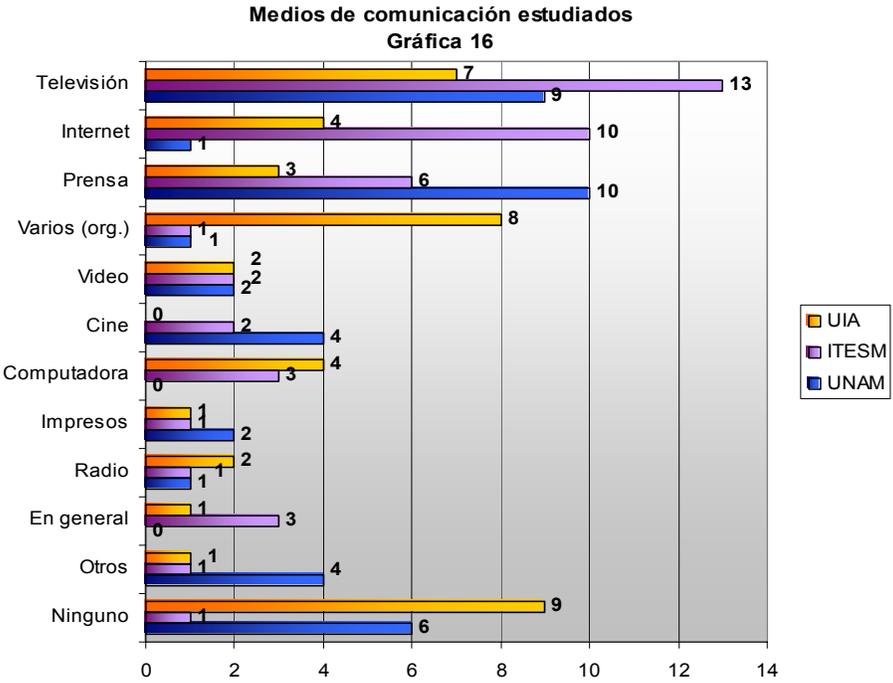
Medio estudiado en las tres universidades  
Gráfica 15



Mientras que en las tesis de la UNAM, la televisión y la prensa siguen siendo los medios favoritos, en las tesis del ITESM, aunque aún prevalecen los estudios sobre televisión, empiezan a cobrar importancia las investigaciones sobre

tecnologías de información (Internet y computadoras). Las investigaciones sobre Internet requieren por parte del investigador un conocimiento previo o cierta familiaridad con esta tecnología, así como ciertas inquietudes que surgen a partir del uso de este medio. Éste es un factor determinante en la elección del medio a analizar por parte de los estudiantes y profesores de las maestrías. El ITESM ha creado su propia imagen institucional en torno a la “educación en relación con la innovación tecnológica”, donde muchos de los procesos educativos involucran estas tecnologías de información (educación a distancia, cursos con apoyo en las herramientas informáticas y líneas de investigación y especialización sobre el tema).

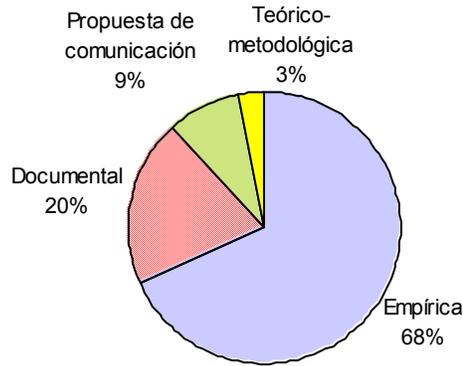
De nuevo destacan las tesis de la UIA por su tendencia hacia investigaciones sobre comunicación organizacional o estudios sobre otros temas del campo de la comunicación que no se refieren a algún medio, lo cual ocurre con una sola tesis del ITESM. En total, el 13% de las tesis no investiga sobre algún medio. Esto es interesante, especialmente cuando la tradición en los estudios sobre comunicación se había centrado en estudios de medios de comunicación, el mencionado "mediacentrismo".



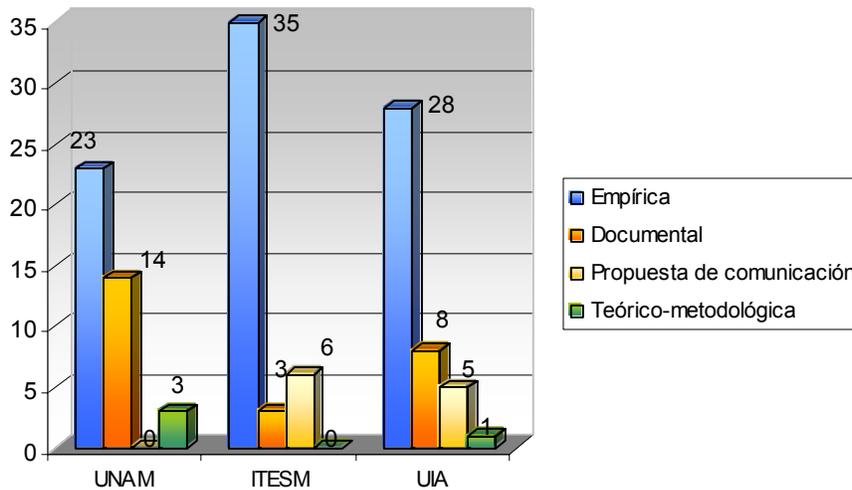
#### 4.8 Los métodos de investigación empleados en las tesis.

Así mismo, resulta interesante que las investigaciones de las tesis en las tres universidades se basan en métodos empíricos, cuando tradicionalmente las investigaciones sobre comunicación habían sido documentales o ensayos, debido a la falta de recursos para desarrollar proyectos de investigación y debido a la deficiente formación en habilidades prácticas y teórico-metodológicas para la investigación. Pero, a su vez, no es de extrañar, puesto que se aprende a investigar, investigando, y qué mejor espacio para hacerlo que en la universidad.

**Tipo de investigación en total de las 3 universidades**  
**Gráfica 17a**



**Tipo de Investigación**  
**Gráfica 17b**



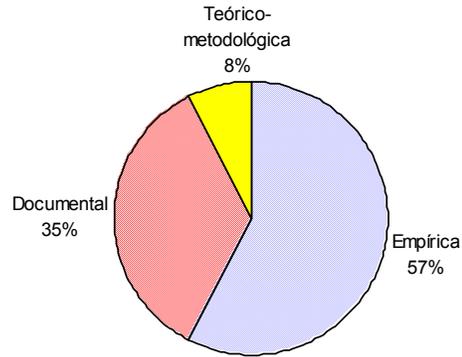
---

El 14% de las tesis del ITESM y el 12% de las tesis de la UIA hacen una propuesta de comunicación, es decir, generan algún producto comunicativo. La universidad con un mayor porcentaje de investigaciones empíricas en las tesis es el ITESM (79%), seguido por la UIA (67%) y por último la UNAM (57%).

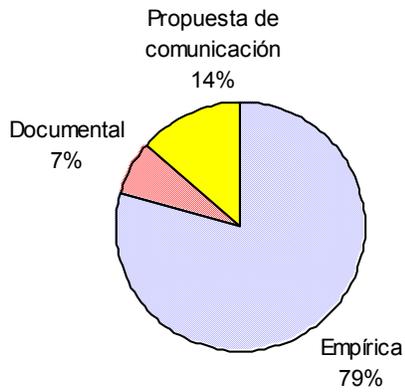
Podemos encontrar una correlación entre el tipo de investigación y el número de referencias en las tesis, puesto que las investigaciones documentales presentan un mayor número de fuentes citadas. Debido a que un alto porcentaje de tesis del ITESM realiza investigaciones empíricas (79%) o hace una propuesta de comunicación (14%), es decir, genera un producto comunicativo, el promedio de referencias es mucho menor que en las otras dos universidades. Mientras que las tesis de la UNAM presentan el promedio más alto de referencias y el mayor porcentaje de investigaciones documentales (35%). Otra vez recordemos la tradición en investigación de la UNAM y la novedad de la maestría del ITESM, así como el número de asesores por universidad (a mayor cantidad de asesores, mayor distribución de las tesis entre ellos y, supuestamente, una mayor disponibilidad de tiempo para el seguimiento de los asesorados y sus investigaciones). Este dato se relaciona también al promedio de páginas por tesis. Aunque no es un requisito ni norma, las investigaciones que cuentan con más fuentes de información suelen ser más abundantes en número de páginas.

Esto no quiere decir que el número de referencias o el número de páginas indique algo respecto de la calidad de las investigaciones. Es sólo una característica cuantitativa que distingue las tesis de una universidad a otra.

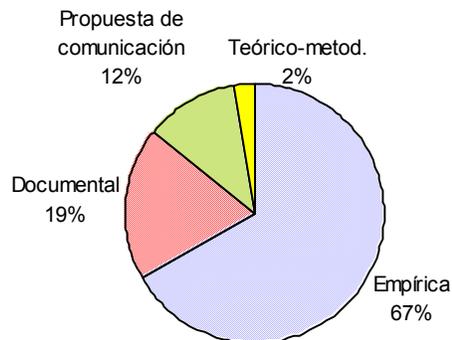
**Tipo de investigación: UNAM**  
**Gráfica 18c**



**Tipo de investigación: ITESM**  
**Gráfica 18a**

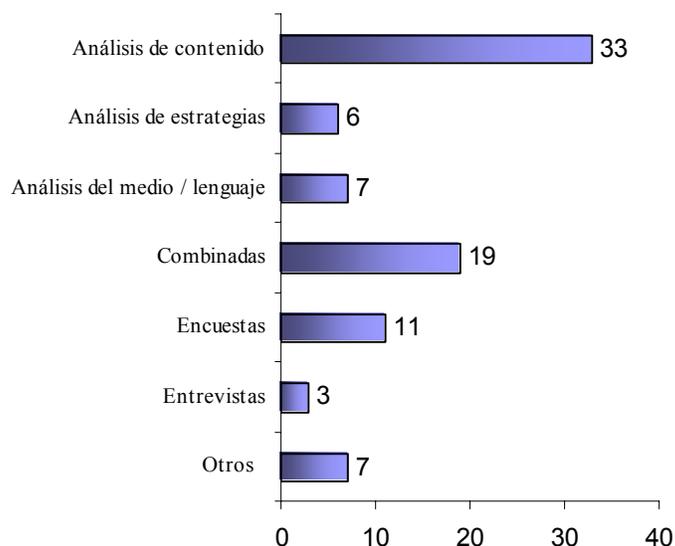


**Tipo de investigación: UIA**  
**Gráfica 18b**



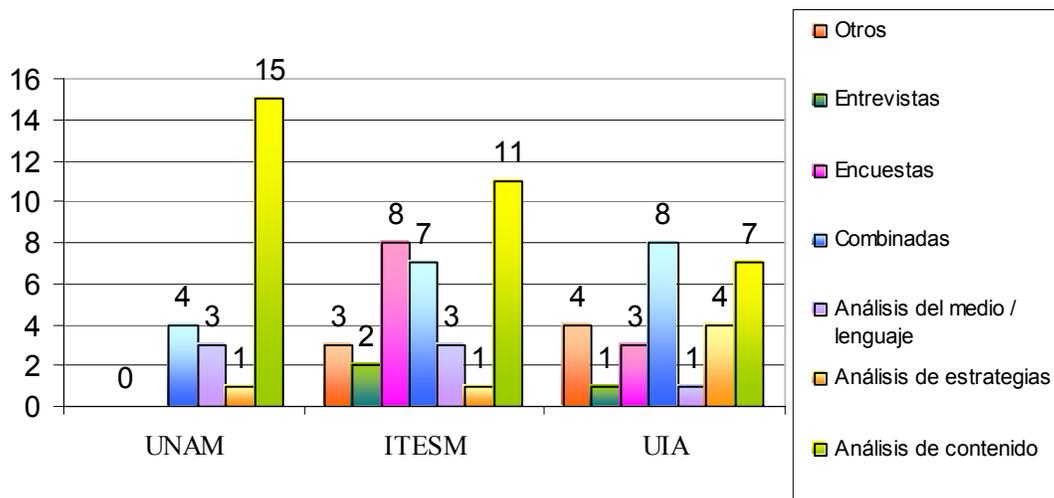
---

**Instrumentos empleados en las inv. Empíricas**  
**Gráfica 19 a**



El análisis de contenido es el instrumento más empleado en las investigaciones empíricas de las tesis (39%). El predominio de esta herramienta tiene que ver, entre otros factores, con el hecho de que no se requieren tantos recursos como en otras investigaciones empíricas (por ejemplo los estudios etnográficos o las encuestas). Además, los mensajes tienen ciertos rasgos objetivos, lo cual permite un acercamiento menos complejo que cuando se trata de actores e interpretaciones subjetivas. "Los mensajes se pueden describir objetivamente, trasladar físicamente de un contexto a otro o reproducirse; tienen una existencia real, objetiva e independiente de alguien que los reciba" (Krippendorff, 1994 en Fuentes, 1998: 252). Esto, junto con la capacidad de los mensajes para persuadir, informar, educar o estimular, gracias a sus propiedades objetivas, y a que la exposición a los mensajes de los medios masivos crea comunidad entre los miembros de la audiencia, es la razón por la cual el análisis de contenido ha sido considerado como uno de los métodos de investigación propios de la disciplina de la comunicación.

**Instrumentos empleados en las investigaciones empíricas**  
**Gráfica 19 b**



El 22% de las tesis utiliza una combinación de instrumentos para su investigación (encuestas, entrevistas, observación y/o grupos focales). El utilizar diferentes instrumentos para recabar información se ha considerado como un método indispensable para las ciencias sociales y es uno de los “indicadores” más significativo de las tendencias hacia la interdisciplinariedad de los estudios sobre la comunicación. Otro instrumento empleado con frecuencia son las encuestas (excepto por las tesis de la UNAM), especialmente en los estudios de recepción o como parte del diagnóstico para el diseño y desarrollo de estrategias de comunicación.

---

## 5. Conclusiones.

Como establecimos en el objetivo de esta investigación, la descripción de las tesis de maestría pretende identificar las tendencias de la reproducción del campo de la comunicación en dos sentidos:

- Describir el tipo de agentes que se está formando: si se da mayor énfasis a la formación de docentes, de profesionales especializados o de investigadores.
- Describir las tendencias de esta reproducción del campo en cuanto a los temas, actores, medios y fases de la comunicación estudiados y las metodologías empleadas en las investigaciones de las tesis de maestría en Comunicación.

Existen **diferencias** sustanciales entre los programas de maestría de las tres universidades reflejadas en los trabajos de investigación recepcionales, primero en las características físicas de las tesis (páginas y referencias), luego, en cuanto al contenido y aspectos teórico-metodológicos, donde más que dispersión, existe un alto grado de diversidad. Es decir, aunque las tesis abordan diversos temas y objetos de estudio, desde distintos enfoques, es posible identificar ciertas tendencias temáticas, de objetos de estudio y de metodologías empleadas.

Las diferencias entre los programas de maestría y la diversidad teórico-metodológica de las tesis son **reflejo de las dificultades epistemológicas** del campo para definir su objeto de estudio y construir modelos teórico-metodológicos propios de la disciplina de la comunicación. Sin embargo, podemos encontrar ciertos consensos construidos dentro de las universidades y concretizados en las líneas de investigación de las maestrías, en cuanto a la definición de un objeto de estudio específico y una mirada que distingue las Ciencias de la Comunicación de otras disciplinas sociales. Es por ello que las diferencias entre las tesis de las tres universidades responden al perfil de cada maestría, las líneas de investigación propuestas y a los profesores que laboran en cada programa.

Es notable la **preponderancia** de las investigaciones empíricas acerca de los medios de comunicación masiva, especialmente sobre televisión y prensa, y un

creciente interés en los estudios sobre tecnologías de información (Internet y la computadora). Tal como se han venido perfilando los estudios sobre comunicación en los últimos años, las investigaciones sobre radio y medios impresos, como revistas o libros, son realmente escasas. El hecho de que exista un porcentaje significativo de tesis que no estudian algún medio, tiene que ver con un objeto de estudio que no se limita únicamente a los medios de comunicación, aunque siguen siendo más numerosas las investigaciones relacionadas con los medios, como los estudios sobre industrias culturales y representaciones, receptores, tecnologías de información y la relación educación/comunicación.

Quizás estas tendencias se deban a la influencia de los profesores-asesores y del programa curricular de las maestrías, pero especialmente a las inquietudes entre los estudiosos no sólo de la comunicación, sino de las Ciencias Sociales en general respecto de:

- a) las industrias culturales (particularmente la televisión) y su rol en la construcción de representaciones simbólicas y prácticas culturales y,
- b) los usos, formas percepción e interpretación de los mensajes por parte de los receptores.

Se detecta en las tres universidades una **tendencia** hacia la vinculación entre los problemas y necesidades sociales y los estudios de comunicación y la formación de investigadores y profesionales de la comunicación, especialmente en aquellas tesis que presentan estudios de caso, propuestas de estrategias de comunicación o estudios puntuales sobre oferta o consumo de productos comunicacionales, situados todos en un tiempo y espacio concretos. Es significativa esta búsqueda de soluciones prácticas para problemas sociales concretos, por medio de investigaciones que emplean diversos instrumentos metodológicos y que se enriquecen de otras disciplinas. En este sentido, las maestrías pueden llegar a ser un espacio privilegiado y estratégico para la formación de agentes capaces de reflexionar, actuar y transformar en cierta medida las relaciones sociales en las que se encuentran, aunque aún se presentan algunas deficiencias en cuanto a la formación en investigación y a la difusión de investigaciones.

---

Muchas de las tesis del **ITESM** presentan estudios de la oferta y consumo cultural, así como otras investigaciones descriptivas de procesos de comunicación con tecnología o el desarrollo de productos comunicativos. Esto responde por un lado, al perfil del egresado descrito por el ITESM: “Maestro en Comunicación con amplios conocimientos metodológicos y teóricos en las áreas más novedosas de la comunicación: nuevas tecnologías y comunicación internacional”. Aunque esta descripción aparenta tender a la formación de profesionales de la comunicación, también se refiere a la formación de docentes, pero no de investigadores. Y, por otro, responde a los proyectos de investigación, coordinados por José Carlos Lozano Rendón, realizados junto con la Asociación Latinoamericana de Investigadores de Comunicación (ALAIIC) y con la Cátedra Televisa.

Existe una gran diferencia entre las tesis del ITESM en relación con los de la **UNAM**, donde las tesis suelen ser más teóricas y analizan situaciones macro socioculturales y políticas. Incluso algunas tesis crean un marco teórico-metodológico para investigar alguna parte del proceso de comunicación o realizan una descripción, denuncia o propuesta para resolver problemas de comunicación detectados. La maestría en comunicación de la UNAM pretende formar especialistas en las ciencias sociales, con una formación teórica y metodológica sólida en investigación con miras a continuar estudios de doctorado. Mientras que la **UIA** presenta una tendencia más equitativa hacia la formación de profesores especializados en comunicación y en prácticas educativas, así como de planificadores y profesionales de la comunicación. Esto se puede observar en que la mitad de las tesis son estudios de caso o propuestas de productos o procesos de comunicación en un espacio y tiempo específicos (principalmente educativos u organizacionales), que probablemente tengan o pretenden tener aplicación práctica (las tesis en ámbitos educativos suelen referirse al espacio laboral del tesista). Las tesis de esta universidad se encuentran siempre entre el promedio de las tesis de las otras dos universidades, tanto en aspectos de forma como de contenido.

Independientemente del perfil del egresado propuesto por la maestría, **existe una mayor tendencia a la formación de docentes y de especialistas en**

**comunicación**, que de investigadores. Sólo algunos egresados continúan su formación como investigadores en estudios de doctorado. Pero esto no es de sorprender, especialmente por las condiciones económicas del país, la escasa oferta laboral en las universidades y las dificultades institucionales para la realización de investigaciones sobre comunicación mencionadas en el apartado 2.3 sobre la relación entre investigación y la formación de investigadores en Comunicación.

La reproducción del campo, en cuanto a la formación de agentes y a la producción de conocimiento, está sujeta a las tendencias, intereses (temáticos y de formación) y recursos de las instituciones, que a su vez están sujetas a los vaivenes políticos y económicos del país. Pero, sobre todo, el proceso de reproducción se concreta en la **planta docente** del programa de la maestría, pues de los profesores dependen no sólo las cuestiones académicas del programa y la tutoría de los alumnos (y, en cierta forma, el índice de titulación), sino también la posibilidad de vincular la docencia con la investigación por medio del desarrollo de investigaciones interdisciplinarias, así como la difusión de estas investigaciones, la participación en foros académicos y la relación con otros agentes del campo académico.

Los profesores y asesores son agentes claves en el proceso de reproducción del campo académico, como docentes (en la orientación, contribución y seguimiento del proceso de formación de los nuevos agentes) y, muchas veces, como generadores de bienes simbólicos, producto de sus prácticas científicas y académicas. Estos bienes simbólicos van integrando un acervo cultural que contribuye a la consolidación del campo y al avance del conocimiento, especialmente cuando se abren espacios para la discusión y el diálogo en torno al objeto de estudio de la disciplina.

Las tesis de maestría reflejan también algunos de los principales **problemas de reproducción y articulación** del campo académico de la comunicación (mencionados en el apartado 1.6), como la incapacidad para generar una discusión académica sistemática que produzca reflexiones epistemológico-metodológicas. Muchas de las tesis analizadas terminan siendo un ensayo

---

pobremente fundamentado o un producto comunicativo inconsistente con su propio marco teórico-metodológico. Esto se debe a dos razones principales:

- a) La formación en investigación aún presenta ciertas deficiencias (que tienen sus raíces en los programas de licenciatura) debido a la falta de personal capacitado que forme investigadores o por lo menos dé seguimiento a los proyectos de tesis; a la escasez de materias de metodologías de la investigación con aplicaciones prácticas y, a la falta de claridad de sus contenidos.
- b) No existe una difusión adecuada de las investigaciones ni una sistematización de la información documental que permita tener acceso a otros estudios realizados dentro del campo.

Muchas de las tesis, al final, mencionan que la investigación en cuestión es tan sólo una aproximación al tema y proponen una lista de problemas que pueden ser abordados en otras investigaciones. Con algunas excepciones, como las tres tesis acerca de la prensa en América Latina del ITESM y otras tesis acerca de la historia de la prensa en México de la UNAM, no existen tesis que abonen a una investigación más amplia, que se complementen o que den continuidad a otras investigaciones. Las tesis parecen responder más a **preocupaciones individuales** de sus autores que a esas propuestas de continuidad. Aunque un número significativo de las tesis cita a otras tesis de maestría de la universidad (especialmente entre las tesis de la UNAM) e investigadores mexicanos, aún existe una escasa referencia a antecedentes nacionales de investigación en los "estados de la cuestión", los cuales toman como punto de partida principalmente investigaciones y autores extranjeros.

El proceso educativo es sumamente complejo e intervienen muchos factores. Es por ello que, aunque los programas de maestría propongan ciertas rutas y ofrezcan ciertos recursos para llegar a determinadas metas en la formación de especialistas, los resultados suelen ser diversos. Aún así, es posible delimitar el espectro de resultados y focalizar la reproducción del campo, por medio de la construcción de marcos de referencia compartidos entre los alumnos de maestría, gracias a cursos enfocados a determinados aspectos y a la adscripción de los profesores a ciertas líneas de investigación, lo cual propicia el desarrollo de

investigaciones dentro de un mismo ámbito del campo de la comunicación. Por ello, el conocimiento acerca de las necesidades sociales y la definición de prioridades institucionales respecto de éstas, es fundamental para la **propuesta de opciones curriculares y líneas de investigación**, pensadas en la formación de especialistas y en el desarrollo de investigaciones para atender determinados temas socialmente pertinentes, que a su vez contribuyan a la consolidación del campo de la comunicación.

### **Reflexiones finales**

En este intento por encontrar una respuesta a las preguntas acerca de la reproducción del campo académico de la comunicación, esta investigación me ha llevado a comprender cada vez mejor no sólo su complejidad, sino también el sentido de las Ciencias de la Comunicación y su contribución a la transformación de la sociedad.

Al hacer la investigación, me fui dando cuenta cómo es que los autores de las tesis analizadas en este trabajo se enfrentaron, consciente o inconscientemente, a las dificultades tanto epistemológicas como de reproducción e institucionalización del campo, desde el principio, y se vieron obligados a resolverlas de alguna manera a lo largo de su formación en el posgrado y de sus investigaciones.

El proceso de elaboración de la tesis, necesariamente habrá forzado a los autores a construir una definición propia del concepto de comunicación para acercarse a su objeto de estudio y elegir fuentes documentales y métodos de investigación empírica y documental que les permitieran dar respuesta a las preguntas planteadas desde una mirada de la comunicación. Habrán leído autores diversos, de distintas disciplinas, buscando encontrar lo comunicacional de las propuestas y adaptarlas a su propia investigación en una apuesta por construir sentido en torno al tema elegido desde una lógica interdisciplinaria de la comunicación. De alguna manera, muchas de las tesis resuelven el reto aún sin habérselo planteado explícitamente, seguramente con apoyo de las materias cursadas, las asesorías de profesores y las reflexiones en torno a los autores leídos, entre otras cosas.

---

Considero que, en general, la labor de los posgrados en comunicación en la formación de agentes especializados en el campo, así como las apuestas institucionales, han sido esfuerzos muy valiosos para la reproducción, aunque los frutos se vayan dando a largo plazo. Aún queda el pendiente de conjuntar estos esfuerzos, de manera que los resultados sean más tangibles.

Es de reconocer el apoyo y financiamiento del CONACyT para el proyecto de desarrollo de bases de información referente a los estudios de comunicación en México, gracias al cuál será posible tener una base de datos tanto para consultar como para difundir investigaciones sobre comunicación. Esto facilitará, además de cierta continuidad dentro de una misma línea de investigación, la difusión de las tesis (algunas muy valiosas) analizadas en este trabajo. De tal manera que sea posible realizar discusiones más sólidas en torno al objeto de estudio y su abordaje, con el objetivo de avanzar en la construcción de reflexiones epistemológico-metodológicas.

A partir de esta investigación, considero de suma importancia la apuesta de las universidades a determinadas líneas de investigación. Esto permite contar con cierta diversidad en la formación de agentes y el desarrollo de investigaciones, sin dispersarse demasiado, poniendo especial atención a ciertas necesidades sociales consideradas como prioritarias. Otro aspecto que considero relevante es contar con profesores que realicen investigaciones a las cuales puedan sumarse los alumnos. Pero esto implica también un riesgo para el investigador pues no siempre el alumno o tesista cumple con los requisitos de calidad y en los tiempos esperados. Son valiosas también muchas de las investigaciones que surgen a partir de los intereses de los alumnos y de necesidades reales que requieren una solución desde la comunicación. Esto, además de contribuir a la formación de agentes especializados, plantea soluciones a necesidades detectadas y es posible construir conocimientos a partir de la práctica y las reflexiones teóricas.

En cuanto a mi propia experiencia en la reproducción del campo, desde mi proceso de formación como agente especializado, este trabajo de investigación y reflexión, me sirvió para recuperar los aprendizajes adquiridos y las reflexiones y

competencias desarrolladas a lo largo de mis estudios de licenciatura y, en especial, de la maestría, retomando diversos aspectos de cada una de las materias cursadas y de los textos consultados en el posgrado. Fue un trabajo de síntesis y búsqueda de respuestas a las preguntas planteadas ahora de manera explícita (preguntas que siempre habían estado ahí).

Más que respuestas, me han surgido nuevas preguntas. La perspectiva y competencias que logré construir a lo largo de mi proceso me han dado elementos para mejorar como docente en cuanto a aspectos metodológicos, teóricos y conceptuales, con una visión más clara y panorámica del campo de la comunicación. Ahora la próxima tarea está encaminada a: trabajar en proyectos ya sea de investigación o diseño de estrategias de comunicación a los cuales se puedan sumar los alumnos, para impulsar el desarrollo de competencias y conocimientos en situaciones reales. Y, mantenerme actualizada tanto en las discusiones epistemológico-metodológicas del campo, como en las diversas investigaciones que se vayan realizando sobre temas relacionados con mi línea de interés: la comunicación educativa.



---

## Bibliografía

ANUIES: <http://www.anui.es.mx>, visitada en enero de 2003.

ARREDONDO RAMÍREZ, Pablo (1988): "La radio como objeto de estudio en México". En Sánchez Ruiz (Coord.), *La Investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Ediciones de Comunicación/UdeG, México. Pp. 167-193.

BARRÓN TOLEDO, Jesús (1982): "Características del posgrado en México". En *El desarrollo del posgrado en la Educación Superior*, Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, SEP-ANUIES.

BELTRÁN, Luis Ramiro (1974): "Communication research in Latin America: The blindfolded inquiry? Ponencia presentada en IAMCR/AIERI Conference, Leipzig.

BELTRÁN, Luis Ramiro (1981): "Estado y perspectivas de la investigación en comunicación social en América Latina". En *Memorias de la Semana Internacional de la Comunicación*. Facultad de Comunicación Social (Cuadernos de Comunicación, No29), Bogotá. Pp.121-134.  
Publicado por Godoy y Luna (Comp.) (1986): *Investigación de la Comunicación en América Latina*, Textos Escogidos, ITESO, México. Pp. 30-44.

BELTRÁN, Luis Ramiro (1984): "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina". En Moragas (1984): *Sociología de la comunicación de masas*. Gustavo Gili, Barcelona. Pp. 94-119.  
Publicado por Godoy y Luna (Comp.) (1986): *Investigación de la Comunicación en América Latina*, Textos Escogidos, ITESO, México. Pp. 1-29.

BENÍTEZ ZENTENO, Raúl (1982): "Descentralización de las ciencias sociales y su integración regional". En *El desarrollo del posgrado en la Educación Superior*, Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, SEP-ANUIES.

BLANCO, José (2001): "Eficiencia Terminal: Prácticas y procesos del posgrado". En Sánchez Puentes y Arredondo Galván (Coords.) (2001): *Pensar el Posgrado: La eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, México. Pp. 109-116.

BOKSER, Judit; Edit ANTAL y Gilda WALDMAN (2001): "Desafíos del posgrado en la FCPyS". En Sánchez Puentes y Arredondo Galván (Coords.) (2001): *Pensar el Posgrado: La eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, México. Pp. 147-166.

BORGMAN, Christine L. (1989): "Bibliometrics and Scholarly Communication, Editors Introduction". En *Communication Research*, Vol. 16, No5.

BOURDIEU, Pierre, et. al. (1975): *El oficio de sociólogo*. Siglo XXI, México.

BOURDIEU, Pierre (1983): *Campo del poder y campo intelectual*. Folios ediciones, Argentina.

BOURDIEU, Pierre (1987): "Estructuras, hábitos y prácticas". En Giménez Montiel (Comp.) *La teoría y el análisis de la cultura*. Programa Nacional de Formación de Profesores Universitarios en Ciencias Sociales: SEP-UdeG-COMECSO,

---

Guadalajara. Textos tomados de P. Bourdieu (1980) *Questions de Sociologie* y de *Le Seus Pratique*, Les Editions de Minuit, París.

BOURDIEU, Pierre (1988): *Homo academicus* (1984) Standford University Press, California.

BOURDIEU, Pierre (1989): *O poder simbólico*, DIFEL, Lisboa.

BOURDIEU, Pierre (1997): "El punto de vista escolástico". En *Razones prácticas. Sobre la Teoría de la Acción*. Anagrama, Barcelona.

BOURDIEU, Pierre y Jean Claude PASSERON (1981): *La Reproducción, Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. LAIA, Barcelona.

BOURDIEU, Pierre y Loïc J.D. WACQUANT (1995): *Respuestas por una antropología reflexiva*. Grijalbo, México.

CALETTI, Rubén Sergio (1983): "Reflexiones sobre teoría y cambio social". Tomado de *Comunicación Cultura*. No10, UAM-Xochimilco, México. Publicado por Godoy y Luna (Comp.) (1986): *Investigación de la Comunicación en América Latina*, Textos Escogidos, ITESO, México. Pp. 61-80.

CAPARELLI, Sergio e Ida Regina C. STUMPF (2001): "El campo académico de la comunicación, revisitado". En Vassallo De Lopes y Fuentes (Comps.) *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. ITESO/UAA/UdeC/UdeG. México. Pp. 59-74.

CAREY, James N. (1989): *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Routledge, New York & London.

CARRILLO LIZ, Alfonso (1982): "Comentarios a la ponencia: El posgrado y la docencia, de Ernesto Domínguez". En *El desarrollo del posgrado en la Educación Superior*, Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, SEP-ANUIES.

CONACyT (1995): *Programa de Ciencia y Tecnología 1995-2000*, México.

CONACyT, Dirección Adjunta de Investigación Científica. Dirección del Programa de Apoyo a la Ciencia en México (1999): *Padrón de Programas de Posgrado de Excelencia para Ciencia y Tecnología, Documentos para la evaluación de los programas por los árbitros externos*.

CONACyT/SEP (2001): *Convocatoria 2001-2002 del Programa para el Fortalecimiento del Posgrado Nacional*. Publicado el 31 de octubre de 2001 en Internet. [<http://www.main.conacyt.mx/daic/padron-excel/index.html>]

CONEICC (1989): *I Reunión Nacional de Posgrados e Investigación en Comunicación*, CONEICC, Guadalajara.

CONEICC (2000): *III Reunión Nacional de Posgrados e Investigación en Comunicación*, CONEICC, Guadalajara.

CRAIG, Robert (1993): "Why are there so many communication theories?" En *The future of the field I, Journal of Communication*, vol. 43, no 3.

- 
- DE LA TORRE ESCOTO, Gabriela y Raúl FUENTES NAVARRO (2002): "Producción de conocimiento y formación de investigadores: un análisis de las tesis de maestría en comunicación en México (1996-2000)". En Aceves González (Ed.) (2002): *Anuario de Investigación de la Comunicación*. Tomo IX. CONEICC. México.
- DÍAZ BARRIGA, Agustín (2001): "Planes de estudio y programas de posgrado: las maestrías". En Sánchez Puentes y Arredondo Galván (Coords.) (2001): *Pensar el Posgrado: La eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, México. Pp.137-146.
- ESTEINOU MADRID, Javier (1998): "La Evolución de la Teoría e Investigación de la Comunicación en México y América Latina". En Esteinou (Coord.) *Espacios de Comunicación*, No3, Biblioteca Francisco Javier Clavigero, Universidad Iberoamericana. México.
- ESTEINOU MADRID, Javier (1988): "Televisión y crisis nacional", en Sánchez Ruiz (Coord.), *La Investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Ediciones de Comunicación/UdeG, Guadalajara, México. pp. 153-168.
- FLORES, Asdrúbal (1982): "Políticas de desarrollo del posgrado". En *El desarrollo del posgrado en la Educación Superior*, Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, SEP-ANUIES.
- FLORES, Jorge (1982): "Investigación y posgrado". En *El desarrollo del posgrado en la Educación Superior*, Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, SEP-ANUIES.
- FORTES BESPROSVANI, Mauricio (2001): "Los estudiantes como actores del posgrado: Eficiencia terminal". En Sánchez Puentes y Arredondo Galván (Coords.) (2001): *Pensar el Posgrado: La eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, México. Pp. 15-24
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1986): "Escuelas de Comunicación y Brechas Tecnológicas en México". En *Tecnología y Comunicación*, CONEICC/UAM-Xochimilco, México.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1988a): *La investigación de Comunicación en México, sistematización documental, 1956-1986*. Estudios de Comunicación, México.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1988b): "La investigación mexicana en comunicación. Sistematización documental, 1956-1986". En Sánchez Ruiz (Coord.), *La Investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Ediciones de Comunicación/UdeG, Guadalajara, México. Pp. 61-83.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1988c): "Pensar la Comunicación desde la Cultura". en *Renglones No 11*, ITESO, Guadalajara.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1990): "La investigación latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y la comunicación". En *Diálogos de la comunicación*, No9, FELAFACS, Bogotá.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1991a): *La Comunidad desapercibida, Investigación e investigadores de la comunicación en México*. ITESO/CONEICC, Guadalajara.

- 
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1991b): "La institucionalización de la comunicación como ciencia social en México. Algunos aportes teóricos para su investigación". En *Comunicación y Sociedad*. No13, CEIC-UdeG. Guadalajara, sept.-dic., pp.25-60.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1992a): *Un campo cargado de futuro, el estudio de la comunicación en América Latina*. FELAFACS, México.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1992b): "El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina". En *Diálogos de la comunicación*, No32, FELAFACS, Lima.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1994): "La investigación de la comunicación: ¿hacia la postdisciplinariedad en Ciencias Sociales?" En Lameiras y Galindo, *Medios y Mediaciones: Los Cambiantes sentidos de la dominación en México*, ITESO / El Colegio de Michoacán, Guadalajara.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1995): "Las publicaciones académicas y la institucionalización del estudio de la comunicación en México". En *Comunicación y Sociedad*, No 22-23, DECS-UdeG, Guadalajara.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1996a): *La investigación de Comunicación en México. Sistematización documental, 1986-1994*. UdeG / ITESO, Guadalajara.
- FUENTES Navarro, Raúl (1996b): "La estructura institucional mexicana para el estudio de la comunicación en los noventa". En Esteinou (Coord.) *Espacios de Comunicación*, No1, Biblioteca Francisco Javier Clavigero, Universidad Iberoamericana. México.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1998): *La emergencia de un campo académico: Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. UdeG / ITESO, Guadalajara.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (1999): "La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI". En *Diálogos de la Comunicación* No. 56. Lima. Pp.52-68.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (2000a): *La investigación académica sobre comunicación en México 1950-2000, Proyecto de desarrollo de bases de información: Protocolo*, Documento para el CONACYT.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (2000b): "El campo académico de la comunicación en México: fundamentos de la postdisciplinariedad". Documento para ser publicado.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (2002a): "El campo académico de la comunicación en México como objeto de análisis auto-reflexivo". Documento subproducto parcial del Proyecto de Bases de Información *La investigación académica de la comunicación en México, 1950-2000, apoyado y financiado por el CONACYT*. En prensa.
- FUENTES NAVARRO, Raúl (2002b): *La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación*. Conferencia inaugural del III Seminario Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação, ECA-USP / COMPÓS, São Paulo. Noviembre.

- 
- FUENTES NAVARRO, Raúl y Enrique SANCHEZ RUIZ (1989): *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México*. Cuadernos HUELLA, No17. ITESO, Guadalajara.
- FUENTES NAVARRO, Raúl y Enrique SANCHEZ RUIZ (1992): "Investigación sobre comunicación en México: los retos de la institucionalización". En Orozco (Coord.), *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventa*, Universidad Iberoamericana (Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, 3) México.
- GALINDO, Jesús y Carlos LUNA (Coords.) (1995): *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. ITESO / CONACULTA (Pensar la Cultura). México.
- GIDDENS, Anthony (1997): *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías comprensivas*. Amorrortu, Buenos Aires.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1999): *La Investigación cultural en México. Una aproximación*. Mimeo. México.
- GODOY FAJARDO, Angela y Carlos LUNA CORTÉS (Comp.) (1986): *Investigación de la Comunicación en América Latina*. Textos Escogidos, ITESO, Guadalajara.
- GONZÁLEZ, Jorge A. (1990): "Los frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida En *Diálogos de la Comunicación* No26, FELAFACS, Lima.
- GONZÁLEZ, Jorge A. (1993): "Metodología y sociología reflexivas. Navegar procelosos mares de placer". En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Vol. V, No15. Programa Cultura, Universidad de Colima, Colima.
- GONZÁLEZ, Jorge A. y Rossana REGUILLO (1992): "México: Volver al futuro. Comunicación y culturas a la vuelta del milenio". En OROZCO (Coord.) *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventa*. Universidad Iberoamericana. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, No3. México.
- HERNÁNDEZ BRINGAS, Héctor Hiram y Vicente GODÍNEZ VALENCIA (2001): "Una visión global de la problemática de la investigación en Ciencias Sociales y Humanidades en México". En Sánchez Puentes y Arredondo Galván (Coords.) (2001): *Pensar el Posgrado: La eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, México. Pp. 183-192.
- IBAÑEZ, Jesús (1991): "Las paradojas de la investigación social: una tarea necesaria e imposible". En *El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden*. Siglo XXI, Madrid.
- IBARRA COLADO, Eduardo (1997): "Las Rutas de la Excelencia. Impactos de la Modernización en las Universidades Mexicanas". En Villaseñor, Guillermo (Coord.) (1997): *La identidad en la educación superior en México*, México. Pp. 49-86.
- ITESM (2000): *Folleto promocional de la Maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación*. México.

- 
- JANKOWSKI, Nicholas W. y Fred WESTER (1991): "The qualitative tradition y social science inquiry: contributions to mass communication research". En Jensen y Jankowski, *A Handbook of qualitative methodologies for mass communication research*, Routledge, Londres y Nueva York.
- JARA E., José Rubén (1981): "Información básica sobre la investigación de la comunicación en México: documentos, instituciones, publicaciones, investigadores y un análisis del estado actual de la disciplina". En *Comunicación, algunos temas*, Año 1, núm. 2-3-4 CENA-PRO / Armo, México.
- JENSEN, Klaus Bruhn (1991): "Humanistic Scholarship as qualitative science: contributions to mass communication research". En Jensen y Jankowski, *A Handbook of qualitative methodologies for mass communication research*, Routledge, Londres y Nueva York.
- JIMÉNEZ SILVA, María del Pilar (2001): "Eficiencia Terminal: Resultado de un proceso de múltiples atravesamientos". En Sánchez Puentes y Arredondo Galván (Coords.) (2001) *Pensar el Posgrado: La eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, México. Pp. 75-90.
- JUÁREZ MENDÍAS, Rosa Esther (1989): "Relatoría final de la Primera Reunión de Posgrados y Centros de Investigación en Comunicación". ITESO, Guadalajara.
- JULIAN GIL, Gastón (2001): "Epistemología y estudios de comunicación, en busca de la constitución de un campo". En Vassallo De Lopes y Fuentes (Comps.) *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. ITESO/ UAA/ UdeC/ UdeG. México. Pp. 91-104.
- KRIPPENDORFF, Klaus (1994): "The past of communications hoped-for future", en Levy y Gurevitch (eds.), *Defining media studies. Reflections on the future of the field*, Oxford University Press, Oxford/Nueva York, pp. 42-52.
- KUHN, Thomas S. (1995): *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica, México.
- LEMAINE, McLEOD, MULKAY, WEINGART (eds.) (1976): *Perspectives on the emergence of scientific disciplines*, Mouton/Aldine, La Haya- París/Chicago.
- LEVY, Mark y Michael GUREVITCH (1993): "Editors Note" en *The future of the field I Journal of Communication*, vol. 43, núm. 3, Pp.4-5.
- LÓPEZ VENERONI, Felipe (1997): *La ciencia de la comunicación, método y objeto de estudio*. Trillas, México.
- LUNA CORTÉS, Carlos (1989): "El Posgrado en Comunicación: Una fuga hacia arriba". En *Renglones*, Año 5, No 14, ITESO, Guadalajara.
- LUNA CORTÉS, Carlos (1995): "Enseñanza de la comunicación: tensiones y desencuentros". En Galindo y Luna (Coords.), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. ITESO / CONACULTA (Pensar la Cultura). México.

- 
- MANCINI, Paolo (1993): "The legitimacy gap: a problem of mass media research in Europe and the United States." En *The future of the field I, Journal of Communication*. Vol.43, No3, p.100-109.
- MALO, Salvador, Garst, Jonathan y Garza, Graciela (1982): "Aspectos ocupacionales del posgraduado", en *El desarrollo del posgrado en la Educación Superior*, Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, SEP-ANUIES.
- MARQUES DE MELO, José (1984): "La investigación Latinoamericana en comunicación". En *Chasqui*, No11, Julio-Septiembre, CIESPAL, Quito. Pp. 4-11. Publicado por Godoy y Luna (Comp.) (1986): *Investigación de la Comunicación en América Latina*, Textos Escogidos, ITESO, México. Pp. 81-92.
- MARQUES DE MELO, José (Coord.) (1992): *Comunicación Latinoamericana: desafíos de la investigación para el siglo XXI*. ALAIC, Sao Paulo.
- MARTIN BARBERO, Jesús (1979, 1983): "Retos a la investigación de la comunicación en América Latina". En *Comunicación y Cultura*. No9, UAM-Xochimilco, México. Pp. 49-63. Publicado por Godoy y Luna (Comp.) (1986): *Investigación de la Comunicación en América Latina*, Textos Escogidos, ITESO, México. Pp. 45-60.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (1989): *La producción de comunicación social*. Cuadernos del CONEICC, México.
- MARTINO, Luiz C. (2001): "Elementos para una epistemología de la comunicación". En Vassallo de Lopes y Fuentes (Comps.) *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. ITESO/UAA/UdeC/UdeG. México. Pp. 75-90.
- MATTELART, Armand y Michele MATTELART (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós Comunicación. Barcelona.
- MORAGAS, Miquel de (1985): *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores. II. Estructura, funciones y efectos*. Gustavo Gili MassMedia, Barcelona.
- NICOL, Eduardo (1979): *Los principios de la ciencia*. FCE, México.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1988): "La investigación en medios de comunicación ¿cientificidad vs. utilidad social?" En Sánchez Ruiz (comp). *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*, Ediciones de Comunicación/UdeG, México. Pp. 101-115.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (1997): *La Investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, Universidad Nacional de la Plata, Buenos Aires.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (Coord.) (1992): *La Investigación de la comunicación en México: Tendencia y perspectiva para los noventa*. Universidad Iberoamericana. Cuadernos de Comunicación y Prácticas sociales, 3. México.

- 
- OROZCO MARTÍNEZ, Carlos Enrique (1999): *Maestría en comunicación con especialidad en la difusión de la ciencia y la cultura. Documento de trabajo para el taller de posgrados del CONEICC*. Guadalajara.
- PERLÓ COHEN, Manuel (1994): *Las ciencias sociales en México. Análisis y perspectivas*. IIS-UNAM/COMECSO/UAM-Azcapotzalco, México.
- PERLÓ COHEN, Manuel y Giovanna VALENTI NIGRINI (1994): "El desarrollo reciente de la investigación de las ciencias sociales y humanidades en México". En Perló (Coord.) *Las ciencias sociales en México. Análisis y perspectivas*, IIS-UNAM/COMECSO/UAM-Azcapotzalco, México.
- PICCINI, Mabel (1978): *La investigación sobre medios de comunicación social en América Latina. Situación actual y alternativas*. Mimeo, México.
- PICCINI, Mabel (1984): "¿Existe una teoría de la comunicación social?" En Fernández Ch. y Yépez, *Comunicación y Teoría Social*. UNAM, México.
- PONTÓN RAMOS, Claudia Beatriz (2001): "Prácticas y procesos de formación: Posgrado de Ciencias Sociales y Humanidades". En Sánchez Puentes y Arredondo Galván (Coords.) (2001) *Pensar el Posgrado: La eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, México. Pp. 117-136.
- PRIETO CASTILLO, Daniel (1984): "Sobre la teoría y el Teoricismo en comunicación". En Fernández Ch. y Yépez H. (Coords.), *Comunicación y Teoría social*. FCPyS-UNAM, México. Pp. 17-30. Publicado por Godoy y Luna (Comp.) (1986): *Investigación de la Comunicación en América Latina*, Textos Escogidos, ITESO, México. Pp. 93-114.
- RAMÍREZ Y RAMÍREZ, Karla Margarita (2003): *Destellos de la Comunicación, la diseminación del conocimiento a través de las publicaciones académicas*. Tesis de maestría en Comunicación con Especialidad en la Difusión de la Ciencia y la Cultura. ITESO, Guadalajara.
- REBEIL CORELLA, Ma. Antonieta y ALVA de la Selva, Alma Rosa (1988): "Perfiles de la Radio en México". En Sánchez Ruiz (Coord.), *La Investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Ediciones de comunicación/UdeG, México. Pp. 195-204.
- REGUILLO CRUZ, Rossana (1997): "Más allá de los medios. Diez años después". En *Comunicación y Sociedad*, No 30. DECS, UdeG, mayo-agosto. Pp.127-147.
- REGUILLO CRUZ, Rossana (1998): "La pasión metodológica o De la (paradójica) posibilidad de la investigación". En Mejía y Sandoval (Coords.) *Tras las vetas de la investigación cualitativa*. ITESO, Guadalajara.
- ROGERS, Everett M. (1993): "Looking back, looking forward: A century of communication study". En Gaunt (Ed.) *Beyond Agendas: New directions in communication research*. Greenwood Press, Westport, CT.
- ROGERS, Everett M. Y Steven H. CHAFFEE (1993): "The past and the future of communication study ¿Convergence or divergence?" En *The future of the field II, Journal of communication*.

- 
- ROJAS BRAVO, Gustavo (1978): *Notas sobre investigación y escuelas de comunicación*. Mimeo, Ponencia en el I Encuentro Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación, UAM-Xochimilco, México.
- ROTA, Josep (1974): "Remarks on journalism education and research in the Americas". in *Mass Communication in Mexico*, proceedings of the march 11-15 seminar in Mexico City. Universidad Iberoamericana/Association for Education in Journalism, México.
- RÜDIGER, Francisco (1996): *Comunicación y teoría social moderna. Introducción a los fundamentos conceptuales de la publicidad*. Fénix, Porto Alegre.
- SÁNCHEZ PUENTES Ricardo, Olivia MIRELES VARGAS y Elizabeth JASSO MÉNDEZ (2001): "Los actores del posgrado de Ciencias Sociales y Humanidades", en Sánchez Puentes y Arredondo Galván (Coords.) (2001): *Pensar el Posgrado: La eficiencia terminal en Ciencias Sociales y Humanidades de la UNAM*, México. Pp. 33-62.
- SANCHEZ RUIZ, Enrique E. (1986): *La enseñanza y la investigación de la comunicación en Latinoamérica, en México y en Jalisco*. UdeG. Cuadernos de Difusión científica, No5. Guadalajara.
- SANCHEZ RUIZ, Enrique E. (1988): "La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y en México". En Sánchez Ruiz (Coord.), *La Investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Ediciones de Comunicación/UdeG, México. Pp. 15-59.
- SANCHEZ RUIZ, Enrique E. (1995): "La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales". En Galindo y Luna (Coords.), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. ITESO / CONACULTA (Pensar la Cultura). México.
- SANCHEZ RUIZ, Enrique E. (2000): "Industrias Culturales y Globalización, un enfoque histórico estructural". En Orozco Gómez, G. (comp.) *Lo viejo y lo nuevo, investigar la comunicación en el siglo XXI*. Ed. De la Torre, Madrid.
- SANCHEZ RUIZ, Enrique E. (Comp.) (1988): *La Investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Ediciones de Comunicación/UdeG, México.
- SANCHEZ RUIZ, Enrique E. y Pablo ARREDONDO RAMÍREZ (1988): "Hacia una agenda para la investigación sobre televisión en México". En Sánchez Ruiz (Coord.), *La Investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Ediciones de Comunicación/UdeG, México. Pp. 117-152.
- SCHWARTZ, Howard y Jerry JACOBS (1984): *Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad*. Trillas, México.
- SERVÍN MASSIEU, Manuel (1982): "Normas y lineamientos del posgrado". En *El desarrollo del posgrado en la Educación Superior*, Coordinación Nacional para la Planeación de la Educación Superior, SEP-ANUIES. México.
- SEWEL, Jr. William H. (1992): "A theory of structure. Duality, agency and transformation", en *American Journal of Sociology*, vol. 98, núm. 1, pp. 1-29.

- 
- SHEEL MAYENBERGER, Carlos (1999): *Maestría en Ciencias con Especialidad en Comunicación. Líneas de Innovación y Desarrollo Tecnológico*. Dirección de Posgrados en Computación, Información y Comunicación, ITESM. México.
- SHEPHERD, Gregory J. (1993): "Building a discipline of communication". En *The future of the field I, Journal of Communication*, Vol.43, No3.
- SWANSON, David L. (1993): "Fragmentation, the field and the future", en *The future of the field II, Journal of Communication*, vol. 43, núm. 4, pp. 63-72.
- TAYLOR, S.J. y R. BOGDAN (1998): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós, Barcelona.
- THOMPSON, John B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós Ibérica, Barcelona.
- TREJO DELARBRE, Raúl (1988): "La investigación mexicana sobre medios de comunicación. Modas, mitos y propuestas". En Sánchez Ruiz (Comp.) *La Investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. Ed. de Comunicación / UdeG, México. Pp. 85-99.
- UIA (1993): *Catálogo General de Posgrado, Dirección General Académica de la Universidad Iberoamericana*. México.
- UIA: <http://www.uia.mx/ibero/prog/posgrados/mcomunicacion/default.html>  
<http://www.uia.mx/posgrados/comunicación/programa.html>  
Visitadas en enero de 1999.
- UNAM: <http://www.posgrado.unam.mx/ppcpys/planest/COM.html>  
<http://dgep.posgrado.unam.mx/progpos/pcps.html>  
<http://sociolan.politicas.unam.mx/estudios1.htm>  
Visitadas en enero de 1999 y junio de 2002.
- VALENTI NIGRINI, Giovanna (1990): "Tendencias de la institucionalización y la profesionalización de las ciencias sociales en México". En Paoli (Coord.) *Desarrollo y Organización de las Ciencias Sociales en México*, UNAM-SIIH-Miguel Angel Porrúa, México.
- VASSALLO DE LOPES, Ma. Immacolata (1990): *Pesquisa en comunicação. Formulação de um modelo metodológico*, Loyola, Sao Paulo.
- VASSALLO DE LOPES, Ma. Immacolata y Raúl FUENTES NAVARRO (Comps.) (2001): *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. ITESO, U. Autónoma de Aguascalientes, U. de Colima y U. de Guadalajara. México.
- WALLERSTEIN, Immanuel, et. al. (1996): *Abrir las ciencias sociales*. Siglo XXI/CIIH, UNAM. México.
- ZERMEÑO FLORES, Ana Isabel (2000): *El posgrado mexicano frente a los requerimientos sociales actuales*, Universidad de Colima, ponencia presentada en el marco de la IV reunión nacional de posgrados del CONEICC en Monterrey. México.

## **Índice de Anexos**

### **Anexo 1**

- a) Tesis de la maestría del ITESM, aprobadas entre 1996 y 2000..... p. 114
- b) Tesis de la maestría de la UIA, aprobadas entre 1996 y 2000..... p.120
- c) Tesis de la maestría de la UNAM, aprobadas entre 1996 y 2000..... p. 125

### **Anexo 2**

Asesores de las tesis aprobadas entre 1996 y 2000  
en el ITESM, la UIA y la UNAM..... p. 130

Gér	Autores	Título	Año	Asesor	Resumen	Pág.	Tema	Line	Parte	Tipolnv	Instrumento	Actores	Medio	Bibl
M	AVILA RIVERA Felipe Eduardo	Usos y aplicaciones del World Wide Web (espacios electrónicos) en el curso Sello Valores Socioculturales en México y Latinoamérica de nivel superior.	1997	Martín Pérez Ma. Luisa	Descripción del potencial de Internet para la educación superior. Análisis acerca del panorama general del desarrollo histórico de Internet y sobre ambientes de aprendizaje y herramientas comunicativas de las tecnologías de información. Hace una propuesta curricular y evaluación del curso "Sello de valores socioculturales en México y América Latina", impartido en el TEC de Monterrey.	74	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	ámbito tecnológico	Empírica	Análisis del medio de comunicación	Receptor: usuarios	Internet	22
M	AYALA PALOMINO Manuel Humberto	La representación del personaje latino en el cine norteamericano y su importancia en el proceso de integración comercial y cultural en el bloque de Norteamérica.	1996	Wilkinson Harper Kenton T.	Trabajo que reflexiona acerca de la importancia del entendimiento cultural como la base para el buen desarrollo comercial entre países. A partir de un análisis de contenido aplicado a una muestra de películas norteamericanas transmitidas por la televisión nacional en Monterrey durante el mes de abril de 1996, el autor concluye que, debido al alcance y penetración del mercado estadounidense en el mundo, se transmite una imagen de la cultura latinoamericana deformada y generalizada poco favorable.	120	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	62
F	BALLESTEROS VALDES Rosalinda Adriana	Ciclos de comunicación en servicios interactivos en línea.	2000	López Islas José Rafael	Análisis de los procesos de comunicación mediada por nuevas tecnologías y las transformaciones organizacionales. Por medio del estudio de un caso, el Sistema de asesoría e inscripción para la internacionalización de alumnos de la dir. de programas internacionales del ITESM, explora los cambios institucionales hacia un servicio interactivo personalizado, los procesos de comunicación y la interactividad. Aplica encuestas a usuarios y entrevistas estructuradas a responsables en la institución para conocer su opinión y percepciones, de acuerdo con indicadores de satisfacción del cliente.	112	Nuevas Tecnologías de Información	NT	proceso	Empírica	Combinadas: Encuestas y entrevistas (366)	Receptor: usuarios	Internet	44
F	BENÍTEZ DE SCHELLERT Rebeca Yanet	Comunicación intercultural. El proceso de adaptación de un extranjero: ¿Una tercera identidad? El caso de las mexicanas en Zurich, Suiza.	2000	Ochoa Oscar	El presente trabajo muestra las etapas cronológicas y consecutivas del proceso de adaptación hasta la obtención de una tercera identidad (proceso evolutivo de la adaptación) de un extranjero y su habilidad de participar en una comunicación intercultural. El análisis de las características que han desarrollado las mexicanas como extranjeras y su experiencia con la cultura suiza puede aportar elementos importantes para la teoría de comunicación intercultural. También se establecen propuestas que facilitan la adaptación de los extranjeros, así como sugerencias a los gobiernos para apoyarlos.	162	Comunicación y cultura.	CI	proceso	Empírica	Entrevistas a profundidad (10)	Actores	no	42
F	BODERO MURILLO Iliana	Televisión y vida cotidiana en las audiencias de nivel socioeconómico bajo de la Cd. de Monterrey, una aproximación a la educación.	2000	Lozano Rendón José Carlos	Estudio exploratorio sobre la recepción de los mensajes de la televisión abierta por parte de las personas de nivel socioeconómico bajo de Mt. Por medio de entrevistas focalizadas, grupos de discusión y del análisis de encuestas de proyectos de la cátedra Televisa en el ITESM, hace un análisis de la relación entre la audiencia, la televisión y sus preferencias de programas, e interpreta la significación que atribuye la audiencia a sus programas favoritos. Hace una reflexión sobre la televisión y la educación.	111	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Combinadas: Entrevistas focalizadas, grupos de discusión y encuestas	Receptor: audiencias	Televisión	68
F	CERDA CRISTERNA Aída de los Ángeles	Maneras de ver y usar la televisión : análisis por género y nivel socioeconómico de los hábitos de consumo televisivo de las audiencias de Monterrey, México y Guadalajara.	1999	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre hábitos y usos frente al televisor en tres ciudades de México, por medio de una encuesta a 2,688 personas para determinar cómo influyen el género y el nivel socioeconómico en estas prácticas mediáticas.	133	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Encuestas	Receptor: audiencias	Televisión	54
M	CHÁVEZ PEÑALOZA Ivan	Desarrollo de un prototipo para el aprendizaje de matemáticas, basado en el constructivismo, e implementado en Internet.	1999	López Islas José Rafael	Diseño y producción de un prototipo multimedia en Internet como apoyo a la enseñanza de las matemáticas en la educación secundaria.	77	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	genera un producto	Propuesta de comunicación	Diseño y producción	Ninguna	Internet	18
M	COLEGIO CHIU Jorge Yahir	¿Realidad o ficción? representación en Hollywood de las personas con HIV/Sida.	1996	Wilkinson Harper Kenton T.	Este trabajo presenta un análisis de contenido de 17 películas hollywoodenses acerca del SIDA, proyectadas en el cine o en videocentros en Monterrey a partir de 1985. Se analiza la forma como estas películas presentan la enfermedad, formas de contagio, síntomas, tratamiento y grupos étnicos, así como edad, sexo, profesión y preferencias sexuales de los protagonistas enfermos. Se encontró que la mayoría de los protagonistas enfermos son blancos, lo cual presenta pros y contras (creencia de los negros y latinos de que son menos propensos a contraer la enfermedad, cuando en realidad es al contrario). Estas películas son realistas y presentan a los homosexuales sin promiscuidad, y generalmente se relaciona la enfermedad con la sexualidad. Comparando con información de organismos especializados en la prevención y tratamiento de VIH, se encontró que todas las películas presentan información confiable y bien fundamentada, aunque elemental.	139	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Cine	58

M	COTERA CORREA Gerardo	RadioUDEM: Una emisora universitaria experimental comprometida con su comunidad.	1998	Cervantes Cristina	Presenta una "radiografía" de la creación de una emisora radiofónica universitaria-experimental de perfil comunitario, con programas elaborados por alumnos y maestros de la Universidad de Monterrey. Estudio descriptivo de Radio UdeM acerca de las audiencias, programación, características, formas de trabajo, logros y retos de esta emisora.	250	Comunicación educativa (Educación y Medios de comunicación)	CM	institución	Empírica	Análisis del medio de comunicación	Emisores y receptores.	Radio	37
F	DE LA GARZA GONZÁLEZ Amparo	Perfil ideal del diseñador de medios de comunicación interactivos para el siglo XXI.	1997	Martínez Arredondo Martha Patricia	Trabajo que describe las características del perfil ideal del diseñador de multimedia. Habla de diferentes requisitos, como comprensión del usuario, capacidad de generalización para crear procedimientos universales que generen productos útiles y accesibles, creatividad para el diseño y habilidades de investigación. Describe también los contextos sociales, legales y aspectos financieros en proyectos de diseño de sistemas multimedia.	153	Nuevas tecnologías de información	NT	emisor	Documenta	Inv. Bibliográfica	Ind. Cultural Emisor	Internet	124
F	DE LA GARZA YÁÑEZ Yamile Yolanda	Patrón de exposición y preferencias programáticas televisivas de los jóvenes de preparatoria de Monterrey y su área conurbada.	1996	Lozano Rendón José Carlos	Investigación cuantitativa sobre la exposición a la televisión, realizada por medio de una encuesta a alumnos de preparatoria de Monterrey, para conocer preferencias en cuanto a programas y su procedencia, canales, horario y frecuencia. Los resultados presentan una mayor preferencia por los programas nacionales y regionales, por arriba de los extranjeros, en los alumnos de clase media, mientras que los hombres de clase alta prefieren los programas extranjeros. Este trabajo concluye q el sexo, la edad y la clase social influyen en el uso de la televisión.	167	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	consumo	Empírica	Encuestas	Receptor: audiencias	Televisión	35
F	DE LA PEÑA ASTORGA Gabriela	El imaginario de jóvenes regiomontanos sobre Estados Unidos y América Latina : descripción, fuentes de formación y el papel de los medios masivos de comunicación.	1997	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre el imaginario de jóvenes regiomontanos acerca de Estados Unidos y América Latina y la influencia de los medios de comunicación como fuentes de información. Por medio de encuestas a 317 alumnos de tres preparatorias de diferentes niveles socioeconómicos en Mty., se analizan las mediaciones que juegan un papel importante en el proceso de interpretación.	160	Estudios de recepción: consumo cultural	CM	recepción	Empírica	Encuestas (317)	Receptor: audiencias	En general	43
F	DUÉÑEZ ELIZONDO María Teresa	Oferta y consumo de cine en México.	1999	Lozano Rendón José Carlos	Documental basado en una investigación bibliográfica acerca del consumo y oferta de cine en México a fines del S.XX. El objetivo es mostrar un análisis de la industria cinematográfica en México, concientizar a la juventud del alto consumo de películas extranjeras, norteamericanas principalmente exponer las alternativas de cine mexicano y extranjero de calidad para fomentar una cultura cinematográfica.	43	Comunicación educativa (Educación para la recepción)	PCVD	consumo/ oferta	Documenta	Inv. Bibliográfica	Ninguna	Cine	29
F	DURÁN SANTOYO Olivia	Presencia, Representación y Temas Indígenas en la Prensa Mexicana: Análisis de Contenido de La Jornada, El norte, Proceso y Época desde la Teoría de Agenda Setting y la Sociología de la Producción de Mensajes durante el año 2000.	2000	Pedroza Gabriela	Análisis de contenido de la prensa para identificar la presencia, tratamiento, fuentes de información, representación y temas indígenas propuestos por los medios desde la perspectiva de la teoría de la <i>Agenda Setting</i> y la Sociología de la producción de mensajes. Se encontró que el <i>conflicto armado en Chiapas</i> es el tema indígena en el que mayor énfasis ponen los medios y que las fuentes oficiales del sector no indígena, son las privilegiadas por los medios. Concluye que la información que recibimos es consustancial al punto de vista hegemónico, desde y relativo a los intereses de quienes detentan el poder.	93	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	60
F	ELIZONDO TORRES Magdalena	Dos semanas en la prensa latinoamericana : análisis desde la perspectiva de la sociología de la producción de mensajes (Newsmaking)	1999	Lozano Rendón José Carlos	Análisis sociológico de la producción de noticias en la prensa latinoamericana: rutinas de trabajo, género, uso de agencias noticiosas, boletines de prensa y periodismo de investigación. Complementa el estudio con un análisis de contenido de 10 periódicos de mayor tiraje en América Latina (Argentina, Brasil, Nicaragua, Chile, Rep.Dominicana, México y, España como complemento comparativo), donde describe los factores que impactan la conformación de la agenda informativa. Identifica dos vertientes: prácticas organizativas que discriminan géneros periodísticos y noticias, y rutinas de trabajo que sustentan la credibilidad de la información. Describe que es frecuente el uso de fuentes oficiales y agencias, que legitiman el grupo que sustenta el poder, y es escaso el periodismo de investigación.	100	Industrias culturales y representaciones.	CM	producción	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	35
M	FERRARA DE LA GARZA Carlos Mauricio	Características Multimedia en Internet.	2000	López Islas José Rafael	El presente trabajo habla de las características de Internet y las plataformas multimedia para usos comerciales, educativos y de entretenimiento. Describe cinco características presentes en los sistemas de información multimedia que no se han aprovechado por completo: la manipulación directa, el incremento de la memoria, el razonamiento alternativo, el razonamiento cualitativo y la resolución de conflictos. Explica el surgimiento de nuevas tecnologías tales como Shockwave, Javascript y Flash que posibilitan la construcción de páginas WEB donde puede hacerse uso de estas posibilidades y enriquecer la experiencia interactiva del usuario con este medio.	42	Nuevas Tecnologías de Información	NT	ámbito tecnológico	Propuesta de comunicación	Diseño y producción	Ninguna	Internet	8

F	FLORES CARRILLO Vanessa Isabel	Estudio de la proyección que los medios de comunicación impresos dan al Partido Revolucionario Institucional (PRI), en comparación con los demás partidos participantes en las elecciones para gobernador: el caso del Estado de Hidalgo.	1999	Rodríguez Garza Juan Manuel	Análisis de contenido de tres periódicos en el estado de Hidalgo durante el periodo electoral para gobernador (1999) para comparar información sobre el PRI en relación con otros partidos políticos. Se analizaron los periódicos de diciembre a febrero de 1999, con un total de 251 notas referentes a las elecciones.	47	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	38
F	GARCÍA LEON Ruth Areli	Preferencias programáticas locales, nacionales y extranjeras en el área metropolitana de Monterrey.	1997	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre los hábitos de consumo televisivo entre los habitantes del área metropolitana de Monterrey por medio de 400 encuestas telefónicas. Los resultados presentan una preferencia por los programas locales y nacionales, sobre los extranjeros, especialmente por las telenovelas.	64	Estudios de recepción: consumo cultural	CM	consumo	Empírica	Encuestas telefónicas	Receptor: audiencias	Televisión	38
F	GARCÍA NUÑEZ DE CÁCERES Elsa Patricia	Televisión, violencia y niños: una propuesta de educación para la recepción.	1999	Martínez Francisco	Investigación documental sobre televisión, violencia y niños, a partir de la cual genera una propuesta de educación para la recepción.	126	Comunicación educativa (Educación para la recepción)	CM	recepción	Documental	Inv. Documental	Receptor: audiencias	Televisión	73
F	GARZA GONZÁLEZ Adriana	Análisis comparativo de las actitudes de los trabajadores del sector público ante el uso de las computadoras en dos ciudades: Monterrey y San Antonio.	1998	López Islas José Rafael	Investigación comparativa de dos grupos de empleados del sector público ante su posible exposición al uso de computadoras en el trabajo. Se hicieron encuestas a 405 trabajadores de juzgados en Mty y San Antonio, por medio de las cuales se identificó que la principal causa de rechazo de esta herramienta es la ignorancia.	122	Nuevas tecnologías y percepciones de usuarios	NT	consumo	Empírica	Encuestas	Receptor: usuarios	Computadora	24
F	GIL DOMÍNGUEZ Mari Cruz	Reconstrucción activa del conocimiento a partir del diseño y producción de un sistema interactivo multimedia.	1997	Verdines A. Martha Patricia	Diseño, realización y evaluación de un sistema interactivo multimedia para la construcción activa del conocimiento en la fase de motivación en un proceso de aprendizaje. Se presenta el diseño de la interfaz (prototipo experimental) de un módulo de inducción para cursos de Sistemas de Información en instituciones de educación superior, por medio de investigación documental, observaciones y entrevistas.	92	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	genera un producto	Propuesta de comunicación	Diseño, producción y análisis de la estrategia de com. Observación participante y entrevistas.	Receptor: usuarios	Computadora	36
M	GÓMEZ CRUZ Edgar	Identidad y comunicación en el ciberespacio: un estudio de caso.	1999	Lozano Rendón José Carlos	Creación de identidad, formas de comunicación y relaciones interpersonales entre miembros de una comunidad virtual: la Casa Club del ITESO. Hace un análisis de los usuarios por medio de la observación participante en dos foros, el registro de usuarios, entrevistas focalizadas y una sesión de grupo presencial para conocer los procesos de creación de identidad, de comunicación y socialización en este medio.	91	Nuevas Tecnologías de Información	NT	recepción	Empírica	Análisis del medio	Receptor: usuarios	Internet	114
F	GROSSO ESPINOSA Liliana	Telecomunicaciones y jerarquía de poder en América.	1998	Zeraoui Zidane	Estudio sobre la potencialidad relativa de las nuevas tecnologías en la ecuación <i>poder potencial</i> (capital de inversión, consumo, mercado, telecomunicaciones y flujo de inf.) de los países de América Latina, sustentado en la teoría realista de las relaciones internacionales. Analiza la capacidad de los países para influir sobre otros de acuerdo con 7 dimensiones de indicadores de potencialidad. Según los resultados, EEUU es un país superpotencial; Canadá y Brasil tienen una potencialidad alta; México, Argentina y Puerto Rico, intermedia; Colombia, Chile, Venezuela y Perú, baja; y Bolivia, nula.	95	Nuevas Tecnologías de Información	CI	ámbito tecnológico	Empírica	Otros: Análisis socio-económico	Ninguna	En general	24
F	HERNÁNDEZ CASTAÑEDA María de Lourdes	Discusión y Apropiación de Contenidos Televisivos entre los miembros de las familias de Monterrey, Guadalajara y México, D.F.	2000	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre la discusión y apropiación de los contenidos televisivos en las ciudades de Monterrey, Guadalajara y México, D.F., para conocer las mediaciones televisivas. En la metodología se describe el cruce de información cualitativa y cuantitativa, donde se trabajaron 2,886 encuestas y 180 entrevistas. De acuerdo con los resultados, el género determina ciertos patrones de comentarios, generalmente no se programan exposiciones al televisor excepto algún programa favorito como telenovelas, fútbol y noticieros. El trabajo concluye que los contenidos televisivos son comentados por los televidentes, pero no en el seno familiar. La edad, el género y el nivel socioeconómico determinan la cantidad y tipo de comentarios. Se agregan apéndices de los formatos empleados para la obtención de los datos.	113	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Combinadas: Encuestas (2886) y entrevistas (180) en tres ciudades de México.	Receptor: audiencias	Televisión	46
M	HUERTA WONG Juan Enrique	Hacia una evaluación de la TV mexicana: Diversidad en la programación abierta durante 1999.	2000	Lozano Rendón José Carlos	Investigación sobre la diversidad de la programación de TV abierta durante 1999, por medio de un análisis cualitativo sobre el sistema televisivo, la programación y los contenidos culturales. Analiza los resultados de 10 proyectos de inv. de la Cátedra Televisa en el ITESM. Concluye que la diversidad de canales y oferta es escasa: se concentra en dos empresas, dos formatos (ficción e inf.) y un país de origen (EU). Reflexiona acerca de la necesidad de políticas culturales que impulsen la diversidad en sistema televisivo mexicano en congruencia con un sistema social inclusivo.	102	Industrias culturales: oferta cultural	CM	oferta	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	97

M	LEETOY LÓPEZ Salvador	Percepción, consumo y apropiación de los dibujos animados extranjeros de la barra infantil de canal 5 entre niños de 8 a 10 años de la Ciudad de Zacatecas: el caso de Dragon Ball Z.	1998	Lozano Rendón José Carlos	Análisis de la recepción de mensajes transmitidos por televisión en la programación infantil de dibujos animados. El trabajo presenta el análisis de un caso, la recepción de "Dragon Ball Z" por medio de entrevistas focalizadas y sesiones de grupo con referencia a los Estudios Culturales, a niños de 8 a 10 años de clase media y alta en Zacatecas.	90	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Combinadas: Entrevistas focalizadas (30) y sesión de grupo (7).	Receptor: audiencias	Televisión	31
M	LÓPEZ DEL PUERTO Luis Manuel	Documentación del uso y aplicación de las nuevas tecnologías de comunicación en un proceso de enseñanza-aprendizaje por profesores de programas de posgrado a distancia.	1999	López Islas José Rafael	Investigación sobre el uso y aplicación de nuevas tecnologías en programas de posgrado a distancia del TEC por medio de encuestas telefónicas a 37 de los 45 profesores de dichos programas (la mayoría radicados en Monterrey).	98	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	ámbito tecnológico	Empírica	Encuestas telefónicas	Receptor: usuarios	Internet	30
F	LÓPEZ GALVÁN María Enriqueta	El sistema Multimedia Pilotó: Vida Sana.	2000	López Islas José Rafael	Análisis del sistema multimedia: Vida Sana, prueba piloto de un programa informativo por medio de televisión e Internet. Se encontró que la mejor manera de transmitir información sobre el concepto Vida Sana es a través de la motivación de la gente y la orientación al encontrar lo que necesita para adoptar un estilo de vida saludable. Se seleccionó a la televisión por ser un medio informativo general y básico, masivo y audiovisual, y el Internet, por ser un medio de información específica y profunda de manera interactiva y atemporal. Dicho sistema multimedia aprovecha las potencialidades de ambos medios para complementarios y enfrentar una necesidad de información como la que requiere la sociedad actual.	99	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	PCVD	ámbito tecnológico	Propuesta de comunicación	Diseño y producción	Ninguna	TV e Internet	2
F	LOZANO GARZA Blanca Delma	Diagnóstico de la oferta y consumo de medios de comunicación en dos poblados del Estado de Nuevo León.	1998	Lozano Rendón José Carlos	Diagnóstico descriptivo de la oferta de medios de comunicación, disponibilidad de programas televisivos, circulación de prensa, acceso a revistas, estaciones de radio, antenas parabólicas, uso de videocaseteras y teléfono en dos municipios de Nuevo León con limitaciones de oferta debido a las condiciones geográficas (Minas y Rayones). Por medio de la observación y entrevistas guiadas con cuestionarios a 30 familias de cada municipio, se describen las disponibilidades, exposiciones y preferencias programáticas de las poblaciones.	95	Industrias culturales: Oferta y consumo cultural	CM	oferta	Empírica	Combinadas: Observación, entrevistas guiadas.	Receptor: audiencias	En general	43
F	MÁRQUEZ DE LA GARZA Myrna Eugenia	El papel de las mediaciones en niños de primero de primaria: un estudio de recepción.	1996	Lozano Rendón José Carlos	Basado en el enfoque de los estudios culturales, esta tesis pretende conocer el papel de las mediaciones en el proceso de recepción infantil. Por medio de la observación participante, entrevista a profundidad y dos grupos de discusión, se observó cómo los niños de primaria de diferente clase social se apropian de los mensajes televisivos, la credibilidad que le atribuyen, cómo está presente la TV en el aula y el acompañamiento de la familia en la exposición a la TV. Explica que los niños de clase baja suelen ver TV acompañados por un adulto, se apropian más de los mensajes y les atribuyen más credibilidad que los de clase alta. Mientras que la escuela pública niega la TV, la escuela privada se apoya en los medios para explicar y lograr un mejor entendimiento. La autora concluye que el factor socioeconómico es determinante en el proceso de recepción y en el uso de la TV.	138	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Combinadas: Observación participante, entrevistas a profundidad y dos grupos de discusión.	Receptor: audiencias	Televisión	21
M	MÁRQUEZ ORTIZ Allende Sendic Antonio	"Estaba un día Trino...".	2000	McIntyre Steve	Este reporte describe el proceso de producción del video documental "Estaba un día Trino...", presentado como proyecto de tesis, desde la idea creativa hasta la postproducción del video acerca del trabajo de Trinidad Camacho Orozco, <i>Trino</i> , monero de periódicos como <i>La Jornada</i> del DF, <i>Público</i> de Guadalajara y de las revistas <i>Milenio</i> y <i>El Chamuco</i> . Describe su relación con otros moneros y algunas características de su humor.	35	Lenguaje mediático: Géneros periodísticos, caricatura	PCVD	genera un producto	Empírica	Entrevista	Ind. Cultural: Emisor	Prensa	2
M	MARROQUÍN NARVÁEZ Jorge	Relaciones norte-sur. Las agencias de noticias internacionales y la visión de occidente en periódicos de América Latina.	1998	Lozano Rendón José Carlos	El presente trabajo hace un análisis sobre las diferentes tendencias del flujo de noticias internacionales en los periódicos de América Latina, basadas en las agencias internacionales de noticias (UPI, AP, AFP y Reuter). Dichas agencias presentan una mirada occidentalizada del mundo y desfavorece a los países en vías de desarrollo. En los periódicos analizados, la mayoría de las noticias son de EU y de Europa, de cuyos países se exaltan las cosas "positivas". La mayoría de los periódicos utilizan una combinación de agencias, entre las cuales se encuentra en un lugar importante la agencia española EFE. Esto es con el propósito de diversificar las fuentes, pero en realidad no existen opciones alternativas. Dichas agencias ejercen una fuerte influencia en la mediación de la información y representación del mundo de manera segmentada.	70	Industrias culturales y representaciones.	CM	circulación	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	31

F	MARTÍNEZ RUIZ Myrna Guadalupe	La telenovela y sus mujeres: los roles femeninos.	1998	Lozano Rendón José Carlos	A partir del supuesto de la importancia de la telenovela a nivel internacional y de sus impactos en los televidentes, a través de un análisis de contenido, este trabajo indaga acerca del tipo de roles y representaciones de la mujer que se presentan en las telenovelas exhibidas en la televisión comercial de Monterrey. Se incluye un análisis sobre las características sociodemográficas repetitivas de las mujeres representadas, su relación respecto de los hombres en el ámbito laboral o social, las características de los roles respecto de los cambios sociales existentes (abnegación, sumisión, independencia, seguridad, etc.), el contraste entre el estereotipo de hombres y mujeres con respecto a los perfiles presentados y el contraste entre la representación y la situación real de las mujeres dentro de la sociedad y la familia. Finalmente se pretende conocer si predomina la imagen de la mujer como dependiente del hombre y si la procreación es el único objetivo de vida de las mujeres en las telenovelas.	179	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	54
F	MEGCHUN ALPIZAR Rosa María	Análisis de Contenido de Sitios en Internet de Candidatos a la Presidencia de Estados Unidos en el año 2000.	2000	López Islas José Rafael	Análisis de la oferta de contenidos de 40 sitios en Internet, seleccionados por un motor de búsqueda en Netscape de candidatos a la presidencia de Estados Unidos en el año 2000. Los hallazgos confirman el uso de Internet para una campaña política como medio de obtención de fondos, como medio informativo y como espacio para el diálogo y la promoción de la participación. Sin embargo, la descentralización que permite la herramienta no se reflejó en una presencia similar en Internet de los candidatos de los diferentes partidos. Además, en términos generales, fueron los sitios oficiales los que explotaron en mayor medida los recursos del medio.	77	Nuevas Tecnologías de Información	NT	oferta	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Internet	36
F	PÉREZ CHAVARRÍA Mariela	Un acercamiento -desde la comunicación- a la interpretación de la cultura organizacional de una multinacional mexicana: el caso de CEMEX.	1997	Buendía Agustín	Estudio cualitativo exploratorio del caso de la empresa CEMEX acerca de cómo la comunicación (discurso del director, informes anuales y video) influye en la cultura organizacional. A partir de este trabajo basado en la teoría emergente desde un enfoque interpretativo simbólico, la autora identifica que la empresa genera una imagen de sí misma como exitosa con algunas fallas y debilidades pero, sobre todo, en un proceso de transformación constante (dinámica). Reflexiona acerca de la importancia de la cultura organizacional como medio de adaptación intercultural.	121	Comunicación organizacional y estrategias de comunicación	Otro	institución	Empírica	Análisis de estrategias de comunicación	Organización	Varios: organizacional	108
F	PÉREZ LOZANO María Eugenia	Interpretación de un episodio de "Los Simpson" en seis grupos de regiomontanos. Un estudio de recepción.	1997	Lozano Rendón José Carlos	Estudio del proceso de recepción televisiva a través de las interpretaciones hechas por 6 grupos de audiencia regiomontana. La autora concluye que las diferentes interpretaciones de los mensajes son generadas por la suma de factores del proceso de recepción y las mediaciones de las comunidades de referencia a la cual pertenece el sujeto.	200	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	recepción	Empírica	Grupos de discusión	Receptor: audiencias	Televisión	41
F	RAMÍREZ STAVROS Marcela	Juventud para crecer... experiencia para volar: (planificación hacia la tercera edad).	1998	Lozano Rendón José Carlos	Diseño y producción de un video dirigido a jóvenes para despertar el interés y crear conciencia de las necesidades de planificar para la tercera edad. El producto comunicativo pretende modificar la actitud moral, social y de salud. Se realizó con base en entrevistas, investigación bibliográfica y un sondeo entre la población meta.	95	Comunicación educativa (Educación y Medios de comunicación)	PCVD	genera un producto	Propuesta de comunicación	Diseño y producción. Entrevistas e Inv. Bibliográfica.	Ninguna	Video	19
M	RODRÍGUEZ ELIZONDO Fernando Abiel	La Apelación al Miedo como una Estrategia para la Comunicación Ambiental.	2000	Rodríguez Garza Juan Manuel	Trabajo que prueba la efectividad de un mensaje basado en la apelación del miedo en comparación con un mensaje informativo acerca de la escasez de agua en Monterrey. Se utilizó un modelo hipotético a partir del modelo ordenado de la motivación por la protección (Tanner, Hunt y Eppright, 1991), para realizar un experimento de laboratorio con 162 habitantes de Monterrey. Se encontró que la experiencia y el conocimiento previo del tema contribuyen para formar una conciencia de la severidad y cercanía del riesgo y presentar una mayor disposición para el ahorro de agua. La amenaza en el anuncio colaboró para la percepción de la severidad del riesgo, pero no se pudo demostrar que la amenaza fuera responsable de incrementar el involucramiento con el tema. Se concluye que la efectividad de un mensaje requiere varias exposiciones, ya que los efectos son acumulativos.	67	Comunicación educativa (Educación y Medios de comunicación)	CM	efectos	Empírica	Encuestas	Receptores	Impreso	21
F	RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ Daniela María	Industria y Cultura Musical: la cultura en los procesos de producción y difusión de música popular para mercados trasnacionales.	1996	Wilkinson Harper Kenton T.	Estudio sobre el papel de la cultura en la selección, producción y difusión del movimiento musical grupero norteno y texano en mercados transnacionales en relación con el debate entre homogeneización y diversidad de la oferta cultural ante la globalización. Identifica las condicionantes internas de las industrias independientes como fuerza diversificadora de la oferta de música comercial en el mercado, basada en la diversidad cultural existente, por medio de una investigación campo y tres entrevistas estructuradas a tres empresas independientes en Monterrey y San Antonio, Texas.	226	Industrias culturales musicales y globalización	CI	circulación	Empírica	Varios: Entrevistas estructuradas e investigación de campo	Industrias culturales	Internet	108
M	SALVO MENDIETA Enrique Javier	Los videos Musicales como Herramienta de aprendizaje de la moda actual para los jóvenes.	1999	López Islas José Rafael	Análisis de la construcción valoral sobre la moda en el vestir de jóvenes universitarios en Managua a partir de la exposición a videos musicales. Se basó en la aplicación de una encuesta a 200 alumnos y un experimento con dos grupos de discusión, uno con exposición a un video y otro sin la exposición.	84	Estudios de recepción y mediación televisiva.	CM	efectos	Empírica	Combinadas: Encuestas (200) y un experimento con grupos de discusión	Receptor: audiencias	Video	22

F	TABLATE AROSEMENA Mary Carmen.	Análisis de la representación de la mujer en las comedias de situación norteamericanas de mayor audiencia transmitidas por televisión aérea en México.	1998	López Islas José Rafael	Análisis de contenido cualitativo de tres comedias de situación televisivas norteamericanas para identificar los estereotipos femeninos y compararlos con los estereotipos de la cultura latinoamericana. Esta tesis analiza 7 capítulos de los programas <i>La Niñera</i> , <i>Seinfeld</i> y <i>Friends</i> , para describir cómo se representan las mujeres en cuanto a sus atributos físicos, de personalidad y sociales, y compararlos con nuestra cultura.	104	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	37
F	TAPIA BARANDA Laura Emilia	Nivel de uso, aplicación y percepción sobre nuevas tecnologías de comunicación de alumnos de programas de posgrado a distancia.	1999	López Islas José Rafael	Investigación sobre el grado de conocimiento de los alumnos de posgrado de la Universidad virtual del TEC sobre las nuevas tecnologías y la forma en que las utilizan para sus estudios. Se aplicaron 250 encuestas a nivel nacional.	72	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	consumo	Empírica	Encuestas	Receptor: usuarios	Internet	22
F	TOBA MERY Elvira	El enfoque del establecimiento de agenda y el nuevo orden mundial de la información y la comunicación en dos semanas de prensa latinoamericana.	1999	Lozano Rendón José Carlos	Investigación propuesta por el Grupo de Trabajo de Estudios de Periodismo de la Asociación Latinoamericana de Investigaciones de la Comunicación (ALAIIC). Presenta un análisis de contenido de 8 periódicos latinoamericanos, de todas las noticias (2,181 notas) durante dos semanas, para conocer los temas más destacados en la agenda de noticias internacionales propuesta por los diarios, países mencionados y fuentes noticiosas. Hace un diagnóstico sobre las tendencias de temas internacionales de la prensa en LA y la conformación de agendas.	78	Industrias culturales y representaciones.	CM	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	39
F	VIDAL LÓPEZ Ma. Magdalena	Aplicación del diseño metafórico en la producción de un sistema interactivo multimedia.	1997	Verdines A. Martha Patricia	Aplicación de la Guía de diseño metafórico en el diseño y producción de un sistema multimedia para comprobar si el uso de metáforas incrementa la familiaridad y reduce la complejidad percibida por el usuario al interactuar con el sistema resultante. Se presenta una investigación cualitativa y experimental para evaluar la efectividad de un sistema multimedia metafórico acerca de las aves migratorias en México.	62	Comunicación educativa (Nuevas tecnologías de información y educación)	NT	genera un producto	Propuesta de comunicación	Diseño, producción y análisis de la estrategia de com.	Receptor: usuarios	Computadora	25

5 tesis de temas relacionados con comunicación en países extranjeros

La propuesta de comunicación puede incluir además un proceso de evaluación empírico.

Prom. refs citadas **44**

4638

Promedio de páginas por tesis **105.4**

Gén.	Autores	Título	Año	Asesor	Resumen	Pág.	Tema	Línea	Parte	TipoINV	Instrum	Actores	Medio	Bibl
M	ACOSTA BRAVO Carlos Miguel	La comunicación en procesos de liquidación de personal. Propuesta de plan estratégico de comunicación.	2000	Rebeil Corella Ma. Antonieta	Diagnóstico y estrategias de comunicación en las empresas Azufrera Panamericana, S.A. y Compañía Exploradora del Istmo, desde el enfoque de cultura organizacional, para propiciar un clima laboral favorable. A partir de dicho diagnóstico (observación, reuniones con el grupo directivo y entrevistas) se describen las estrategias de comunicación empleadas en 1991-1992 en imagen institucional, cambio cultural, flujo de información interna y externa y reajuste de personal por cuestiones financieras.	115	Comunicación organizacional	Com. organizacio nal	proceso	Propuesta de comunicac ión	Observación y entrevistas. Estrategias de com.	Organización	Varios: comunicac ión organizaci onal	45
F	ALPIREZ ANTILLÓN Ana Carolina	Relaciones peligrosas: periodismo y narcotráfico.	1996	Esteinou Madrid Francisco Javier	Investigación sobre la relación entre la prensa y los narcotraficantes en México, por medio de un análisis bibliohemerográfico y entrevistas. Incluye una descripción del narcotráfico en México, sus principales actores y productos, así como sus relaciones de poder con el Estado, las fuerzas de seguridad y los carteles internacionales. Hace un estudio de estas interacciones y su relación con la prensa en México, poniendo como ejemplo los casos de diferentes diarios para demostrar cómo éstos cubren las notas relacionadas con el narcotráfico.	140	Industrias culturales y representacione s.	Com. y periodismo	institucione s	Empírica	Análisis de contenido	Emisores	Prensa	196
F	ARAUJO HERNÁNDEZ Florángel Liropeya	Tecnología y Sociedad. El impacto social del uso de la videoconferencia en México	2000	Esteinou Madrid Francisco Javier	Investigación sobre el uso, ventajas y limitaciones de la videoconferencia en México. Se presenta el estudio de 6 casos de diferentes organizaciones (Pepsi, CANACINTRA, ISSTE, TEC, CNA y Banamex), desde una perspectiva sociológica, por medio de entrevistas para conocer el uso y punto de vista de las instituciones respecto de esta tecnología.	175	Nuevas Tecnologías de Información	Nuevas Tecnología s	ámbito tecnológico	Empírica	Análisis de estrategias de com.	Organización	Teleconferencia	51
M	ARRIOLA GARCÍA Roberto	La comunicación política como instrumento de construcción institucional.	1999	Esteinou Madrid Francisco Javier	Análisis de la producción, difusión y uso de la información en sistemas productivos formales (recursos simbólicos que mantienen el imaginario colectivo). Presenta un diagnóstico de la institución presidencial al interior del sistema político mexicano (1994-1998), desde el enfoque teórico metodológico de A. Nosnik.	122	Comunicación y política.	Com. y política	producción-emisión	Empírica	Análisis de estrategias de com.	Estado.	Ninguno	13
F	BONILLA LOYO Elizabeth	Proyectos, logros y rupturas: el campo de la Comunicación, Facultad de Ciencias de la Comunicación, caso Universidad Veracruzana.	1999	Benassini Félix Claudia María	Análisis institucional y estructural de los elementos constitutivos del campo académico de la comunicación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la U. Veracruzana desde una perspectiva sociohistórica del campo de la comunicación y del campo académico. Trabaja desde cuatro dimensiones: formación profesional en comunicación, composición académica, composición estudiantil y recursos institucionales.	119	Comunicación educativa (Enseñanza de la comunicación)	Com. y educación	ámbito educativo	Empírica	Otro: Análisis estructural e institucional	Académicos	Ninguno	
F	BRANDOLIN CHIARIOTTI Analía y ROSBOCH BUSCAGLIA Ma. Eugenia	Transformaciones "Al Aire", la participación radial: un protagonismo compartido.	1999	Rodríguez Mariángela y Esteinou Madrid Fco. Javier	Análisis de contenido de dos programas radiofónicos de participación activa de la audiencia, en el D.F., de octubre de 1998 a mayo de 1999. Desde la perspectiva hermenéutica se estudian las construcciones simbólicas de los actores sociales y su forma de interacción en los programas radiofónicos. Concluye que el protagonismo es compartido en estos programas en cuanto a la posibilidad de ejercer control sobre signos y significados y, sus características difieren según la influencia de los protagonistas sobre las representaciones del otro. En este sentido, se constituyen estos programas como espacios culturales de negociación, cuestionamiento y legitimación de discursos transformadores del orden social.	198	Estudios de recepción	Com. y cultura (decía radio)	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Emisores y receptores	Radio	65
F	BURKLE BONECCHI Martha	Mujeres e Internet: Búsqueda de nuevos espacios sociales.	1998	Gómez Mont Araiza Carmen Lucía	Investigación en torno al entretjeido social-tecnológico-cultural en el que se enmarcan las relaciones entre mujeres e Internet. Incluye una revisión del discurso feminista en USA y Europa, y una descripción del contexto en México, Internet y las comunidades virtuales femeninas.	160	Nuevas tecnologías, usos y percepciones de usuarios	Nuevas Tecnología s	consumo	Documental	Inv. Documental	Receptor: usuarios	Internet	80
M	CAMPOS GARCÍA José Luis	La experiencia musical en Internet.	1999	Esteinou Madrid Francisco Javier	Análisis exploratorio descriptivo del modo como se desarrolla y manifiesta el campo artístico musical en Internet, desde las perspectivas teóricas de McLuhan y Bourdieu. Presenta una descripción de las formas de distribución y circulación de la música en este medio. Hace una reflexión sobre la transformación de las formas de producción, campos, agentes, capital cultural, hábitos y nuevos procesos de apropiación y percepción de los bienes simbólicos y musicales.	239	Nuevas Tecnologías de Información	Nuevas Tecnología s	producción-circulación	Empírica	Análisis del medio	Industrias culturales	Internet	90

F	CANALIZO ALMEIDA Ma. Guadalupe	La mediación televisiva: Explorando estrategias pedagógicas.	1998	Núñez Gornés Luis	Investigación exploratoria, por medio de entrevistas, acerca de las mediaciones familiares y hábitos televisivos en niños de 4o, 5o y 6o de primaria de clase alta en el DF. Se basa en estudios de mediación de G. Orozco y J. Martín Barbero para el análisis y la propuesta pedagógica de mediación televisiva.		Estudios de recepción televisiva.	Com. y educación	recepción	Empírica	Entrevistas	Receptor: audiencias	Televisión	32
F	CASTANEDA RETAMOZO Gladys María	Reflexiones sobre la visión de la Iglesia Católica respecto de los medios de comunicación: una construcción histórico social del caso mexicano.	1997	Maya Obé Carlos	Análisis histórico social de la relación Iglesia-Estado en México desde 1929 a la fecha, por medio de una investigación documental acerca de la evolución de la visión de la Iglesia Católica frente a los medios de comunicación masiva y su aprovechamiento para evangelizar al pueblo mexicano.	175	Historia de las industrias culturales	Com. y cultura (decía sociedad)	institución	Documental	Inv. documental.	Industrias culturales	Televisión	77
F	CASTELLANOS XOLOCOTZI Victoria	Evaluación del uso del Aula de medios por los maestros y alumnos de las escuelas primarias Ernesto Alconedo y República Española del D.F.	2000	Sandoval Cavazos Jorge	Inv. exploratoria sobre el proyecto Red Escolar administrado por el ILCE para conocer el significado que los alumnos y profesores atribuyen al "aula de medios", sus usos, interacciones, roles y modelos pedagógicos. Se emplea la observación y entrevistas abiertas, desde la perspectiva de Estudios Culturales, interaccionismo simbólico y análisis del discurso. El autor plantea recomendaciones para mejorar el diseño y planificación de proyectos educativos con tecnología.	129	Comunicación educativa (NTI y educación)	Com. y educación	consumo: uso	Empírica	Combinadas: observación y entrevistas	Receptor: usuarios	Computadora	76
Dos (F)	CASTELLUCCIO CARREROU Adda Patricia y VICO GHIRONI Milagro Jesús	Modelo comparativo de estrategias de comunicación. El caso de dos grandes empresas.	2000	Nosnik Ostrowiak Abraham y Rebeil Corella Ma. Antonieta	Análisis comparativo descriptivo de las estrategias de la comunicación interna de dos empresas (Gigante y Apasco) a partir del cual los autores plantean una propuesta de modelo teórico que contribuya a mejorar la comunicación dentro de las diferentes áreas de la organización. El estudio de los casos se apoya en observaciones, análisis de las estrategias de comunicación y entrevistas a profundidad.	168	Comunicación organizacional.	Com. organizacional	proceso	Empírica	Análisis de estrategias de com.	Organización	Varios: comunicación organizacional.	27
M	CORNELIO CHAPARRO Jaime Enrique	Televisión y poder en México.	1997	Orozco Gómez Guillermo	Estudio crítico sobre los medios de comunicación, con énfasis en la televisión y su relación con el poder, el Estado, las élites y la sociedad civil. Presenta una retrospectiva de la historia de la relación entre la TV y el Estado y la función en la sociedad.	118	Comunicación y política	Com. y cultura (decía sociedad)	instituciones	Documental	Inv. documental	Industrias culturales y Estado	Televisión	78
F	CORTÉS ROCHA Ma. Carmen	Los escolares, el tiempo libre y los medios de comunicación.	2000	Prieto Francisco	Investigación sobre la distribución del tiempo libre de niños y adolescentes en 23 localidades (rurales, semirurales y urbanas) de escuelas públicas y privadas en el ciclo escolar 85-85, en el DF, Puebla, Edo. de México y Baja California Norte. Se aplicaron 1523 cuestionarios a alumnos de 5o y 6o de primaria y de secundaria para conocer su consumo cultural.	257	Estudios de recepción	Com. y cultura	consumo	Empírica	Encuestas	Receptor: audiencias	Televisión	110
M	DE VECCHI ESPINOSA DE LOS MONTEROS Bruno Fernando	El hipertexto y su lenguaje: <i>Afternoon</i> de Michel Joyce y <i>Rayuela</i> de Julio Cortázar. Un estudio comparativo.	1998	Pizani Francis	Análisis comparativo del lenguaje empleado por dos novelas en dos medios de comunicación distintos (texto electrónico y texto impreso). Se apoya en un marco teórico metodológico de análisis basado en el hipertexto como forma de significación, interrelación y construcción.	167	Lenguajes mediáticos	Nuevas Tecnologías	mensaje: lenguaje	Empírica	Análisis de contenido	Ninguna.	Impreso y digital	177
F	DÍAZ LARRAÑAGA Nancy Elizabeth	Significado y producción audiovisual: prácticas y reformas de producción del video independiente en México.	1998	Lindón Villoria Alicia	Investigación cualitativa sobre la producción y realización de video independiente en México como práctica cultural productora de sentido. Desde la perspectiva del productor, la autora analiza el proceso de comunicación social que se genera a partir del producto comunicativo. Por medio de entrevistas, relatos de vida y el análisis de videos este trabajo responde a las preguntas por el contexto de producción, cómo y porqué determinados sentidos y representaciones se materializan en un producto audiovisual y cuáles son las formas de producción involucradas.	224	Industrias culturales.	Com. y cultura	producción	Empírica	Varios	Emisores	Video	142

Dos (F y M)	FLORES THOMAS Claudio Ernesto y PORTILLO SÁNCHEZ Maricela	Evaluación de una estrategia de comunicación: Análisis de caso de dos programas de salud.	1998	Nosnik Ostrowiak Abraham	Investigación evaluativa de dos estrategias de comunicación nacional del Sector Salud: el Programa Nacional de Atención y el Paquete de Promoción a la Salud, cuyo objeto es ampliar la cobertura del servicio de salud a las comunidades marginadas de áreas rurales e indígenas, por medio de la construcción de una cultura de prevención y cuidado personal. Se presenta el análisis cualitativo de los flujos de comunicación, factores, actores y redes en cinco poblaciones (en Oaxaca, Veracruz, Campeche Zacatecas e Hidalgo), por medio de observación, grupos de enfoque y entrevistas a profundidad. Se proponen líneas estratégicas para generar un sistema de información, seguimiento y evaluación de la comunicación de estos programas de salud, así como recomendaciones para una mayor efectividad.	94	Comunicación organizacional	Com. organizacional	proceso	Empírica	Análisis de estrategias de comunicación	Emisores y receptores	Varios, comunicación institucional	27
F	GARCÍA HERNÁNDEZ Caridad	Acción de la universidad en la práctica periodística. Seguimiento de egresados de la licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México.	1998	Cornejo Portugal Inés	Análisis y reflexión acerca de la función social de la universidad en la formación de periodistas. Se basa en los conceptos de hábitos, prácticas y campo de Bourdieu. El resultado de la investigación documental y las entrevistas a profundidad llevan a la conclusión de que existe un desfase entre la formación académica y el campo laboral.	143	Comunicación educativa (Enseñanza de la comunicación)	Com. y periodismo	ámbito educativo	Documental	Inv. Documental y entrevistas a profundidad.	Académicos	Ninguno	118
M	GIL DE LA TORRE José Manuel	La privatización del sistema satelital mexicano ECOS a dos años de distancia.	1999	Gameros Espondia Manuel Emilio	Investigación explicativa del paradigma actual en el que se inscribe el modelo de desarrollo nacional y la estrategia de privatización satelital. El estudio se enmarca en la apertura comercial y la búsqueda de capital extranjero para la promoción del desarrollo nacional en un sistema económico de competitividad, productividad y libre comercio.	228	Comunicación y política (regulación de la comunicación en México)	Nuevas Tecnologías	ámbito político	Documental	Inv. Documental	Estado	Ninguno	101
M	GUADARRAMA RICO Luis Alfonso	Familias y televisión: un enfoque sistémico.	1997	Cornejo Portugal Inés	Análisis sistémico de la estructura y dinámica familiar que ponen en movimiento una serie de relaciones intrafamiliares regidas por normas y rutinas para seleccionar, articular, conversar y entretener su exposición diaria a los mensajes televisivos, por medio de informantes clave, entrevistas a profundidad y observación basada en la terapia familiar sistémica. Presenta un panorama general sobre investigaciones de recepción televisiva, describe el enfoque sistémico y describe la oferta televisiva en México.	293	Estudios de recepción televisiva.	Com. y cultura	recepción	Empírica	Combinadas: observación y entrevistas	Receptor: audiencias	Televisión	156
M	GUERRERO CHIPRÉS José Salvador	EPR: Estigma y Silencio	2000	Rebeil Corella Ma. Antonieta	Investigación sobre identidad e imagen de la guerrilla al sur de México generada por los medios de comunicación. Estudio exploratorio cualitativo de la relación entre medios, sociedad, gobierno y sectores políticos, por medio de un análisis de contenido en dos medios impresos, La Jornada y Reforma, de junio de 1996 a diciembre de 1997, acerca del EPR y EZLN. Señala los mecanismos de la guerrilla para hacerse oír.	453	Industrias culturales y representaciones.	Com. y política	instituciones	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Prensa	50
F	GUZMAN BENAVENTE Ma. del Rocío	¿La radio que queremos? Una mirada a Radio Universidad en la Universidad Juárez del Estado de Durango desde la propuesta institucional y una aproximación a los hábitos de consumo radiofónico.	1998	Maya Obé Carlos	Investigación sobre los hábitos de consumo radiofónico para generar una propuesta metodológica que permita comprender las lógicas a partir de las cuales los sujetos de una población (la UJED) se relacionan con un medio. Con base en este diagnóstico, se plantea una propuesta radiofónica atractiva que satisfaga los intereses y necesidades de las audiencias.	220	Comunicación educativa (Educación y Medios de comunicación)	Com. y educación	proceso	Empírica	Combinadas: encuestas y entrevistas	Emisores y receptores	Radio	72
F	HERRERA AGUILAR Miriam	El aprovechamiento de la computadora como instrumento didáctico en la educación media básica. Caso de estudio de una escuela secundaria pública en la ciudad de Toluca, México.	1999	Acuña Limón Alejandro	Investigación descriptiva sobre el aprovechamiento del uso de la computadora como medio didáctico en la educación secundaria pública. Se presenta el estudio de un caso por medio de la observación y cuestionarios a alumnos y profesores de la Secundaria Técnica Federalizada No1 en Toluca. Se hace una propuesta pedagógica para optimizar el uso de la tecnología.	159	Comunicación educativa (NTI y educación)	Nuevas Tecnologías	consumo: uso	Empírica	Combinadas: observación y encuestas	Receptor: usuarios	Computadora	47

M	LEÓN HERNÁNDEZ Rafael	Educación para los medios: una propuesta constructivista para el Colegio de Bachilleres.	1998	Acuña Limón Alejandro	Propuesta educativa de intervención pedagógica de educación para los medios dirigida al Colegio de Bachilleres, institución de educación media superior, a partir de una investigación documental y encuestas. Aplica el enfoque constructivista apoyado en el modelo de mediación múltiple de G. Orozco.	219	Comunicación educativa (Educación para la recepción)	Com. y educación	ámbito educativo	Propuesta de comunicación	Inv. Doc. y encuestas para propuesta educativa	Receptor: audiencias	Varios	68
Dos (F y M)	MACIAS GUTIÉRREZ Hugo Martín y GARCÍA MARTÍNEZ Verónica	Metodología y puntos de referencia para el estudio de la cultura tabasqueña de trabajo en las organizaciones.	2000	Rebeil Corella Ma. Antonieta	Investigación sobre el papel de la cultura organizacional en la transferencia de las empresas hacia la globalización. Estudio de campo descriptivo exploratorio sobre el cambio, la comunicación y los valores de los trabajadores de 88 empresas en Tabasco, por medio de la aplicación de un cuestionario a los trabajadores y encargados de personal de éstas.	265	Comunicación organizacional	Com. organizacional	identidad	Empírica	Encuestas	Receptores: Trabajadores de empresas.	Varios: Comunicación organizacional.	66
F	MARTÍNEZ FERNÁNDEZ Irma	La imagen del Servicio Social en una institución educativa: el caso de la Universidad Iberoamericana.	1998	Esteinou Madrid Francisco Javier	A partir de un análisis de las estrategias de comunicación del Centro de Serv. Social de la UIA, desde la perspectiva de la comunicación organizacional, genera una propuesta de estrategia de comunicación que contribuya al cambio de imagen del Servicio Social, por parte de los alumnos. Se presenta el SS como una oportunidad de socializar las experiencias adquiridas en la formación profesional en beneficio de la sociedad y no como un obstáculo para la titulación.	114	Comunicación organizacional.	Com. organizacional	proceso	Propuesta de comunicación	Encuestas como parte del diagnóstico para una propuesta comunicativa	Organización	Varios, comunicación institucional	
F	MAASS MORENO Elisa Margarita	El proceso de comunicación como factor de cambio en una organización: el Consejo Internacional de Museos.	1997	Esteinou Madrid Francisco Javier	A partir de un diagnóstico por medio de encuestas dentro del Consejo Internacional de Museos (ICOM), del cual México es miembro desde 1946, la autora presenta el diseño y la aplicación de estrategias de comunicación organizacional para sanear el sistema de comunicación de esta institución y colaborar así a su desarrollo.	161	Comunicación organizacional.	Com. y cultura	proceso	Propuesta de comunicación	Encuestas como diagnóstico para estrategias de com.	Organización	Varios, comunicación institucional	53
M	MEJÍA MARTÍNEZ José Jesús	La imagen institucional del Hospital General Valle de Bravo.	1998	Núñez Gornés Luis	Diagnóstico por medio de cuestionarios, entrevistas a profundidad, observación y documentos del Hospital Gral. Valle de Bravo, para identificar los problemas de comunicación que intervienen en los componentes de realidad, identidad, comunicación e imagen de dicha institución. A partir del resultado, propone estrategias para mejorar la imagen del hospital.	164	Comunicación organizacional e imagen institucional.	Com. organizacional	proceso	Empírica	Combinadas: observación, encuestas y entrevistas	Organización	Varios, comunicación organizacional	24
M	PÉREZ BARBA Jesús Ulises	La imagen corporativa en línea.	2000	Rebeil Corella Ma. Antonieta	Análisis de contenido de la configuración de la imagen corporativa en línea a través de la exteriorización de los factores de imagen de las organizaciones representadas a través de sus sitios WEB. Se analiza la organización de la información, el uso de identificadores de imagen inst., y el uso de los recursos de comunicación y de interactividad de 4 empresas (Bachoco, OnceTV, Pronatura y Secretaría General de RTC).	186	Nuevas Tecnologías de Información	Nuevas Tecnologías	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Emisores	Internet	56
M	PIÑÓN LÓPEZ Juan de Dios	Análisis de las campañas de prevención e información sobre SIDA en México: los casos de CONASIDA y Enlace.	1996	Paoli Bolio José Antonio	Análisis comparativo del contenido de las campañas audiovisuales de CONASIDA y ENLACE, su concepción de la enfermedad y su propuesta de prevención. Hace una revisión de la construcción social del concepto de enfermedad respecto del SIDA, los referentes y connotaciones.	238	Comunicación organizacional	Com. organizacional	mensaje	Empírica	Análisis de contenido	Emisores	Televisión	147
M	POO SANCHEZ Luis	La relación comunicativa profesor-alumno para las materias de valores en el salón de clases del nivel profesional del ITESM-SEM.	1998	Maya Obé Carlos	Tesis que aborda la relación educativa en el salón de clases como un proceso de comunicación desde la perspectiva de la acción comunicativa de Jürgen Habermas. Plantea una metodología para abordar el objeto de estudio aplicada al análisis de un caso, apoyado en la observación participante.	249	Comunicación educativa	Com. y educación	proceso	Empírica	Observación	Emisores y receptores.	Ninguno	87
F	RUIZ HERNÁNDEZ Elvia Erika	El CD ROM interactivo y la enseñanza de la Biología.	1998	Esteinou Madrid Francisco Javier	Análisis de las ventajas del uso de tecnología de información y las necesidades educativas en la enseñanza de Biología en 1o de secundaria. Presenta el diseño y producción de material didáctico de un CD ROM interactivo.	112	Comunicación educativa (NTI y educación)	Nuevas Tecnologías	genera un producto	Propuesta de comunicación	Análisis del medio. Y estrategias de com.	Receptor: usuarios	Computadora	25
F	SAAD SOTOMAYOR Patricia	La importancia de la seguridad en cómputo en México: el caso de los delitos informáticos.	2000	Esteinou Madrid Francisco Javier	Análisis descriptivo del delito informático como una amenaza para los usuarios de Internet. Incluye un estudio acerca de las medidas preventivas y políticas públicas internacionales y presenta una propuesta de medidas de seguridad pública en cómputo para México.	101	Comunicación y política (regulación de la comunicación en México)	Nuevas Tecnologías	ámbito político	Documental	Inv. Documental	Estado	Internet	58

F	SAINTOUT Flores Juana	Las teorías de recepción en América Latina	1999	Piccini Mabel	Ensayo acerca de las teorías de recepción en A.L.: sus principales planteamientos, precursores, rupturas, continuidades, límites y alcances, así como el contexto político e histórico de su surgimiento y desarrollo.	199	Comunicación educativa (Investigación de la comunicación)	Com. y educación	Teoría	Documental	Inv. Documental	Académicos	Ninguno	90
M	SAMANO MARTÍNEZ Alejandro	Comunicación humana y evolución.	1996	Benassini Félix Claudia María	Investigación documental sobre el desarrollo de la comunicación humana, su evolución y su relación con la cultura. Describe los procesos de comunicación verbal y no verbal y las principales escuelas que los han estudiado. Señala la estrecha relación de la imagen, el arte y el lenguaje verbal con el desarrollo de la cultura como motor de la evolución y generadora de nuevas formas de comunicación humana.	191	Comunicación y cultura.	Com. y cultura (decía Teoría de la comunicación)	Teoría	Documental	Inv. Documental	Ninguna.	Ninguno	209
M	SÁNCHEZ ROVIROSA Rodolfo	La prensa en la escuela: periodismo de opinión y estrategias de lectura.	1999	Maya Obé Carlos	Desarrollo de un modelo de análisis del discurso argumentativo y propuesta de un modelo didáctico que permita la operacionalización de estrategias de lectura-escritura, basadas en la educación para los medios (prensa), en el aula a nivel bachillerato del Col. de Ciencias y Humanidades para la enseñanza de la comunicación argumentativa.	238	Comunicación educativa (Educación para la recepción)	Com. y educación	ámbito educativo	Inv. teórico metodológica	Análisis de contenido y Propuesta educativa	Emisores y receptores	Prensa	78
F	STORSBERG MONTES Heidi Gertud	PAN, mujer y política. Una aproximación sobre la participación de la mujer en el Distrito Federal durante el proceso electoral de 2000.	2000	Cortina Iceta Jesús María	Investigación acerca de la imagen de la mujer sobre sí misma y sobre los partidos políticos (especialmente el PAN) y los candidatos a la presidencia, con el objetivo de definir el nivel de participación política de la mujer en el proceso electoral federal de 2000. Se aplicaron 400 encuestas a mujeres mayores de edad con credencial para votar en el DF en 10 de los 40 distritos electorales, para conocer su percepción, fuentes de información, influencia de los medios y participación política.	135	Estudios de recepción	Com. y política	recepción	Empírica	Encuestas	Receptor: audiencias	Ninguno	23
F	VALDOVINOS TERÁN Martha Eugenia	Análisis comunicacional del modelo GGAVATT: Estrategia del FINIFAP para difundir tecnología pecuaria.	1998	Peredo Salinas Moisés Alejandro	Análisis de la estrategia de comunicación organizacional para el apoyo del desarrollo del modelo de transferencia de tecnología pecuaria generado por el Inst.Nal.de Inv. Forestal, Agrícola y Pecuaria, dentro del Grupo Ganadero de Validación y Transferencia de Tecnología. Presenta los antecedentes y el contexto en un análisis documental de caso en el Edo. de Veracruz, acerca de los mecanismos de comunicación dentro de la estructura del sector productivo agropecuario.	110	Comunicación organizacional	Com. organizacional	proceso	Documental	Inv. documental	Organización	Varios: comunicación organizacional.	44
M	VARGAS MORALES Carlos Ramiro	Cultura escolar y prácticas de mediación en la recepción televisiva.	1996	Orozco Gómez Guillermo	Análisis de las prácticas de mediación educativas escolarizadas y familiares (maestros y madres) en los procesos de recepción televisiva de niños colimenses, por medio de entrevistas, investigación empírica y estudios de caso.	344	Estudios de recepción televisiva.	Com. y cultura (decía sociedad)	recepción	Empírica	Varios	Receptor: audiencias	Televisión	48
F	VIGUERAS GARZA Erika	Las implicaciones de los video juegos en la vida cotidiana de los niños mexicanos. El amigo virtual.	1999	Acuña Limón Alejandro	Análisis descriptivo explicativo del comportamiento del niño mexicano (11-13 años) ante la experiencia lúdica del videojuego. Investigación basada en la percepción sensorial de los actores y la observación. Se presenta el videojuego como un medio de com.masiva que genera nuevas formas de percepción, consumo, lenguaje y entretenimiento.	238	Nuevas Tecnologías de Información	Nuevas Tecnologías	recepción	Empírica	Combinadas: observación, encuestas y entrevistas	Receptor: usuarios	Vídeo	70
F	VILLASEÑOR SUÁREZ Irma	Investigación sobre la identidad cultural y el compromiso organizacional del personal académico y administrativo del ITESM campus Querétaro.	1997	Rebeil Corella Ma. Antonieta	Diagnóstico organizacional realizado en el ITESM, campus Querétaro, entre el personal académico y administrativo para conocer el grado de compromiso e identidad con la universidad. Presenta los resultados de encuestas y entrevistas y plantea propuestas para fortalecer la identidad cultural y la competitividad organizacional.	163	Comunicación organizacional.	Com. organizacional	identidad	Empírica	Combinadas: encuestas y entrevistas	Organización	Ninguno	33
M	VIVEROS BALLESTEROS Frank	Representaciones sociales y proceso de socialización tecnológica.	1997	Maya Obé Carlos	Análisis exploratorio de las representaciones sociales respecto de la innovación tecnológica en la educación en una institución de educación media superior pública. Presenta un estudio de las representaciones sociales de las autoridades, profesores y alumnos involucrados en la incorporación de cómputo para trabajos académicos en el proceso de enseñanza aprendizaje de la preparatoria El Colegio de Bachilleres en México.	220	Comunicación educativa (NTI y educación)	Com. y educación	consumo: uso	Empírica	Combinadas: encuestas y entrevistas	Receptor: usuarios	Computadora	81

Prom. refs. citadas 77

Algunas tesis estudian aspectos de A.L., pero desde México

7743  
Promedio de páginas por tesis 184

Gé	Autores	Título	Año	Asesor	Resumen	Pág.	Tema	Línea	Parte	TipoINV	Instrumento	Actores	Medio	Bibl
M	ABARCA RAMIREZ Victor M.	La comunicación: un planteamiento retórico y argumentativo del discurso.	2000	González Reyna Ma. Susana	Análisis de contenido del discurso político del Lic. Figueroa Alcocer, gob. Guerrero 1993-1996, acerca del caso Aguas Blancas, en 1995, desde la teoría social del discurso (E. Verón) con énfasis en el análisis de la retórica-argumentativa (Gpo. Lieja).	221	Comunicación y política	2 CP y P	mensajes	Empírica	Análisis del lenguaje, perspectiva retórica-argumentativa.	Emisor	no	37
F	ALVA DE LA SELVA Alma Rosa	La nueva televisión en México.	2000	No dice	Investigación exploratoria bibliohemerográfica sobre las nuevas tecnologías y sus implicaciones para la industria televisiva, visto desde la tecnología, los impactos a la industria y las implicaciones receptoras (percepción, cultura). Presenta un marco teórico para la comprensión de los orígenes y tendencias de desarrollo tecnológico para la televisión y las nuevas situaciones culturales: usuarios, usos, impacto social, información.	227	Nuevas tecnologías de información	1 IT y S	ámbito tecnológico	Documental	Inv. bibliohemerográfica	Ninguna	Televisión	67
M	AMADOR BECH Julio Alberto	Las raíces mitológicas del imaginario político. Elementos básicos para una hermenéutica del discurso político.	1998	Molina y Vedia Silvia	Investigación teórica-documental que pretende establecer los elementos para un análisis hermenéutico del discurso político y mostrar la existencia y continuidad de mitos y símbolos como componentes estructurales básicos del discurso como proyección utópica, con voluntad de congregar y con un ideal de salvación. Da cuenta del proceso de construcción del imaginario político por medio de símbolos y dimensiones míticas.	311	Comunicación y política	2 CP y P	mensajes	Documental	Inv. documental	Emisores	no	138
F	BERRUERO GARCIA Adriana	El marco jurídico de la radio y la televisión en México durante el periodo 1988-1994.	1998	Aguilar García Javier	Análisis de las repercusiones de la política económica salinista neoliberalista en el ámbito de la normatividad jurídica en materia de radio y televisión. Presenta una inv. bibliohemerográfica de la historia de las normas jurídicas desde 1917 y el desarrollo de la industria de la comunicación. Estudia las normas reguladoras de radio y TV producidas en ese sexenio y los factores sociales, económicos y políticos que influyeron en dicho marco normativo, desde una perspectiva sociológica y política.	274	Comunicación y política (regulación de la comunicación en México)	2 EP IC	ámbito político	Documental	Inv. bibliohemerográfica	Estado: Regulac. de las Industrias culturales	Ninguno	112
F	BRAVO HEREDIA Aurora Maritza	Imaginario y telenovela en América Latina (caso comparativo entre México y Perú).	1996	Reséndiz Rodríguez Rafael	Análisis comparativo de las lecturas, simbologías y apropiaciones que, desde la vida cotidiana, se accionan en familias de cuatro clases sociales en México y Perú, a partir de las telenovelas latinoamericanas como adaptaciones del imaginario latinoamericano urbano (estructural y de representaciones). Para conocer cómo se perciben las telenovelas y cómo se construyen los imaginarios, se llevó a cabo un trabajo etnográfico de convivencia con 24 unidades familiares en el DF y en Lima, y una encuesta a 40 familias sobre sus mediaciones televisivas.	379	Estudios de recepción	3 EA, R e I	recepción	Empírica	Combinada: Observación (convivencia con 12 familias) y encuesta a 40 familias	Receptor: audiencias	TV	42
M	CABALLER O GONZALEZ Uriel Eduardo	Las infraestructuras nacionales de información: propuestas, aplicaciones e importancia.	1997	Crovi Druetta Delia	Análisis teórico documental de las estructuras sociales, económicas y políticas generadas por las nuevas tecnologías de información que han dado origen a redes informáticas, nuevas posibilidades para ofrecer servicios en línea tanto educativas como comerciales y la desregulación y privatización de los canales de comunicación. Presenta una revisión de la agenda pendiente de las redes informáticas, como el reto para los Estados-nación y la seguridad privada, y los proyectos nacionales de información de diferentes países.	166	Nuevas tecnologías de información	1 IT y S	ámbito tecnológico	Documental	Inv. documental	Industrias culturales	Internet	120
M	CASTELLANOS CERDA Vicente	Lenguaje y espectador cinematográfico. Un modelo de estudio del cine.	1998	Goutman Bender Ana Adela	Análisis del cine de ficción como un lenguaje artístico desde una perspectiva semiótica, literaria y retórica, para proponer un modelo de estudio cinematográfico basado en los códigos, esquemas significativos y tendencias de producción, con el objetivo de conocer los mecanismos de comunicación entre el filme y el espectador. Aplica su modelo al análisis de tres películas.	172	Lenguaje mediático	3 CA y S	mensaje: lenguaje	Teórico-metodológica y empírica	Inv. documental y análisis semiótico del lenguaje cinematográfico	Ninguna	Cine	80
M	CASTILLO PADILLA Salvador	Videoclubes mexicanos: una década (1987-1996) de conformación jurídica. Entre la legalidad y la piratería.	1998	Toussaint Florence	Análisis bibliohemerográfico, complementado con testimonios, sobre el desarrollo de la industria del videoclub en relación con la ind. televisiva, la piratería y el conflicto de los derechos de autor. Presenta una reflexión sobre la legislación de derechos de autor y las variables relacionadas con la piratería.	294	Comunicación y política (regulación de la com. en México)	2 EP IC	institución	Documental	Inv. bibliohemerográfica y testimonios complementarios.	Industrias culturales: videoclubes.	Video.	253
M	DORANTES AGUILAR Gerardo Luis	Evolución del régimen jurídico de la publicidad en México (1932-1993)	1996	García Calderón Carola	Por medio de una investigación documental y entrevistas a los actores involucrados, el autor presenta un análisis de la evolución de la reglamentación de la publicidad en México en relación con el modelo económico nacional (1932-1993).	430	Comunicación y política (regulación de la com. en México)	3 Epu	ámbito político	Documental	Inv. documental y entrevistas complementarias.	Estado: Regulac. de las Industrias culturales	no	24
F	FISCHER DE LA VEGA Laura Estela	El cáncer cervicouterino, un problema de comunicación.	1998	García Calderón Carola	Estudio sobre la falta de información que presentan los sistemas de salud en México para motivar y concientizar a las mujeres en la prevención del cáncer cérvico uterino. Hace un análisis de la relación entre medios de comunicación y salud en México y América Latina. Hace un análisis de contenido del promocional televisivo "cuerpo oculto", transmitido el primer semestre de 1993, complementando la investigación con 300 encuestas a mujeres de clase socioeconómica baja y 60 entrevistas a profundidad. A partir de esta información plantea una propuesta de promocional para la salud en este tema.	158	Comunicación y educación (análisis y diseño de estrategia de com. para la salud)	3 EA, R e I	proceso	Empírica	Combinada: Análisis de contenido, 300 encuestas y 60 entrevistas a profundidad. Propuesta estrategia de com.	Receptor: audiencias	TV	30

F	FOWKS DE LA FLOR Jacqueline	La prensa como actor político en la consolidación democrática peruana durante el primer gobierno de Fujimori (1990-1995).	1996	García Reynaga Julio	Estudio del papel de la prensa en la consolidación de la democracia durante el gobierno de Fujimori en Perú, con funciones de fiscalización, defensa de los derechos humanos y colaboradora para la justicia y la paz en relación con la sociedad civil y la comunidad internacional. Por medio del análisis del discurso (en una muestra seleccionada con el criterio de coyuntura) de dos periódicos independientes y tres entrevistas, describe la transformación de este medio impreso.	199	Industrias culturales y representac.	3 EP	institución	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales y Estado.	Prensa	109
F	GARAY CRUZ Luz María	Educación vía satélite. Sistema de posgrado 360, universidad pedagógica nacional.	1999	Crovi Druetta Delia	Análisis descriptivo de las características y potencialidades de las nuevas tecnologías para la educación a distancia y el uso de la tecnología (especialmente la TV) en diferentes instituciones para la enseñanza. Por medio de una investigación bibliohemerográfica y entrevistas a alumnos-receptores, diseñadores, coordinadores y profesores, describe el uso de las NTI en el Sistema "Posgrado 360", de la U. Pedagógica Nacional, en la maestría en Pedagogía, modalidad a distancia, especialmente acerca de las teleconferencias.	158	Comunicación educativa: NTI y educación.	1 IT y E	ámbito tecnológico	Documental	Inv. bibliohemerográfica y entrevistas complementarias.	Receptores	TV: teleconf	65
F	GARCIA RODRIGUEZ Irene	Mimi Derba. Biografía y análisis de la obra de la primera realizadora de cine en México.	1999	Goutman Bender Ana Adela	Investigación bibliohemerográfica sobre la vida y obra de la primera realizadora de cine en México a principios de siglo, desde la perspectiva de estudios de género. Incluye una entrevista a profundidad con una pariente y testimonios.	125	Historia de las ind.cults: Mujeres y MMC	3 EG y C	emisor	Documental	Inv. bibliohemerográfica y entrevista a profundidad.	Emisor	Cine	92
M	GÓMEZ GARCÍA Rodrigo	La agenda informativa en los noticiarios mas importantes de la televisión mexicana durante 1997.	1999	Toussaint Florence	Análisis de los factores de la producción y difusión de información televisiva como industria cultural (productora de sentido y establecimiento de agenda). Incluye un estudio de contenidos de una muestra representativa aleatoria de los noticiarios 24 Horas y Hechos, durante 1997 (formato y contenido de las noticias), y una descripción de las rutinas periodísticas de producción de noticias, así como un análisis de las determinantes sociales del periodista.	197	Industrias culturales y representac.	3 EP	producción-circulación	Empírica	Análisis de cotenido	Industrias culturales	Televisión	45
F	HERNANDEZ CARBALLIDO Elina Sonia	El relato periodístico en México.	1998	González Reyna Ma. Susana	Investigación bibliohemerográfica sobre la historia del relato periodístico en México desde 1977. Por medio de un análisis de contenido de los relatos en dos periódicos ( La Jornada y Reforma) y entrevistas a los autores, este estudio describe las características (modo como se describe la situación y el tiempo y voz empleados) y espacios donde se publican estos textos.	196	Lenguajes mediáticos: Géneros periodísticos, el relato.	3 EP	mensaje, no circul	Empírica	Análisis de contenido	Emisores: periods.	Prensa	81
F	HERNANDEZ CARBALLIDO Elvira Laura	Las primeras reporteras mexicanas: Magdalena Mondragón, Elvira Vargas y Esperanza Velázquez Bringas.	1997	Toussaint Florence	Investigación histórica bibliohemerográfica sobre la participación femenina en la prensa nacional (1939-1942) centrada en las 3 primeras reporteras mexicanas, en los periódicos El Universal, El Nacional y La Prensa. Presenta un análisis de los textos, géneros y temas en que se especializaron estas tres reporteras.	217	Historia de las industrias culturales: Mujeres y MMC	3 EP	emisor	Documental	Inv. Bibliohemerográfica	Emisores: mujeres periods	Prensa	94
M	LIZAMA MENDOSA Jorge Alberto	Satélites mexicanos de comunicación: balance de una dependencia tecnológica concentrada.	1998	Crovi Druetta Delia	Análisis del desarrollo de las políticas estatales en materia satelital en los últimos tres sexenios, los cambios en las políticas de telecomunicaciones a partir del TLC y los programas sociales implementados por el gobierno federal a partir de la operación de los satélites Morelos I y II y Solidaridad I y II. Describe la falta de planificación política sobre la adquisición y uso de tecnología, fundadas en la reproducción de un modelo económico exterior y no en las necesidades internas del país.	234	Comunicación y política (regulación de la comunicación en México)	2 EP IC	ámbito político	Documental	Inv. documental.	Estado: Regulac. de las Industrias culturales	Satélites	325
F	LOMBARDO GARCIA Irma	Surgimiento de la empresa periodística. Siglo XIX. Periodismo emergente.	1997	Sánchez Rivera Roberto	Investigación histórica bibliohemerográfica sobre el surgimiento de la prensa como empresa a partir de 1830 y de personajes como Ignacio Cumpido (impresor promotor de publicaciones periódicas), Guillermo Prieto y Francisco Zarco, periodistas de opinión. Presenta un análisis de los factores funcionales de la prensa (género de opinión política y elementos éticos) que generaron un concepto de periodismo basado en la ética.	257	Historia de la prensa como industria cultural.	3 EP	institución	Documental	Inv. Bibliohemerográfica	Industrias culturales: prensa.	Prensa	175
F	LOSTE BRIDGE Barbara Marianne	Una oportunidad de la biblioteca del Congreso de Estados Unidos para reexaminar la historia y educar.	1996	Waltman Gilda	Estudio de caso del diseño y producción de la exhibición "1492: El viaje continúa", realizada por la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos, en 1992, Wash. Reflexiona acerca de la museografía como medio educativo y de representación histórica.	99	Industrias culturales y representac.	3 C y PE	proceso	Empírica	Análisis de estrategias de comunicación	Industrias culturales: museo.	Museo	92
F	MARTINEZ ESPINOSA Silvia Antonia Del Socorro	La televisión, instrumento clave para el fortalecimiento de una cultura ambiental en la zona metropolitana de la ciudad de México.	1998	Crovi Druetta Delia	Análisis de las políticas públicas de televisión y las características y potencialidades educativas de la televisión para la formación de una cultura ambiental. Incluye un análisis cuantitativo de los temas ambientales en una semana de programación televisiva en los canales de Televisa, TV Azteca, Canal 11, 22 y canal 40. Propone una estrategia de educación ambiental por televisión.	118	Comunicación educativa (educación y MMC)	3 C y DCT	circulación	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	28

M	MARTINEZ MERLING Raul	Televisión: ideología, poder y público en México (1982-1988)	2000	Reséndiz Rodríguez Rafael	Estudio sobre la televisión como escenario de poder económico y político donde se libran disputas por la legitimación ideológica-cultural. Presenta el análisis de la postura ideológica cultural de Televisa y el Sistema de Satélites como estrategia dentro del marco de un sistema neoliberal globalizador, y hace un análisis comparativo de contenido de la televisión pública y comercial frente a tres acontecimientos: el terremoto de 1985, el mundial de fútbol del 86 y las elecciones de 1988.	98	Industrias culturales y representac.	2 C y D	institución	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	42
F	MOREIRA MILITAO Dulce	La popular carioca en la obra de Carlos Diéguez.	1996	García Calderón Carola	Análisis de la representación de la cultura popular de Río de Janeiro en dos películas representativas del Cinema Novo, de Carlos Diéguez (Lluvias de verano, '78, y Un tren para las estrellas,'87). Por medio de un análisis sociológico semiótico, para establecer correspondencia entre la obra y el contexto, identifica los mecanismos expresivos que reflejan manifestaciones populares y construyen modelos de la realidad.	201	Industrias culturales y representac.	3 CA y S	mensaje, no circul	Empírica	Análisis de contenido sociológico-semiótico.	Emisor: director de cine.	Cine	56
M	OLACHEA PEREZ Ruben	Comunicación versus incomunicación: del <i>Cándido</i> de Voltaire a <i>Más extraño que el paraíso</i> de Jim Jarmusch.	2000	Goutman Bender Ana Adela	Análisis del lenguaje audiovisual del videoclip y el cine en video que generan en el espectador un conjunto de mensajes audiovisuales portadores de visiones optimistas como sustitutos de la realidad cotidiana, por medio de la fantasía. Analiza la video-ópera de una obra de Voltaire y la película de Jarmusch.	138	Lenguaje mediático	3 CA y S	mensaje: lenguaje	Empírica	Análisis del lenguaje	Ninguna	Video.	116
F	ORTEGA RAMIREZ Carmen Patricia	Trabajadores de la radio y la televisión en México, sindicato nacional STIRT y SITATYR.	1997	Crovi Druetta Delia	Con el propósito de explicar una parte importante de las industrias culturales, la autora presenta un diagnóstico de los trabajadores de la Radio y Televisión, sus organizaciones sindicales, perfiles, posturas ideológicas y políticas, y sus alianzas, como factores influyentes en la orientación de los medios donde laboran y cómo los sindicatos (STIRT y SITATYR) han privilegiado los intereses económicos y políticos de los dueños de los medios y han legitimado el quehacer de éstos frente a la sociedad mexicana. Investigación bibliohemerográfica y algunas entrevistas complementarias.	240	Industrias culturales: sindicatos de trabajadores.	2 EP IC	emisor	Documental	Inv. bibliohemerográfica y entrevistas complementarias.	Emisor	Ninguno	96
M	ORTIZ FLORES Carlos Ivan	El graffiti romántico, un medio de comunicación alternativa.	2000	No dice	Estudio del graffiti como una manifestación comunicativa alternativa para expresar, criticar, crear y ser. Incluye una clasificación del graffiti en el DF, su código semántico y una descripción de la cultura popular y el entorno geográfico de la ciudad.	108	Com. y cultura (Medios de com. alternativa)	3 CA y S	mensaje: lenguaje	Empírica	Análisis de contenido.	Ninguna	Calle	39
M	PACHECO ROQUE José Eulalio Benigno	Análisis de las mediaciones de la opinión pública en los noticieros radiofónicos matutinos del Distrito Federal.	1996	Crovi Druetta Delia	A partir de la teoría de las mediaciones de J. Martín Barbero, el autor hace un análisis de contenido de los noticieros matutinos de las 6 estaciones radiofónicas de mayor audiencia en el DF, durante el mes de enero de 1993. Identifica el papel de la mediación radiofónica de la opinión pública recibida por medio de llamadas telefónicas, en una actitud de apertura y diálogo con el auditorio. Las llamadas se utilizan para proporcionar veracidad a una nota, emitir un juicio acerca de un actor social o introducir una opinión novedosa de la audiencia.	211	Industrias culturales: participación de la audiencia en los MMC	3 EA, R e I	mensaje, no circul	Empírica	Análisis de contenido	Emisores: locutores	Radio	26
M	PEREZ BARRAGAN Ignacio	Cartografía de la metaficción en los videoclips.	2000	Goutman Bender Ana Adela	Trabajo que construye y aplica un marco teórico metodológico para el estudio de un producto audiovisual: los videoclips metaficcionales. Denomina este marco "cartográfico", puesto que analiza la construcción de mapas cognitivos de la realidad, desde las características intersubjetivas y espaciotemporales inmediatas del lenguaje empleado por este tipo de productos.	132	Lenguaje mediático	3 CA y S	mensaje: lenguaje	Teórico-metodológica y empírica	Análisis de contenido	Ninguna	Televisión	55
F	RIOS REYES Patricia	Ser mujer y ser periodista. Condiciones laborales de las periodistas en los diarios de la ciudad de México.	1999	Romero Alvarez Ma. de Lourdes	Investigación sobre las condiciones laborales de las periodistas (en el sentido amplio) en la prensa en el DF, su desarrollo profesional y su vida familiar y social. Presenta un recuento histórico desde los inicios de la participación de la mujer en la prensa en México y el contexto socioeconómico. Por medio de inv. bibliohemerográfica, testimonios y encuestas (126) a una muestra representativa de las periodistas de 28 periódicos, describe a las periodistas y sus condiciones laborales.	173	Historia de las industrias culturales: Mujeres y MMC	3 EP	emisor	Combinada	Inv. bibliohemerográfica, encuestas a una muestra representativa y testimonios.	Emisores: periods.	Prensa	160
F	ROBLES Francisca	La entrevista periodística como relato. Una secuencia de evocaciones.	1998	Romero Alvarez Ma. de Lourdes	Análisis de la entrevista periodística como relato de acción, de acuerdo con las teorías de Chatman y Genette. Incluye una investigación bibliográfica sobre la historia de la entrevista, su definición y contenido (cómo y qué se relata)	184	Lenguajes mediáticos: Géneros periodísticos	3 EP	mensaje, no circul	Documental	Inv. bibliográfica	Emisores	Prensa	60

M	SANCHEZ GUDIÑO Hugo Luis	Ejes de la apertura y modernización periodística durante el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado: balance de la relación pactada / prensa escrita independiente (uno mas uno y La Jornada)-gobierno (1982-1988)	1996	Molina y Vedia Silvia	Estudio sociopolítico de la relación entre la prensa independiente (unomasuno y La Jornada) y el gobierno de Miguel de la Madrid (1982-1988). A partir de una investigación bibliohemerográfica, el autor construye un marco teórico para la comprensión de estas relaciones. El texto se presenta a manera de ensayo periodístico.	402	Comunicación y política (relación prensa-Estado)	3 EP	Instituciones (Prensa/estado)	Documental	Inv. bibliohemerográfica	Industrias culturales y Estado.	Prensa	249
F	SANCHEZ HINOJOSA Guillermina	El discurso de la programación infantil a través de la televisión.	1997	López Villegas Virginia	Análisis de la programación televisiva (abril de 1996) y un análisis semiótico de la serie animada japonesa infantil "Los caballeros del Zodiaco", que se transmite por TV abierta mexicana, con el propósito de identificar los valores culturales que se manejan en la televisión. Incluye una propuesta de lineamientos para la política cultural televisiva.	324	Industrias culturales y representac.	3 CA y S	mensaje, no circulo	Empírica	Análisis de contenido	Industrias culturales	Televisión	123
M	SANTIAGO GOMEZ Arnulfo Uriel De	SEP, Política educativa: libros de texto y lectura infantil (1921-1958)	1998	No dice	Investigación documental sobre la historia del libro de texto y de lectura infantil (1921-1958) como parte de la historia de los medios de comunicación en México, y su correspondencia con determinados proyectos educativos nacionales.	241	Historia de los MMC: el libro de texto y lit. infantil (1921-1958)	3 CA y S	institución	Documental	Inv. documental	Industrias culturales y Estado.	Libro	64
M	SORIA LÓPEZ Manuel	La dinámica de producción y consumo de noticias como proceso de construcción social de la realidad: el caso de la impunidad y la militarización en Honduras.	1998	Toussaint Florence	Estudio sobre la construcción social de la realidad por medio de la producción y consumo de noticias impresas en Honduras acerca de acciones militares en contra de la sociedad civil. Análisis comparativo de contenido de una muestra representativa (1378 artículos de un total de 3345 sobre el tema) de dos periódicos (La Prensa y Tiempo) de tendencias opuestas y con mayor presencia.	136	Industrias culturales y representac.	3 EP	producción	Empírica	Análisis de contenido comparativo	Industrias culturales	Prensa	35
F	TAPIA María del Socorro	El discurso periodístico en la presentación social de la caricatura política: la figura presidencial de Carlos Salinas de Gortari en la expresión gráfica de la jornada, uno mas uno y proceso (1988-1994).	1999	Mille Moyano Carmen	Análisis semiótico hermenéutico de contenido de una muestra representativa de la caricatura política (específicamente acerca de Salinas de Gortari) como representación simbólica de la realidad desde el discurso periodístico de opinión política, durante 34 meses en 3 medios.	276	Lenguajes mediáticos: Géneros periodísticos de opinión	3 EP	mensaje	Empírica	Análisis de contenido semiótico-hermenéutico	Industrias culturales	Prensa	64
F	URANGA LÓPEZ Lucía María De Lourdes	Análisis de la propaganda y su relación con la democracia. La campaña de Cuauhtémoc Cárdenas para la gubernatura del D.F. 1997; democracia ¿ya?	1999	Goutman Bender Ana Adela	Análisis de la propaganda política del PRD durante las elecciones a la gubernatura del DF en 1997 (abril-junio) por medio de investigación documental para proponer el marco teórico-metodológico desde el cual realiza una investigación empírica onomaseológica en prensa, radio, televisión y calle y dos entrevistas focalizadas a los responsables de la campaña.	173	Comunicación y política	2 CP y P	circulación	Teórico-metodológica y empírica	Inv. documental, análisis de contenido de la estrategia de com. y dos entrevistas	Emisor: partidos políticos.	TV, radio, prensa y calle	86
F	VALLES RUIZ Rosa María	La legitimación social de la opinión periodística.	1997	Molina y Vedia Silvia	Investigación documental sobre el proceso de legitimación y la opinión pública para describir la legitimación de la opinión periodística en México. Incluye cuatro entrevistas a premios nacionales de periodismo, como complemento, y un análisis de los diferentes géneros periodísticos.	239	Industrias culturales	3 EP	producción de sentido y legitimidad	Documental	Inv. documental y entrevistas complementarias	Industrias culturales	Prensa	56
M	VAZQUEZ DE LA PARRA Marcin Luis Gonzalo	La función del mito en la historia, análisis de un cómic contemporáneo en México.	1998	López Villegas Virginia	Investigación bibliohemerográfica que presenta un análisis teórico psicoanalítico del cómic y su relación con el autor. Presenta un acercamiento analítico desde la semiótica del lenguaje para identificar las estrategias de construcción de sentido. Se complementa con un estudio de caso. Define el cómic como un producto comunicativo con contenidos míticos y patrones culturales ideológicos donde el autor plasma sus deseos inconscientes construyendo un espacio de evasión psicológica por medio de la ficción.	223	Lenguaje mediático	3 CA y S	mensajes	Empírica	Análisis del lenguaje, desde semiótica y psicoanálisis	Emisor: autor.	Cómic	45

F	VEGA MONTIEL Medley Aimme	El proceso electoral de 1997: los noticieros en pantalla, la sociedad ante la pantalla.	1998	Toussaint Florence	Estudio de la relación medios-elecciones-audencias, que presenta un recorrido por los estudios de comunicación y los antecedentes históricos electorales en México, a partir de 1988, así como una descripción de los actores involucrados en las elecciones para gobernador del DF en 1997, como fundamentos teóricos y contextuales para el análisis de contenido de dos noticieros televisivos (24 Horas y Hechos) de marzo a junio de 1997. Complementa su investigación con 20 entrevistas a profundidad a amas de casa, para concluir que son de mayor peso las condiciones socioeconómicas y políticas particulares del receptor que los noticieros, de tal manera que cuando la realidad supera la presentada por los medios, el poder de éstos disminuye.	162	Estudios de recepción y elecciones.	2 C OP y CP	efectos	Combinada	Inv. documental, análisis de contenido y 20 entrevistas a profundidad.	Receptor: audiencias	TV	31
M	VIDAL BLANCO Julio	La comunicación: factor fundamental en la formación de la personalidad del adolescente.	2000	Corral Corral Manuel de Jesús	Estudio sobre las condiciones biológicas y sociales (biopsíquicas y socioculturales, familiares y escolares, reflexivas y creativas) que intervienen en el proceso de formación de personalidad del adolescente, por medio de una investigación documental y testimonios analiza cómo influyen las instituciones formativas en este proceso (escuela, casa, medios de com. y situaciones comunicativas)	197	Comunicación eudcativa	3 C y PE	identidad	Documental	Inv. documental y testimonios.	Actores	no	70
F	ZAMORANO ROJAS Alma Delia	El cine mexicano de fin de siglo. Una búsqueda de alternativas.	2000	Vega Escalante Carlos	Análisis temático de las óperas primas (29 filmes) producidas por IMCINE (1990-1997). Incluye una historia del cine y el contexto en México y describe las funciones de este medio (arte, industria, creador de conocimiento, vehículo de cultura y autor de la realidad social).	478	Industrias culturales: temas y funciones del cine	3 CA y S	institución	Empírica	Análisis de contenido temático de 29 filmes.	Industrias culturales	Cine	215
4 tesis de tema extranjero y una combinada													<b>Promedio refs citadas</b>	<b>92</b>

Promedio de páginas por tesis 8547 / 214

## Los asesores de cada universidad y el número de tesis que asesoraron

Asesor	UNAM	Asesor	ITESM	Asesor	UIA
Crovi Druetta Delia	6	Lozano Rendón José Carlos	18	Esteinou Madrid Francisco Javier	8
Goutman Bender Ana Adela	5	López Islas José Rafael	10	Rebeil Corella Ma. Antonieta	5
Toussaint Florence	5	Wilkinson Harper Kenton T.	3	Maya Obé Carlos	5
García Calderón Carola	3	Rodríguez Garza Juan Manuel	2	Acuña Limón Alejandro	3
Molina y Vedia Silvia	3	Verdines A. Martha Patricia	2	Nosnik Ostrowiak Abraham	2
No dice	3	Buendía Agustín	1	Núñez Gornés Luis	2
González Reyna Ma. Susana	2	Cervantes Cristina	1	Orozco Gómez Guillermo	2
López Villegas Virginia	2	Martín Pérez Ma. Luisa	1	Benassini Félix Claudia María	2
Reséndiz Rodríguez Rafael	2	Martínez Arredondo Martha Patricia	1	Cornejo Portugal Inés	2
Romero Alvarez Ma. de Lourdes	2	Martínez Francisco	1	Cortina Iceta Jesús María	1
Aguilar García Javier	1	McIntyre Steve	1	Gameros Espondia Manuel Emilio	1
Corral Corral Manuel de Jesús	1	Ochoa Oscar	1	Gómez Mont Araiza Carmen Lucía	1
García Reynaga Julio	1	Pedroza Gabriela	1	Lindón Villoria Alicia	1
Mille Moyano Carmen	1	Zeraoui Zidane	1	Paoli Bolio José Antonio	1
Sánchez Rivera Roberto	1			Peredo Salinas Moisés Alejandro	1
Vega Escalante Carlos	1			Piccini Mabel	1
Waltman Gilda	1			Pizani Francis	1
				Rodríguez Mariángela y Esteinou Madrid Fco. Javier	1
				Sandoval Cavazos Jorge	1
				Prieto Francisco	1
	40		44		42
<b>Promedio tesis por ases</b>	2.18		3.14		2.10