

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO
INSTITUTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ÁREA ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL
ESTADO DE HIDALGO

**LA DOCUMENTACION DE LAS TENDENCIAS TEMÁTICAS DE
INVESTIGACIÓN EN LOS TRABAJOS UNIVERSITARIOS (TESIS) DE LA
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA U.A.E.H.
PERIODO 2006 – 2014.**

TESIS MONOGRÁFICA

QUE PRESENTA

CARLOS ALBERTO SANTIAGO SANCHEZ

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

DIRECCIÓN DE TESIS:

DRA. SANDRA FLORES GUEVARA

PACHUCA DE SOTO, HIDALGO

OCTUBRE 2015

Para familia y amigos.

Dedicado para ti quien compartes el interés por las Ciencias de la Comunicación; a la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, alma mater; a colegas, amigos y maestros académicos quienes me acompañaron en mi vida universitaria.

GRACIAS INFINITAS

Con gran cariño, gracias infinitas a mi madre Doña Simona Sánchez Ramírez, quien con su amor eterno apoya e impulsa a este joven investigador para lograr las metas de vida.

Gracias infinitas, a la investigadora y colega, Dra. Sandra Flores Guevara quien motiva a ejercer la investigación y que confía en este texto.

Gracias infinitas, a todos y cada uno de ustedes quienes comparten la alegría de realizar un trabajo académico como el presente.

**LA DOCUMENTACIÓN DE TENDENCIAS TEMÁTICAS EN LOS TRABAJOS
UNIVERSITARIOS (TESIS) DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN DE LA UAEH. PERIODO 2006 – 2014.**

ÍNDICE

PREFACIO	7
INTRODUCCIÓN	9
MARCO CONTEXTUAL	15
ESTADO DEL ARTE	22

PARTE PRIMERA

CAPITULO I

1. La investigación académica de la comunicación. Un apunte general sobre el origen, desarrollo y consolidación.	32
1.1 Un camino trazado. Breve recorrido histórico de la investigación en comunicación en América Latina.	33
1.1.1 En el periodismo, emerge la Investigación en Comunicación.	36
1.1.2 CIESPAL, creador de un nuevo perfil académico para la Investigación en Comunicación.	38
1.1.3 Condiciones de la modernización en la Investigación de la Comunicación: Las Leyes del Mercado y la nueva tendencia cultural.	44
1.2 Hecho en México. La construcción del campo académico de la Investigación en Comunicación.	46

CAPITULO II

2. El “Encuentro con el otro”: Investigadores, espacios y propuestas de Investigación en Comunicación.	53
2.1 Huellas: Propuesta e ideas académicas ocurridas en el campo de la comunicación Latinoamericana.	54
2.1.1 Los Investigadores Latinoamericanos.	54
2.1.2 Los Investigadores Mexicanos.	60
2.2 La importancia del “Encuentro con el Otro”: Momentos históricos que convocan a la comunidad académica de la comunicación.	61
2.2.1 CONEICC.	64
2.2.2 AMIC.	67
2.3 Grupos emergentes en el campo de la comunicación en México.	70
2.3.1 GUCOM.	70
2.3.2 Ingeniería en Comunicación Social. (GICOM).	74

CAPITULO III

3. Lo Escrito, Escrito Esta. Un panorama general de las Teorías de la Comunicación.	77
3.1 Teorías de la Comunicación; Desde los Procesos de Producción y Distribución de los Mensajes.	81
3.2 Teorías de la Comunicación; Desde el Contenido del Mensaje.	84

PARTE SEGUNDA

CAPÍTULO IV

4. <i>Apunte general sobre la metodología cuantitativa para el estudio en Ciencias de la Comunicación.</i>	89
4.1 La Propuesta de Fichas Referenciales.	91
4.2 Construcción y descripción de las Tendencias Temáticas de	93

Investigación en Comunicación.	
4.3 Indicadores para obtener resultados cuantitativos.	98
4.4 Sobre la presentación de resultados.	99
CAPÍTULO V	
5. RESULTADOS	101
5.1 Resultados sobre el abordaje de las Tendencias Temáticas Investigación en los Trabajos Universitarios (TESIS) 2006-2014.	103
5.2 El abordaje de las Tendencias Temáticas de Investigación.	111
5.3 Presentación de las fichas de referencia sobre las Tendencias Temáticas de Investigación en los trabajos universitarios (tesis) por Año.	116
CONCLUSIONES.	158
ANEXOS.	169
BIBLIOGRAFIA.	199

P R E F A C I O

Hace unos siglos, un filósofo griego de nombre Tito Lucrecio Caro (99 a.C – 55 a.C), en un escrito destacó lo siguiente:

“Imaginemos que estamos de pie en el límite del Universo, si disparamos una flecha hacia afuera y ésta continua su camino, claramente el Universo se extiende más allá de lo que uno imagina, pero si la flecha no continua, si golpea un muro o algo que detenga su curso, entonces marcaría lo que uno piensa como el límite. Ahora, si uno se para sobre ese nuevo muro o límite y dispara otra flecha, existen dos resultados posibles, o vuela para siempre hacia el espacio o golpea algún tipo de frontera donde uno nuevamente puede pararse y lanzar otra flecha, de cualquier forma, el Universo no tiene límites, su cosmos es infinito”.

Tal analogía, permite pensar que la Investigación en comunicación experimenta una situación semejante al revisar su historia; porque desde su origen hasta los presentes días, podemos imaginar un *muro* donde investigadores, académicos y estudiantes de Ciencias de la Comunicación estamos en pie y *lanzamos flechas* intelectuales hacia el vasto *Universo* de posibilidades de estudio que la comunicación ofrece.

Para conocer este Universo de posibilidades en estudios de la comunicación, los estudiantes debemos empezar a explorar el campo de estudio de la comunicación y conocer lo que se halla en su interior: quienes son los actores que lo constituyen, cuáles son las propuestas de estudio, teorías y metodologías que posibilitan el desarrollo de análisis, críticas y reflexiones sobre el *cosmos* de temáticas de investigación, problemáticas y fenómenos que interesan a la comunicación, la sociedad y a uno mismo.

Crear un texto de investigación en comunicación no es tarea fácil, por ello es importante presentar un contexto sobre el desarrollo de la investigación en comunicación, que servirá de apoyo para contextualizar los elementos necesarios

sobre cuáles son las tendencias temáticas de investigación en comunicación que se han empleado a lo largo de ocho años en el área académica de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Esto apoya como antecedente para una parte segunda de la presente tesis monográfica (y que considero es la parte medular de este trabajo). Se propone la creación de tendencias temáticas de investigación que clasifican 79 trabajos universitarios (tesis) para efecto de conocer cuáles son las tendencias temáticas de investigación que han orientado los estudios en comunicación creados por universitarios.

Sin pretender que el trabajo sea un texto de intenso contenido intelectual sobre la investigación en comunicación, se hace de él, una tesis monográfica que permite a quienes la consulten: obtener un panorama general del actual ejercicio de la investigación, y en efecto, conocer las tendencias temáticas en investigación que se han abordado en los trabajos universitarios.

Sirva este texto de investigación universitario, entonces, para los objetivos que se presentan. Su justificación final no puede estar en sí misma sino en los usos que de ella se hagan.

INTRODUCCIÓN

Es en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo (UAEH), que el programa académico ofertado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación con vigencia hacia el 2015 y creado en 2005, en el séptimo semestre, las y los alumnos tienen la opción de profesionalizarse en una área de énfasis como: Comunicación Organizacional, Periodismo e Investigación¹.

Los y las estudiantes que se encuentran en estas áreas de énfasis en sus últimos semestres cursan una materia denominada *Seminario de Investigación en Comunicación* la cual tiene una estrecha relación con el desarrollo del ejercicio en investigación para la comunicación.

En ese sentido, dicha materia imparte a lo largo de tres semestres seminarios que apoyan a los estudiantes a realizar un trabajo académico que puede presentarse antes de que concluya sus estudios profesionales como una opción para la titulación, esto de acuerdo con las ofertas de titulación que la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo brinda al estudiante en comunicación para titularse².

En este contexto, del año 2006 al 2014, algunos estudiantes han optado titularse al realizar un trabajo de investigación universitario donde demuestran sus capacidades y habilidades para la construcción de un estudio en comunicación, los cuales abordan diferentes problemáticas, fenómenos y temáticas de interés en comunicación y que corresponden a sus áreas de énfasis.

Así, por ejemplo, el estudiante del área de énfasis de investigación realiza estudios en comunicación sobre la cultura y medios de comunicación, el de

¹ Por ahora son tres las áreas de énfasis que se describen en el plan de estudios (2005) que presenta la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la U.A.E.H. Para su consulta, el apartado de *Anexos* del presente trabajo contiene el mapa curricular de la licenciatura.

² Las modalidades de titulación que la U.A.E.H oferta para el licenciado en Ciencias de la Comunicación se presentan en la página web de la licenciatura:
<http://www.uaeh.edu.mx/campus/icshu/investigacion/aacc/licenciaturacc.htm>

periodismo, analiza discursos en los encabezados de determinados periódicos de la región, el estudiante de comunicación organizacional, se interesa por realizar diagnósticos organizacionales de ciertas empresas implementando estrategias que permitan un óptimo desarrollo organizacional, esto por señalar unos ejemplos.

Cabe señalar, que el hecho de que estén en un área de énfasis específica, no limita el interés del estudiante por explorar y realizar una investigación sobre temáticas que precisamente responda a las características de su área, por el contrario, existe la libertad que a través de los seminarios se busque una temática de interés con fuerte vínculo a la comunicación.

Esa búsqueda de qué abordar en los estudios de comunicación se convierte en un reto cada día mayor debido a que la comunicación es un tema de interés para muchas disciplinas como la sociología, la antropología o la historia, así se abre un amplio universo de tendencias temáticas de investigación dignas de explorar, indagar y reflexionar.

En ese sentido, el estudiante de comunicación se encuentra expuesto ante un universo de problemáticas, fenómenos y objetos por abordar que necesariamente ocupa de una guía que lo oriente en una de las decisiones más importantes para el desarrollo de un estudio en comunicación. Elegir correctamente sobre qué tendencia temática de investigación puede orientarse su trabajo es el comienzo de la aventura de investigar.

Una vez que se detecta la tendencia temática de investigación, posibilita al estudiante una aventura de explorar e identificar los fenómenos, problemáticas y objetos de estudio que se manifiestan en esa tendencia temática de investigación. Tenemos por ejemplo, que la tendencia temática de Comunicación para el Deporte, atiende problemáticas de carácter deportivo y muchos de los estudiantes les gusta el fútbol, entonces, ahí pudiera emerger un estudio.

Otro caso, es la tendencia temática de investigación en Feminismo y Género, los estudios sobre este tema en las regiones latinoamericanas actualmente tienen más presencia en estudios de comunicación pues se puede realizar el análisis del

discurso de una determinada marca de ropa interior para dama que se apoye desde propuestas teóricas del feminismo.

Ante este contexto, la presente tesis monográfica hace una exploración al identificar cuáles han sido las tendencias temáticas de investigación con mayor, medio y nulo abordaje que los trabajos universitarios (tesis) del área académica de ciencias de la comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo han desarrollado a lo largo de ocho años.

Identificar las tendencias temáticas de investigación en los trabajos universitarios (tesis) que nos anteceden, permite que estudiantes y cuantos estén interesados en el desarrollo de la investigación en el área académica de comunicación de la U.A.E.H, tomen en cuenta cuáles son las aquellas con mayor abordaje y que se han desgastado, sobre aquellas que no se ha puesto atención y que pudieran comenzar a explorarse.

Entre los objetivos específicos de la presente tesis monográfica, se planea exponer en una parte primera: un contexto, un panorama general de la investigación académica ocurrida en comunicación que de elementos importantes para entender los antecedentes y hechos que la investigación en comunicación vive y su importancia de desarrollo académico.

En una parte segunda (parte medular de este texto), el objetivo es identificar las tendencias temáticas de investigación abordadas en los trabajos universitarios (tesis), que a partir de ello, se hace un registro que permite identificar cuantitativamente el estado de abordaje de las tendencias temáticas de investigación en los trabajos universitarios.

El trabajo tiene por objetivos específicos los siguientes:

- Describir la trayectoria de la investigación en comunicación en términos generales.

- Indicar ejemplos de espacios para el encuentro, el diálogo, la difusión y publicación de los estudios en comunicación en México como la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).
- Identificar investigadores y grupos ejemplares que atienden de manera académica y científica las Ciencias de la Comunicación.
- Ejemplificar algunas teorías de la comunicación para los estudios en comunicación.
- Documentar a través de fichas de referencia, las tendencias temáticas de investigación³ abordadas en 79 trabajos universitarios (tesis) del área académica de Ciencias de la Comunicación ocurridos en el periodo 2006-2014.
- Describir cuáles son las tendencias temáticas de investigación con mayor, medio y nulo abordaje empleados en los 79 trabajos universitarios (tesis) que se han revisado.
- Reflexionar sobre el estado y desarrollo en que se encuentra el ejercicio de investigación del área académica de Comunicación de la U.A.E.H, con relación a las tendencias temáticas abordadas en los trabajos académicos.

La presente tesis monográfica se ha desarrollado desde una propuesta de carácter exploratorio, pues se indaga desde términos generales con la trayectoria de la investigación en comunicación para luego “aterrizar”, en la documentación de las tendencias temáticas de investigación abordadas en los trabajos universitarios.

En suma, el cuerpo de la tesis se organiza en dos apartados, la parte primera trata sobre las características de la investigación en comunicación, y la parte segunda, sobre la documentación de las tendencias temáticas de investigación abordadas en los trabajos universitarios (tesis) con un total de cinco capítulos y un texto final que contiene las conclusiones de este estudio.

³El autor del presente trabajo, se ha tomado la libertad de construir 25 tendencias temáticas. Al respecto, el apartado metodológico de este texto profundiza en cómo se construyeron y bajo qué criterios los trabajos fueron clasificados.

El Capítulo Primero, *“La Investigación de la Comunicación. Origen, desarrollo y consolidación”*, presenta y aborda -en términos generales-, el origen, construcción y desarrollo de la investigación en comunicación ocurrido en el campo académico de la comunicación. Se hace referencia entonces, a la historia de la investigación y desarrollo de las características que la constituyen como actividad académica ubicada en contextos de América Latina y México.

Con el objetivo de reconocer investigadores latinoamericanos y mexicanos quienes con aportes intelectuales y académicos han constituido y nutrido el campo de la comunicación a través del ejercicio de investigación, se construye un Capítulo Segundo: *“El Encuentro con el Otro. Investigadores, espacios y propuestas de la Investigación en Comunicación”*.

En dicho capítulo, se menciona quienes han participado y propuesto modos de pensar y reflexionar la comunicación así como la emergencia de espacios para la difusión, publicación y diálogo de los estudios en comunicación.

Sobre el Capítulo Tercero, *“Lo escrito, escrito está. Un panorama general de las Teorías de la Comunicación”*, el texto señala ejemplos de teorías de la comunicación. Se revisan aquí, las perspectivas de pensamiento internacional como las de Escuela de Franckfurt en Alemania y algunas perspectivas científicas latinoamericanas.

El Capítulo Cuarto, *“Aparato Metodológico”* presenta la metodología desarrolla en esta tesis monográfica. Conduce a la explicación de la propuesta para lograr el propósito de la documentación de las tendencias temáticas en investigación de los trabajos académicos universitarios.

Se presenta también la construcción de las tendencias temáticas de investigación para clasificar los trabajos universitarios y las categorías descriptivas⁴ que se plasman en un formato de fichas de referencia para crear un catálogo de los trabajos académicos con el objetivo de consulta fácil para identificar las

⁴ Dichas categorías son: nombre del autor, título del trabajo, tendencia temática abordada, bibliografía recomendada para el trabajo, y el lugar y fecha de la publicación.

respectivas tendencias temáticas de investigación empleadas en los trabajos universitarios.

Finalmente, se presentan las características de los índices descriptivos de Mayor, medio y nulo abordaje de las tendencias temáticas de investigación en los trabajos universitarios (tesis).

El Capítulo Quinto “*Resultados*”, presenta los datos cuantitativos que permiten identificar cuáles han sido las tendencias temáticas de investigación con mayor, medio y nulo abordaje en los trabajos universitarios registrados⁵. En consecuencia, se hace la presentación de dichos trabajos en fichas de referencia que se ordenan cronológicamente por año.

El último texto, expone entre las conclusiones resultados sobre cuáles han sido las tendencias temáticas de investigación que tienen mayor presencia en los trabajos así como aquellas sobre las que no se ha trabajado. Esto permite una reflexión y apunte de consideraciones y recomendaciones para la continua difusión del ejercicio de investigación en el área académica de Ciencias de la Comunicación.

Se espera que esta investigación, sirva a académicos, estudiantes y áreas académicas de las ciencias sociales y humanas para conocer una parte del gran esfuerzo intelectual y académico que se está empleando en el crecimiento del campo y disciplina de las Ciencias de la Comunicación, así como los cuerpos académicos y estudiantiles en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo en esta área.

Por otra parte, se pretende que los estudiantes en Ciencias de la Comunicación aumenten sus intereses y motivaciones profesionales y académicas para el desarrollo de la investigación en comunicación, ya que ésta, como señala el comunicólogo mexicano Jesús Galindo (1998), “permite la transformación en toda la vida social, en sus valores y sus objetivos prioritarios de acción”.

⁵ Los 79 trabajos universitarios, son el total de textos registrados en la Base de Datos de la Biblioteca Central de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo en un periodo del 2006 al 2014. Para consulta: http://dbci.uaeh.edu.mx:81/tesis_comunicaion

MARCO CONTEXTUAL

La comunicación es un acto, efecto y fenómeno activo que existe y existirá en la creación del mismo Universo; se encuentra en la naturaleza de los átomos cuando se comunican entre sí para crear la materia, e indudablemente, entre nosotros los humanos al establecer contacto y diálogos con quienes nos rodean en actividades de vida cotidiana.

La comunicación, como señala la investigadora catalana Marta Rizo (2012), “es un hecho social que todos experimentamos cotidianamente, de una u otra forma”. También, de acuerdo con Borden y Stone (1982), “es la única manera de que disponemos para ponernos en contacto con los demás y, aun cuando no nos demos cuenta de cuanto dependemos de ella, constituye el centro de nuestra existencia” (p.p 82).

En este sentido, podemos concebir a la comunicación de una u otra manera, unos la relacionamos con los medios y las tecnologías de información, otros con las relaciones sociales y personales, otros tantos con cualquier manifestación lingüística que sirve para expresarse y que nos distingue de otros seres vivos, y otros más, la concebimos como un elemento de exploración e indagación científica para realizar investigaciones y construir estudios entorno a ella.

Pensar a la comunicación como una ciencia o estudiarla rigurosamente, de acuerdo con el investigador mexicano Raúl Trejo Delarbre (1991), “ es poco factible”, debido a que no cumple aún con los requisitos estrictos de ciencia; sin embargo, es posible pensarla y abordarla a partir de un término lingüístico y de valides científica como es el “*campo*”.

El campo de la comunicación, se habilita como escenario para que académicos, investigadores y estudiantes desde las universidades o centros de reflexión propongamos modos científicos, académicos y reflexivos sobre el comportamiento y desarrollo de la comunicación con relación a lo que impacta en nuestros contextos.

Crear un estudio o hacer investigación de la comunicación requiere de una temática, fenómeno y problema de interés social, cultural, económico, político y educativo y hasta ahora no puede atender dichos intereses como lo hace la sociología, la lingüística o la antropología.

¿Por qué no es posible? Porque de acuerdo con el investigador Miquel de Moragas “la comunicación es un objeto transversal, es un objeto-campo de estudio en cuyo análisis puedan confluir métodos y puntos de vista aportados por las distintas ciencias sociales y humanidades”. (2011:19)



Ante esta realidad, aquellos que nos interesamos por realizar un estudio en comunicación, tendríamos que apoyarnos de propuestas teóricas provenientes de las ciencias sociales como la sociología, la psicología, la historia, etnografía, antropología, economía, ciencias políticas. (Véase cuadro de arriba).

No obstante, para el estudio de la comunicación se tiene un campo en el que de acuerdo con el teórico francés Pierre Bourdeau (1997:59) es:

“un espacio social estructurado, un campo de fuerzas –hay dominantes y dominados, hay relaciones constantes, permanentes, de desigualdad que

se desarrollan dentro de este espacio- que es también un campo de luchas para transformar o conservar ese campo de fuerzas. Cada cual, dentro de su universo, compromete en su competencia con los demás la fuerza (relativa) que posee y que define su posición dentro del campo y, consecuentemente, sus estrategias”.

Algunos investigadores latinoamericanos en comunicación han puesto especial interés en definir un término que se relacione con la comunicación. El comunicólogo mexicano Raúl Fuentes Navarro definió el concepto de *campo de la comunicación* como:

Un espacio socio-cultural específico, en el cual concurren actores sociales sujetos a las determinaciones y condicionamientos que definen su identidad y sus funciones sociales desde marcos mucho más amplios que los académicos por una parte, y los comunicativos por la otra, pero que su actividad, socialmente legitimada e institucionalizada, mantienen una cierta “autonomía relativa” (1999:22).

A partir de este concepto, se entiende que la comunicación tiene su propio espacio de exploración e indagación, lo que permite realizar estudios sobre su campo, sobre la realidad social y sobre la creación de sus conocimientos.

Esta sentencia se fortalece con una aportación que define la comunicóloga brasileña María Immacolata Vassallo (2002:4), quien expresa que detecta en el campo de la comunicación una triple condición que los define como subcampos⁶.

- a) El científico: implicado en la práctica de producción del conocimiento: la investigación académica tiene la finalidad de producir conocimiento teórico y aplicado por medio de la construcción de objetos, metodologías y teorías.
- b) El educativo: que se define por prácticas de reproducción de ese conocimiento, es decir, mediante la enseñanza universitaria de materias relacionadas con la comunicación.

⁶ Esta triple condición de la comunicación, también la señala Fuentes Navarro (2006), denominándolos como campo académico-científico, educativo y profesional.

- c) El profesional: caracterizado por prácticas de aplicación del conocimiento y que promueve vínculos variados con el mercado de trabajo.

Estos subcampos permiten que algunos estudios en comunicación se desarrollen sobre tres posibles espacios de abordaje.

Por ejemplo, para el *subcampo científico*, la atención investigativa pudiera ser sobre el índice de teorías de comunicación empleadas en un determinado número de revistas sobre comunicación; en el caso del subcampo *educativo*, se manifiesta la atención al desarrollo en que se encuentran los perfiles de formación universitaria como son el periodista, el comunicólogo y el comunicador; para el subcampo *profesional*, pudieran interesar las exploraciones a mercados laborales para los egresados en Ciencias de la Comunicación.

Ante este panorama, la presente tesis monográfica pone atención en el primer subcampo que Vassallo denomina como *científico*, pues en ella se trata lo “implicado en la práctica de producción del conocimiento” (que en este caso son las tendencias temáticas de investigación abordadas), y “el desarrollo de la investigación académica en el campo de la comunicación” (que es el panorama general de la investigación en comunicación).

La justificación de un trabajo como este se apoya en una aportación que realiza Fuentes Navarro (1999:106), en cuanto a estudios de comunicación sobre el campo científico se refiere:

“Cuando se aborda el campo de la comunicación, desde lo académico (científico), no se refiere a las prácticas sociales de comunicación masivas o no, ni a las instituciones que se han especializado en su ejercicio y en su control social, sino más bien, sobre aquellas prácticas que toman a estas como su referente, es decir, investigaciones o estudios que son realizados principalmente por universitarios, dentro o fuera de las instituciones de educación superior, con el propósito general, de conocer, explicar e intervenir en la transformación intencionada de las prácticas sociales de comunicación”.

De acuerdo con León Duarte (2007), el reconocimiento de quienes realizan los estudios en comunicación en el campo de la comunicación, se hace a partir de la cantidad de citas que tienen los textos o artículos científicos en revistas o libros de mayor difusión en el campo académico; del número de traducciones en índices extranjeros; y de los premios académicos o científicos que se han recibido por dicho estudio, este acto de reconocer investigadores en la ciencia Bourdieu lo denomina como *capital científico* (2000:79).

El capital científico que interesa construir para esta tesis monográfica es el desarrollado por parte de los estudiantes en Ciencias de la Comunicación de las tres existentes áreas de énfasis (Comunicación Organizacional, Periodismo e Investigación), de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Formar este capital científico, que denominaremos como universitario, es necesario para la recopilación de 79 trabajos universitarios en comunicación que se encuentran registrados en la base de datos de la Biblioteca Central de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

La concentración de este capital científico universitario no se define por cual prestigioso es el texto del alumno, o si éste ha sido citado en otros trabajos. Más bien, se realiza con la finalidad de reconocer e identificar las tendencias temáticas de investigación abordadas en los trabajos universitarios (tesis) que los propios alumnos han explorado y desarrollado sobre una problemática, fenómeno u objeto de estudio que interesa a la comunicación.

De acuerdo con el comunicólogo Jesús Galindo (1998), el desarrollo de la investigación social y de la comunicación en particular, ha dependido fuertemente de dos situaciones importantes. La primera, “de una carente sociedad informada”, y la segunda, “de que se tiene una raquílica cultura de información”. Otra de las situaciones que deja en segundo término pero no menos importante, trata sobre el tipo de sociedad donde ocurre la investigación y su cultura al efectuarla, pues mucho tiene que ver el entorno en que se desarrolla la investigación.

“No es lo mismo desarrollar el ejercicio en un lugar que no promueve las preguntas y la indagación, a vivir en un espacio donde la investigación es el corazón y motor para un pleno desarrollo y completo progreso, en todo sentido.” (Galindo, 1998:25)

En este sentido, las afirmaciones se retoman para aplicarlas en la realidad que se vive en el aula de la universidad con relación al desarrollo y ejercicio de la investigación en comunicación. En la U.A.E.H, en el área académica de comunicación pasa que muchos de sus estudiantes han dejado de lado la modalidad de titularse por tesis y tampoco existe una cultura de información, los estudiantes prefieren ser más prácticos en sus trabajos académicos dejando de lado el ejercicio de investigación, de realizar lecturas, hacer observaciones, comenzar exploraciones o experimentos científicos que interesen a la comunicación, optando así, por un camino más breve como realizar un proyecto práctico o presentar un examen para evaluar sus conocimientos.

La investigación en comunicación, como en muchas otras disciplinas, juega un papel importante para mantener la armonía en el contexto académico y social, donde es urgente, como señala Galindo, “promover los estudios y el pensamiento intelectual como formas elementales de convivencia”.

Poner atención en la difusión de la investigación, en conjunto con el interés de los estudiantes por querer ejercerla, generaría una emergente cultura de información que representaría la motivación en los estudiantes a la búsqueda de información sobre problemáticas o fenómenos sociales, y así favorecer “al manejo y distinción de la información pertinente para la acción” (Galindo, 1998).

¿Qué podemos hacer ante tal situación? En primer momento, presentar un trabajo como este que aborde a la investigación en comunicación y que presente las tendencias temáticas de investigación que se han abordado en trabajos

universitarios anteriores para que así se contemple sobre qué abordar en un futuro trabajo de investigación y aumentar el interés por continuar investigando⁷.

La cita que a continuación se presenta bien ejemplifica la intención de hacer un panorama general de la investigación y en consecuencia una documentación de las tendencias temáticas en investigación abordadas a lo largo de ocho años.

... la construcción de mapas orientadores ante la creciente complejidad del campo es un prerequisite importante para la generación de opciones profesionales (y académicas) más claras y para el reconocimiento de los antecedentes, fundamentos y necesidades de desarrollo del pensamiento y la acción latinoamericanos sobre la comunicación... (Fuentes Navarro, 1998:108).

Hay que echar mano en la exploración de la investigación en comunicación, en identificar sobre que van sus estudios académicos y científicos ya que con ellos podemos definir trabajos futuros. Con el tiempo (y eso se espera), la actividad de investigación en comunicación manifestará su presencia académica en las universidades, con un especial interés para los jóvenes estudiantes quienes tendrán la labor de reflexionar las problemáticas, los fenómenos y hechos que la realidad social demandará en la posteridad.

⁷ Sin pretender que este documento será la solución a tales situaciones descritas, los estudiantes interesados en el presente trabajo pudieran generar la inquietud para investigar que es una motivación para realizar este texto.

ESTADO DEL ARTE

Al revisar antecedentes y diagnósticos para este trabajo de investigación, se dio lectura y revista a textos académicos mexicanos que abordan a la comunicación tanto en academia, enseñanza y su desarrollo como disciplina.

Sin embargo, se pone especial interés en el desarrollo de la investigación académica de la comunicación. La mayor parte de los artículos, libros y textos consultados⁸, están orientados a la historia, desarrollo y consolidación de la investigación como ejercicio académico.

Un artículo sobre la historia de la investigación en México, de destacada aportación, es el texto del comunicólogo mexicano Javier Esteinou Madrid, titulado: “*La Investigación de la Comunicación en Tiempos Neoliberales*” (1998).

Plantea y describe en él, cinco etapas que ha vivido la investigación en comunicación en México desde los años treinta. Durante estos periodos, fue cambiando en estructura académica, los temas evolucionaron en relación a las problemáticas y fenómenos sociales, políticos, económicos y culturales, emergentes del contexto latinoamericano y mexicano.

Por ejemplo, en el contexto latinoamericano, con el fin de la Segunda Guerra Mundial, la investigación atendió problemáticas de carácter social como los problemas políticos y económicos que se avecinaban una vez que los Estados Unidos de América habían ganado la guerra. Otro de los ejemplos, fue la atención a un tema interesante: el impacto globalizante. La investigación de la comunicación preveía y trazaba estudios analíticos y críticos sobre las emergentes estructuras económicas, políticas, sociales y culturales de la región latina en relación a los nuevos órdenes políticos y económicos de desarrollo.

⁸ Revistas académicas –físicas y digitales- sobre comunicación, como *Razón y Palabra*, *Comunicación y Sociedad* y *Versión*, las primeras en sitio web y la segunda por ediciones de la Universidad Autónoma Metropolitana; posibilitaron el conocimiento de la trayectoria investigativa en México y América Latina.

En el caso de México, por una parte, se priorizó la atención a temas sobre la configuración y restructuración del campo académico de la comunicación, que incluía su enseñanza, la orientación y organización de los planes de estudio y la configuración de la misma investigación y, por otra, se atendió el contexto latinoamericano que ofrecía la emergencia y atención hacia los temas relacionados con efectos de la modernización, el capitalismo y el neoliberalismo.

Posteriormente, las independencias, las catástrofes naturales, los tratados de libre comercio y las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, entre otras premisas de carácter social y cultural en Latinoamérica, orientaron los estudios en comunicación con una mirada crítica y tendencial hacia la cultura.

Dichos eventos y atenciones académicas, también moldearon y configuraron líneas de acción⁹ sobre la investigación. En principio, se diseñaron sobre la historia del periodismo y la propaganda, más tarde, emergió la atención a lo social, lo político y lo cultural, dando paso a los denominados estudios sobre la cultura donde los investigadores comenzaron a constituir Centros de Reflexión, asociaciones y grupos de trabajo en atención al desarrollo del estudio de la comunicación.

A partir de los estudios sobre la cultura, de acuerdo con Esteinou Madrid (1998), tanto las problemáticas y fenómenos sociales, como las investigaciones académicas en comunicación se relacionaron con los medios de comunicación social y, en años venideros, dicha alianza ocasionó que los estudios “respondieran más a cuestiones de modernidad y globalidad, dejando de lado la atención a lo académico e intelectual”.

Otro artículo que llama la atención, es la lectura que ofrece el texto *“De Cómo un Comunicador Entra en Disonancia por el Ruido”*, escrita por el doctor José L. García Barcala de la Universidad de Yucatán.

⁹ Entiéndase por líneas de acción: “líneas de investigación”.

Con intención de defender y hacer visible la actividad de investigar como una herramienta trascendental para el desarrollo profesional de los estudiantes en comunicación y la misma sociedad, destaca lo siguiente:

Comunicadores del mundo. ¡Unios! Por la dignificación de nuestra profesión, por la hipocratización de nuestras convicciones, por el bien social, por el mundo mejor, por la armonía melodiosa del ritmo mundial. Hagamos el llamado antes que los cultos también caigan en la confusión binaria del ruido sobre el mensaje. ¡Polígrafos a todos los comunicadores! Rayos X para transparentar la profesión y dignificarla. (García Barcala, 2004).

En ese sentido, el texto publicado por la revista *Razón y Palabra* en su edición 40, hizo pensar y reflexionar que muchos de los interesados por el desarrollo del campo académico de la comunicación y el ejercicio de investigación debemos sumar esfuerzos intelectuales para difundir y practicar la investigación y así generar conocimiento en comunicación que nutra la disciplina.

Es posible hacer visible la disciplina, y en efecto, defender a tan importante actividad académica ante el contexto, las ciencias sociales y los centros de estudio y reflexión (universidades) que no sólo apoya a la disciplina, también se puede construir un mundo mejor.

Aquellas licenciaturas en Ciencias de la Comunicación, no sólo deben atender y dar prioridad a temas de carácter organizacional, periodístico o de producción de medios de comunicación, también se trata de comenzar a enseñar lo intelectual y desarrollar el pensamiento reflexivo sobre la comunicación y el contexto que nos rodea.

“Estratos del Tiempo y Velocidad. La Comunicación que Hemos Conocido, la Comunicación Posible”, es un texto del doctor Héctor Gómez Vargas (2007) quien señala la trayectoria y evolución de la disciplina de la comunicación “a través de estratos o capas geográficas del tiempo”.

Desde su mirada, los estudios en comunicación han evolucionado y en consecuencia la misma disciplina, pues de acuerdo con él: “recientes estudios no sólo abordan a los convencionales medios de comunicación masiva como la televisión o el cine; la aparición de los nuevos medios digitales como la internet o las plataformas web, sucedieron a la construcción de un nuevo pensamiento reflexivo desde la comunicación”.

Los nuevos temas que interesan a la investigación van sobre la cultura, la economía, la política, estudios sobre género y feminismo así como del ciberespacio; todo ello, con relación a cambios sociales y las nuevas formas de construir la realidad.

Identifica entonces que la atención a lo académico y al mismo campo de la comunicación se han descuidado y en consecuencia, “carecen de atención por parte de estudiantes, académicos e investigadores en comunicación” (Gómez, 2007). Este estudio da pistas de la posibilidad de emplear a la investigación en atención a diferentes problemáticas, fenómenos y objetos de estudio, abordando, no sólo los medios y oficios convencionales que competen a la comunicación como el periodismo o la radio. “En el nuevo milenio, se abren nuevas posibilidades de indagación con la aparición del internet y las nuevas plataformas multimedia, la cultura, la familia e incluso el estudio de uno mismo”. (Gómez, 2007).

Por otra parte, al realizar un panorama general sobre las teorías en investigación de la comunicación, se dio lectura al libro “*Teoría e Investigación en Comunicación Social*” (2004), de los investigadores Juan José Iguarta y María Luisa Humanes.

Resumir el libro no sería adecuado, sin embargo, a partir de la lectura ocurrió una inquietud en la búsqueda de pensamientos científicos y reflexivos sobre teorías y metodologías en estudios de comunicación que se proponen desde miradas intelectuales de autores latinoamericanos y mexicanos, quienes, cabe señalar, exponen en sus libros, artículos y textos, nuevas propuesta de abordaje

investigativo sobre el pensamiento comunicacional, permitiendo desplazar a los desarrollados en el extranjero como las propuestas de la Escuela de Francfort¹⁰.

Así, se consultaron textos sobre propuestas de estudio del comunicólogo boliviano Luis Ramiro Beltrán (1976); videografías de historia de vida, congresos y presentaciones de libros en la plataforma web del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación Para América Latina (CIESPAL) y Portal ComTv.

Todos ellos, sobre recientes temas de investigaciones y pensamientos de reflexión sobre la comunicación como los propuestos por Miquel de Moragas (2010), quien ha escrito "*Sociología de la Comunicación de Masas*" (1984), Jesús Galindo Cáceres (2011) fundador del grupo "*Hacia una Comunicología Posible*" en México y Néstor García Canclini sobre las "*Culturas Híbridas*".

La lectura a las propuestas de Jesús Martín-Barbero¹¹, como "*Los Medios y las Mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*" (1987), posibilitan la idea sobre la atención a problemáticas manifestadas en la audiencia con relación a los medios de comunicación masiva para un contexto más inmediato y regional, es decir, "atender las problemáticas regionales con pensamientos reflexivos de la comunicación desarrollados en Latinoamérica". León Duarte (2002).

Justamente, el texto de Martín-Barbero trata sobre una tendencia temática en estudios de comunicación: la atención a los mensajes de los medios de comunicación masiva que impactan y moldean de forma directa la construcción de la realidad social.

Por ejemplo, de cómo una telenovela difunde códigos de lenguaje entre los jóvenes y cómo ellos se apropian de estos para usarlos en la vida cotidiana.

¹⁰ "*La Escuela de Francfort ¿Qué Sé?*" (1998), de Paul-Laurent Assoun, da un panorama general del pensamiento alemán sobre la investigación en comunicación.

¹¹ Jesús Martín Barbero, investigador colombiano, ha revolucionado el pensamiento teórico y metodológico en atención a los procesos de comunicación entre los medios de comunicación y la audiencia o sociedad. También fue consultado en la plataforma web de CIESPAL.

El pensamiento reflexivo de otro comunicólogo mexicano Gustavo A. León Duarte, en su texto, *“Teoría e Investigación de la Comunicación en América Latina”* (2002) y *“ELACOM. Referente Histórico y Conquista de la Hegemonía en el Pensamiento Latinoamericano de la Comunicación”* (2008), dieron pauta para que este trabajo de investigación configurara su capítulo tercero, al abordar las teorías de la comunicación.

León Duarte, en el primer texto, presenta un panorama general de las teorías y metodologías empleadas en un periodo de cuatro décadas ocurrido en el contexto latinoamericano, y en el segundo, un panorama sobre el desarrollo del “pensamiento crítico-social desde la perspectiva latinoamericana”.

Este último texto señalado, de acuerdo con el autor, presenta el comienzo de los diálogos académicos sobre la construcción de una posible Escuela de Comunicación Latinoamericana¹², conversado durante el I Seminario Latinoamericano sobre la Investigación de la Comunicación celebrado en Cachamba, Bolivia.

Dicho encuentro, contó con los diálogos y aportaciones intelectuales de investigadores destacados como Guillermo Orozco (mexicano) y Jesús Martín-Barbero (colombiano).

En suma, los textos permiten reconocer y pensar en el estudio de comunicación apoyado por metodologías, técnicas e instrumentos extranjeros y de mayor arraigo como las perspectivas europeas, pero se mira una nueva propuesta: la de un pensamiento crítico latinoamericano¹³.

Aproximándose a un contexto regional mexicano, el material bibliográfico *“Historia de la Comunicología Posible”* (2008), de Jesús Galindo, posibilitó indagar sobre

¹² Torrico Villanueva, Eric (2000) “Eventos: Cochabamba Sede de la Más Grande Reunión Académica sobre Comunicación en Latinoamérica”. Revista de Pensamiento Comunicacional Latinoamericano. Voumen 1, No. 2. Pp. 6-8.

¹³ Existe entonces, la posibilidad, de estudiar las problemáticas y los fenómenos que competen a la comunicación a partir de una mirada regional, inmediata, contextual, como las propuestas teóricas, metodológicas y de análisis que presentan autores latinoamericanos como Jesús Martín Barbero, Luis Ramiro Beltrán quienes las han desarrollado entre la década de los setenta y los noventa.

aportaciones y propuestas intelectuales que se construyen desde el campo de la comunicación mexicana, las cuales apoyan, en la consolidación de esta como disciplina.

Es Jesús Galindo quien también ha hecho aportaciones sobre metodología y técnicas de investigación social como lo ejemplifica su libro *“Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación”*¹⁴ (1998), construyendo términos como sociedad de información y cultura de información. El autor, se ha aventurado a construir conceptos como Comunicometodología y Comunicología.

Para la parte segunda de esta investigación, se dio lectura a los textos de Raúl Fuentes Navarro (2003) *“Sistematización Documental 1995-2001: La Investigación Académica sobre Comunicación en México”*, y *“Producción, Circulación y Reproducción Académicas en el Campo de la Comunicación en México”* (2010).

El primer libro, pone a disposición de investigadores en ejercicio y en formación a través de fichas bibliográficas una sistematización de estudios en comunicación, las cuales tienen como objetivo “construir los estados de la cuestión pertinentes para proyectos de investigación futuros” Fuentes Navarro (2003:14).

En la metodología para dicha sistematización, organizó y propuso tendencias temáticas, que en parte, facilitaron la clasificación de los trabajos documentados. Para la creación de un índice de tendencias temáticas, el autor tomó como referencia al Thesaurus de la UNESCO. Ello dio como resultado un catálogo de publicaciones de los trabajos académicos comprendidos entre 1995 - 2001.

Así, de acuerdo con Fuentes Navarro (2003), “los agentes académicos tuvieron acceso a la información sistematizada suficiente para reconocer el campo de estudios en que se trabaja y sobre qué se podría desarrollar un futuro trabajo académico”.

¹⁴ En la presente investigación, se ha puesto especial interés y cita, en las aportaciones conceptuales de los términos: *sociedad de información y cultura de información*. (Galindo, 1998)

El segundo libro, ofrece una contribución académica para la investigación en comunicación: “para disminuir la brecha que separa los distintos trabajos de investigación y así propiciar un trabajo reflexivo e incluyente”, ya que dicho campo, de acuerdo con el autor, “se enfrenta al desconocimiento de sus propios productos” (Fuentes Navarro, 2010), pues los investigadores han tenido al aislamiento y desarticulación en sus contextos.

Ello significa, que a pesar de vivir en tiempos modernos, donde el tránsito de información entre academias, centros de reflexión y universidades ha sido continuo más no el suficiente cuando de compartir conocimiento y avances de trabajos y estudios académicos se trata.

Sobre la documentación de los trabajos universitarios, se consultó un material bibliográfico que dio base estratégica para llevar a cabo la propuesta de realizar fichas de referencia. Los textos, no precisamente se desarrollan en el campo de la comunicación, sin embargo, ocurren desde la mirada de las ciencias sociales.

Es el caso de los libros “*Metodología de la Investigación. Bibliográfica, Archivistica y Documental*” (1982) del autor Ernesto de la Torre Villar, e “*Investigación Documental*” (2003) de la Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía, los cuales orientaron la propuesta en la construcción de fichas de referencia que se describen en el capítulo metodológico de esta investigación.

PARTE PRIMERA

“Quien por primera vez entraba en este campo se veía expuesto inevitablemente a toda una variedad de puntos de vista contradictorios (...) El hecho de que el principiante tuviera que hacer una elección y luego conducirse de acuerdo con ella no impedía que estuviese consiente de las demás posibilidades. Este modo de educación tenía, obviamente, más posibilidades de producir un científico libre de prejuicios, alerta a los fenómenos nuevos y flexible en la manera de enfocar su campo”

Thomas Kuhn, 1998.

CAPITULO I

“Remitir a la historia humana, política y social, y a la estructura histórica permite separar analíticamente diferentes niveles temporales en los que se mueven las personas, se desarrollan los acontecimientos o se averiguan sus presupuestos de larga duración.”

- *Héctor Gómez Vargas (2007)*

1. La investigación académica de la comunicación. Un apunte general sobre el origen, desarrollo y consolidación.

La investigación en comunicación es un ejercicio intelectual que durante el siglo XXI ha buscado posicionarse como una de las actividades académicas importantes para las universidades, las ciencias sociales y humanidades. También ha servido como herramienta para la creación de la información en las sociedades contemporáneas.

El investigador español Miquel de Moragas Spá (2011), describe tres modos o formas de hacer investigación en comunicación:

- a) Investigación Aplicada: Se caracteriza por resolver problemas concretos de algunos actores del sistema como las empresas privadas. Se trata de estudios competitivos, secretos (privados) o reservados. Es decir, que este tipo de estudio se realizan con un propósito conocimiento privado y que no será científico o público. Por ejemplo, un estudio sobre la preferencia de ciertas radiodifusoras entre las audiencias.
- b) Investigación Teórica o para Conocer el Mundo: Son investigaciones teóricas que proponen conocer el conjunto del sistema social mediante el estudio de la comunicación. Ejemplo de estos estudios son los realizados por Theodor Adorno en Alemania sobre la industria cultural de los medios, la propuesta de Martin-Barbero sobre las mediaciones de los medios, o el pensamiento filosófico sobre la comunicación en las sociedades como lo presento Jurgen Habermas.
- c) Investigación sobre el funcionamiento estructural de los sistemas mediáticos: Es el estudio sobre los usos, las funciones y los efectos de la comunicación desde las perspectivas disciplinarias de la sociología, la economía, la historia. Por ejemplo, un estudio sobre la percepción del fenómeno migratorio a través de películas latinoamericanas.

De esta manera, los estudios en comunicación y la misma investigación, mucho dependerán del interés que un investigador tenga ante las problemáticas o fenómenos que en su contexto ocurren. Por ello, estudiantes y académicos nos preparamos académicamente para poder atender aquello que interesa cuestionar que no sólo va sobre los medios de comunicación masiva, existe un amplio campo de exploración en estudios sobre la comunicación que permiten atender contextos culturales, sociales, políticos, económicos, educativos, religiosos, entre otros.

1.1 Un camino trazado. Breve recorrido histórico de la investigación en comunicación en América Latina.

De acuerdo con el comunicólogo mexicano Gustavo A. León Duarte (2007), la investigación en comunicación en América Latina tiene un origen a finales del siglo XIX y principios del XX cuando el entonces ejercicio del periodismo se miraba como medio de comunicación por excelencia y permitió la expresión de las problemáticas e inquietudes sobre la realidad de las sociedades.

En este contexto, muchos escritores latinoamericanos tuvieron en su labor periodística la oportunidad de exponer y expresar sus vocaciones literarias, políticas e ideológicas al realizar críticas sociales y plasmar opiniones sobre el estado-nación en las páginas de los primeros diarios y periódicos de la región latina.

Al respecto Marques de Melo señala:

Los ideales de aquel pensamiento latinoamericano, tenían base en ideas nacionalistas y de voluntad independentista. Brasil fue pionero entre los países latinoamericanos en dar paso a las primeras reflexiones analíticas desde perspectivas en lo social, lo político y la cultura de masas a finales del siglo XIX. (Marques de Melo, 1992:5).

A finales de los años veinte, mientras la recesión económica dominaba el contexto latinoamericano e internacional, no hubo obstáculo alguno para que la información creciera y fluyera con más determinación entre los ciudadanos, esto fue posible gracias a la emergencia de un nuevo medio de comunicación masivo: la radio.

Con la aparición de este medio y el término “libre flujo de información”, la radio tomó posición en la investigación en comunicación configurándose como espacio y objeto de estudio para los trabajos de investigación, esto motivó a que intelectuales, científicos sociales y académicos de las universidades más importantes de la región latinoamericana comenzaran a formular interrogantes sobre su impacto en las audiencias y su posición como medio de comunicación en el contexto.

Hacia 1930 y 1945, la investigación en comunicación retomó el concepto de “comunicación” para poder explicarlo como “simple fenómeno humano”, donde las perspectivas filosóficas y empiristas lo determinaron no como objeto de estudio para un análisis profundo, sino más bien, como un instrumento de persuasión para las sociedades.

Hubo quienes se interesaron por el estudio de la comunicación para implementar y desarrollar modelos teóricos y metodológicos que buscaran mejorar la publicidad, la organización en campañas electorales, el conocimiento de las debilidades de la opinión pública, el aumento en ventas de periódicos y superar la imagen institucional del Estado. Otros como las organizaciones académicas internacionales y regionales de América Latina, comenzaron a planear y establecer escuelas, universidades e institutos que profesionalizaran al periodismo¹⁵, ya que era una formación académica que atendía un medio de comunicación masivo como el periódico y que tenía una estrecha relación con la audiencia.

¹⁵ Países latinoamericanos como México, Venezuela, Colombia, Ecuador y Perú crearon y abrieron sus primeras escuelas de periodismo en la década de los 40. Chile, Republica Dominicana, El Salvador, Guatemala y Uruguay durante los años cincuenta; Bolivia, Cota Rica, Cuba, Honduras, Nicaragua, Panamá y Paraguay en los sesenta.

Durante la Segunda Guerra Mundial, las tendencias temáticas que competían a la investigación en las escuelas de periodismo y la comunicación iban orientadas sobre la historia del periodismo, la propaganda y algunos acontecimientos generales de la vida social; como señala Katzen, (visto en León Duarte, 2006) “las tendencias determinaron objetos de estudio los cuales se abordaban desde perspectivas descriptivas y no analíticas”.

Esto significó que el ejercicio investigativo era más descriptivo sobre la historia y los elementos que conformaban la propaganda y el periodismo, pero no se realizaron estudios a profundidad como hace actualmente la semiótica o el análisis del discurso.

Con el paso del tiempo, las estrategias y modos de aplicar teoría, metodología y ciencia en los estudios de comunicación ocasionaron que el periodismo, la comunicación y la cultura, articularan perspectivas, miradas y críticas posibles para el abordaje y atención de los nuevos fenómenos y problemáticas que se desarrollaron en los países latinoamericanos. Fue así que emergieron las atenciones investigativas entorno a la radio y la propaganda, a la identificación de fenómenos culturales como el consumo y preferencia del público sobre determinada soda y a la reflexión sobre problemáticas sociales como las manifestaciones sociales que ocurrían en Latinoamérica.

Entonces, para la década de los cincuenta, ocurrieron cambios profundos en las estructuras políticas, sociales, culturales, económicos y educativas del periodismo y la comunicación que originaron tendencias e intereses investigativos con nueva mirada en la investigación.

Los estudios en este contexto, atendieron interrogantes con rigor científico y maduras críticas sobre la cultura y la industria mediática, es decir, en atención a medios de comunicación masiva como el cine y la televisión y de cómo estos controlaron y crearon formas de convivencia o realidades en la sociedad.

Los estudiosos del periodismo, comenzaron a cuestionarse y hacer críticas constructivas sobre actos de interés político-económico que se manifestaban en

los discursos de líderes políticos, algunos actos que el estado presentaba como tratados económicos a través de los medios de comunicación masiva que consumían los ciudadanos y que en efecto, servían para la construcción de la realidad social.

El periodismo atendió también temáticas de interés social y que mucho tenían que ver los medios de comunicación masiva. De acuerdo con Ordoñez (1963), “Los objetos de estudio se relacionaban al periodismo y la propaganda, con categorías de análisis sobre el desarrollo emergente industrial y cultural de la región”.

1.1.1 En el periodismo, emerge la Investigación en Comunicación.

La creación de las escuelas de comunicación en América Latina a finales de los años sesenta, fue impulsada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y la Organización de los Estados Americanos (OEA), quienes a través del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal).

Dichas organizaciones lograron en México un impacto interesante, no sólo en la planeación de la enseñanza de la comunicación, también participó en la consolidación de los primeros planes de estudio en periodismo y se definió los perfiles profesionales como el del comunicólogo¹⁶ que en consecuente se dio mayor apertura a la investigación científica en comunicación.

En estos años fue que instituciones educativas como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), la Universidad Veracruzana (UV), y la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), se sumaran a la creación y construcción de escuelas de comunicación. La primera escuela de periodismo en México fue la

¹⁶ Hacia 1975, cuando el discurso del Estado Mexicano comenzó a reconocer la importancia de los medios masivos y se crearon centros de investigación en diversas dependencias federales, de acuerdo con Fuentes Navarro (2010a) se puede situar la emergencia de un tercer modelo para la formación universitaria en comunicación: el comunicólogo.

Carlos Septién García, fundada en 1949, le seguiría la Escuela de Periodismo de la Facultad Nacional de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), a partir de 1951 y, tres años más tarde, la Escuela de Periodismo de la Universidad Veracruzana en 1954.

Argentina fue la primera en dar el paso en consolidación y profesionalización del periodismo, comenzó con un primer curso de docencia en periodismo en la Universidad Nacional de la Plata el 14 de Junio de 1935, con una inscripción inicial de 131 alumnos.

Dicha experiencia dio como resultado la consolidación de una profesión en periodismo y el posible desarrollo del ejercicio investigativo en esta área.

Ante este panorama, se plantearon elementos característicos de un primer modelo de formación universitaria en comunicación: el de periodista, quien de acuerdo con Fuentes Navarro (2002), desarrolló “la incidencia política y social a través de la conformación de la opinión pública, ese era uno de sus principales propósitos y elementos constitutivos de su formación profesional”.

Con dichos elementos, el profesionista con este perfil “contaba con capacidades académicas para atender emergentes problemas sociales” Fuentes Navarro (2002), y hacia los años sesenta, con el apoyo de organizaciones internacionales y la suma de esfuerzos intelectuales por parte de la comunidad de periodistas, permitieron que las escuelas de periodismo consolidaran y constituyeran un campo académico de la comunicación.

En consecuencia, ocurrió una mayor difusión y profesionalización de la investigación para la región latinoamericana¹⁷, donde organismos internacionales se encargaron de proporcionar los recursos necesarios para la construcción de la prometedora actividad académica.

¹⁷ Instituciones de carácter internacional, como la *International Communication Association* (ICA), la cual a través de grupos y temas específicos apoya el desarrollo y práctica de la investigación en comunicación a nivel mundial y en el caso de Latinoamérica, la *Comisión Económica para América Latina* (CEPAL), desde 1948, se han encargado de la vigilia y desarrollo de la investigación en comunicación.

El periodismo quedó en un propio espacio universitario y se dio paso a un nuevo perfil universitario: aquel que estudia de forma más directa la estructura, impacto y desarrollo de los medios de comunicación masiva, así como los códigos de información que se comparten entre los individuos.

Lograr ese nuevo perfil universitario, mucho trabajo intelectual y organizacional le precede. Con la aparición de CIESPAL, hacia 1960, y la suma de intelectuales, quienes preveían un nuevo espacio de profesionalismo así como un campo de trabajo académico sobre la comunicación próspera; fue que suscitaron los siguientes hechos.

1.1.2 CIESPAL, creador de un nuevo perfil académico para la Investigación en Comunicación.

La investigación en comunicación en México y América Latina se nutrió de la continua participación del periodista. Debido a la alta demanda académica que esta tenía, emergió un segundo perfil universitario: el comunicólogo.

Con el tiempo, una vez entrando en vigor los nuevos perfiles que atendieron los fenómenos de la comunicación, cambiaron de escuelas de periodismo a escuelas de comunicación, y otras tantas, tuvieron a la comunicación como oferta educativa entre sus licenciaturas considerando al periodismo como una profesión con propio plan de estudios.

Algunas de las organizaciones internacionales que apoyaron el proyecto y fortalecieron la creación de este nuevo perfil universitario quien trabajaría el próspero campo de estudio para la comunicación, fue el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, en Quito, Ecuador, iniciando sus operaciones en 1960.

Este organismo, al detectar que intelectuales, científicos sociales e investigadores se sumaron al ejercicio de investigación en comunicación, desarrolló en gran medida, el ejercicio de la investigación para el campo académico de la comunicación en América Latina.

Propone entonces “estrategias de acción para la consolidación de la investigación como actividad académica, la documentación de los trabajos, textos y materiales de estudios sobre la comunicación y el contexto; y la propuesta académica de: Ciencias de la Información¹⁸” (León Duarte, 2007:59).

A mediados de los sesenta, el orden económico creado por la gran concentración de producción, economía a escala, unificación de los mercados y los cambios introducidos en las actividades productivas de los países desarrollados y dependientes de América, apoyaron la demanda de una urgente creación y desarrollo de la carrera sobre las Ciencias y Técnicas de la Información¹⁹.

CIESPAL con el apoyo de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), y la Organización de los Estados Americanos (OEA), trabajó “tres áreas de concentración” para el estudio de las Ciencias de la Comunicación (CIESPAL, 1965):

a) Enseñanza del periodismo.

La enseñanza del periodismo en las escuelas, universidades e institutos, se quedaría como una carrera o profesión de caso aparte, más no lejano al nuevo modelo de enseñanza en Ciencias de la Información.

¹⁸ En América Latina, con la significativa excepción de México, acabó por imponerse el término “Comunicación Social”, de origen eclesiástico. “Ciencias de la Comunicación” debió ser sustituido en la Universidad Iberoamericana por “Ciencias y Técnicas de la Información” debido a la objeción de la Secretaría de Comunicaciones Transportes, debido a que la carrera no contenía ni a las telecomunicaciones y a las carreteras.

¹⁹ México, más tarde Ciencias de la comunicación, Ciencias de la Información (España), Ciencias de la Información y la Comunicación (Francia), Comunicación Social (países latinoamericanos a excepción de México). (Fuentes Navarro, 2010)

En un primer momento, a mediados de la década de los sesenta, CIESPAL formó con la ayuda de profesores latinoamericanos, europeos y estadounidenses, cerca de 150 profesores de todos los países de América Latina en cursos de especialidad para la enseñanza en Ciencias de la Información.

Acto seguido, se orientaron a las escuelas de periodismo en la implementación y creación del nuevo plan de estudios sobre la comunicación con base en recomendaciones acordadas en seminarios realizados hacia 1965. Estos seminarios fueron cuatro a los que se convocaron; la primera sede fue en la Ciudad de Medellín, seguida la Ciudad de México, la tercera fue en Buenos Aires y la cuarta en Río de Janeiro.

En ellos asistieron delegados de gobierno, escuelas, diarios, radiodifusoras y canales de televisión. Los diálogos trataron sobre los temas y problemáticas que acontecían en el recién construido campo de la comunicación, en sus escuelas y en particular, sobre el estado académico en el que se hallaba la investigación.

Ante el suceso se crearon recomendaciones que CIESPAL ofreció para la creación de un significativo cambio académico sobre los modelos tradicionales de hacer y presentar la investigación y que impulsara la creación de escuelas y licenciaturas en Comunicación.

Las sugerencias se realizaron a aquellos modos con los que operaba la enseñanza del periodismo y en consecuencias la enseñanza y difusión de la investigación. A continuación, se describen algunas de las recomendaciones redactadas en 1965:

- 1) Los estudios de periodismo deben comportar sus estudios en un carácter de nivel universitario.
- 2) Los estudios de periodismo deben constituirse o agruparse en su caso, en facultades de ciencias de la información colectiva. Dependientes necesariamente a una universidad estatal o legalmente constituida.
- 3) CIESPAL, perfeccionará y difundirá lineamientos generales de la enseñanza en las escuelas de ciencias de la información, de tal manera, que sea

posible el intercambio de profesores, estudiantes y material destinado a la docencia.

- 4) CIESPAL, organizará un cuerpo de profesores para la investigación científica de los medios de información para que, además, sean profesores visitantes encargados de asesorar en prácticas de investigación a lo largo y ancho de la región.
- 5) CIESPAL, asesorará la creación de centros o institutos de investigación anexos a las escuelas respectivas y que se establecerán programas permanentes de investigación de acuerdo a las necesidades de cada región.
- 6) CIESPAL, ocupa del apoyo económico e intelectual para continuar los trabajos de investigación sobre los medios.
- 7) CIESPAL, editará y difundirá los materiales especializados sobre teorías y metodologías de la enseñanza de las ciencias de la información.

b) Investigación.

Un momento coyuntural en la historia de las Ciencias de la Comunicación en América Latina, es cuando CIESPAL atiende a la investigación en comunicación para darle una nueva orientación y que así se creara el nuevo perfil universitario que concibe al comunicador como un intelectual con perspectiva humanística.

El nuevo perfil (que para el presente trabajo se hacen algunas referencias porque mucha es la información sobre él y que habría que abordarlo en otra ocasión), destaca por su formación académica por resolver numerosos y profundos problemas sociales y contextuales que enfrentaron las escuelas de periodismo.

Valores filosóficos y existenciales, apoyaron una nueva teoría de la comunicación. La comunicación humana se descubre como ámbito profesional y como “objeto” de investigación en casi cualquier relación o institución social. (Fuentes Navarro, 2001).

El quehacer periodístico en Latinoamérica dio paso a la creación de un campo académico que permitía, no sólo atender problemáticas y fenómenos de carácter comunicativo o de denuncia social, sino también atender aquellos problemas que afectaban directa o indirectamente las estructuras políticas, económicas, culturales y sociales de los contextos latinoamericanos.

Los años sesenta, vieron la emergencia de este segundo modelo de formación universitaria, que, de acuerdo con Fuentes Navarro (1993), se encargaría de atender:

- 1) Tipos de estudio de carácter histórico, descriptivo y normativo de la prensa.
- 2) Experimentación de aplicaciones de difusión de la comunicación en la zona rural.
- 3) Generar reflexiones críticas sobre la estructura y las funciones sociales de la radio y la televisión.

c) *Documentación.*

A finales de los sesenta CIESPAL realizó una colaboración con la UNESCO para consolidar el *Centro de Documentación para la Investigación de la Comunicación en América Latina* que logró atender dos propósitos:

- a) Recuperar y diseminar de manera mecánica, el material disponible sobre la comunicación social en el ámbito mundial, particularmente el de América Latina.
- b) Sistematizar, así como crear, una base de datos que facilitó el intercambio de información sobre la investigación.

Con el apoyo tanto económico como intelectual de organizaciones internacionales como el *Centro Internacional de Investigadores para el Desarrollo (CIDD)*, y la *Fundación Friedrich Ebert* de la República Federal de Alemania, los esfuerzos

para el procesamiento, compilación y difusión de estudios en comunicación se logró de manera eficaz en América Latina.

Hacia los años setenta, los esfuerzos intelectuales de investigadores latinoamericanos tomaron sentido y presencia entre los estudiantes de comunicación así como en las universidades que proponían y buscaron una investigación mejor organizada y estructurada.

Como efecto de la organización de CIESPAL, se impulsó la producción de textos, artículos, ensayos, así como la difusión del pensamiento comunicacional en encuentros internacionales y nacionales. El ejercicio de investigar con carácter científico comenzó a tomar fuerza en el campo de la comunicación al emplear técnicas de laboratorio, métodos estadísticos perfeccionados y encuestas psicológicas de fondo.

El interés de los investigadores fue en las temáticas y tendencias de los efectos producidos por los medios de comunicación en las audiencias, así como los modelos teóricos y científicos que enmarcaban a la investigación internacional a finales de los años setenta.

La crisis de los años ochenta, una década perdida para muchos economistas y políticos, Fuentes Navarro (1992) la considera, “una década de muchas ganancias para el campo académico de la comunicación”, por las siguientes características:

- Cuando se agotaban los modelos de desarrollo de la nación, y la necesidad urgente de cambio en las estructuras sociales, obligó a los intelectuales del Estado Nación a comprender que la investigación servía como herramienta para la construcción de estrategias que apoyaran a combatir las adversidades manifestadas en los contextos políticos, económicos, sociales, culturales y educativos.
- Por otra parte (esto ocurrido en la academia), los investigadores detectaron que los modelos conceptuales y teóricos, tenían un carácter colonizaste, es decir, que los pensamientos y las reflexiones ocurrían entorno a propuestas internacionales como los métodos y teorías provenientes de la escuela de

Francfort. Y esto para algunos investigadores, no correspondía ni resolvían las realidades emergentes del contexto latinoamericano, así que se comenzó por explorar y proponer métodos, técnicas y perspectivas desde la mirada latinoamericana.

Ante esta situación, se toma una actitud crítica frente a la herencia teórica y metodológica recibida durante varias décadas desde el extranjero, dando paso, a una nueva concepción regional y nacional del estudio de la comunicación.

1.1.3 Condiciones de la modernización en la Investigación de la Comunicación: Las Leyes de Mercado y la nueva tendencia cultural.

A partir de los años noventa y hasta nuestros días, las propuestas de CIESPAL originaron que la investigación en comunicación se nutriera por la participación de investigadores, científicos sociales, estudiantes e intelectuales de las diferentes carreras y espacios que estudian a la comunicación.

En este contexto, el proceso modernizador de México logró profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales y legales que en consecuencia, modificaron los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción y modos de investigación en la región latina.

La presencia de una conciencia modernizadora, significó entrar a una etapa de desarrollo nacional que formuló ante la nueva globalidad internacional “la eficiencia en el terreno comunicacional” (Esteinou, 1998), es decir, que los intelectuales del Estado, asimilaran la idea de que lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve.

En este sentido, se optó por atender realidades de carácter, político, social, económico y educativo, por tanto, la investigación de la comunicación, descuido y olvido drásticamente el análisis elemental de los procesos de democratización de

los medios de comunicación, el empleo de las nuevas tecnologías para el desarrollo social, el uso de las infraestructuras informativas para la ecología, el empleo de los medios para producir alimentos, el aprovechamiento de las nuevas tecnologías para reducir la violencia, el uso de la comunicación para la rehumanización de las ciudades, la utilización de los recursos comunicativos para la defensa de los derechos humanos, la reutilización de las estructuras de comunicación para crear culturas básicas para la sobrevivencia social, el rescate de las culturas indígenas, y la reutilización de avances tecnológicos para el incremento de la participación social.

Por otra parte, se estudió y apostó más por las características físicas de las nuevas tecnologías de la información, la aplicación de la televisión directa, la introducción del internet, la expansión de los satélites, el empleo de las nuevas computadoras, los estudios de las intertextualidades, la indagación del ciberespacio, la interacción de las máquinas de información de última generación, el estudio de la adaptación de los medios visuales, la comunicación organizacional, y la reflexión sobre la interconectividad.

Desde una perspectiva humana esto significa, que cada vez más el mercado se ha convertido en la autoridad que determina el valor de las personas y la vida y no las fuerzas y procesos sociales en los que están inscritos. En términos educativos, esto representa que, son cada vez más, las bases de la mercadotecnia las que gobiernan la orientación y la acción de las instituciones culturales y comunicativas de nuestras naciones y de la región; y no las directrices del desarrollo social y espiritual de nuestras comunidades. (Esteinou, 1998).

La modernización neoliberal básicamente redujo el proyecto comunicativo y cultural del Estado y de la sociedad en común al fortalecer y expandir las relaciones de mercado en las comunidades y no al ampliar y reforzar los procesos culturales más abiertos, democráticos y participativos que durante tanto tiempo han demandado los grandes sectores básicos de nuestros territorios.

La investigación de la comunicación en América Latina está regida básicamente por los principios de la economía de mercado y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, corremos el gran riesgo como sociedades de ser conducidos a un sistema de comunicación cada vez más salvaje. (Esteinou, 1998).

1.2 Hecho en México: La construcción del campo académico de la Investigación en Comunicación.

La investigación en México se desarrolló de manera diferente y paralela a la ocurrida en América Latina, no sólo por su reciente emergencia de estudios en comunicación a principios de los sesenta, también influye la participación de sus actores sociales: los investigadores, así como las aportaciones epistemológicas, reflexiones y pensamientos que compartieron y desarrollaron éstos en recientes años, como señala Fuentes Navarro (2001:13):

Se trata de una área académica en constante reformulación, tanto de sus objetivos y métodos de estudio como de sus propias bases de justificación y legitimación, así como de los programas desde los que institucionalmente se configura como un conjunto de proyectos, es decir, de acciones y recursos orientados hacia propósitos intelectuales y sociales reconocidos como válidos, al menos para sus propios practicantes.

La práctica y enseñanza de la investigación ha sido gracias a los constantes diálogos y “posición dentro del campo” que tienen los investigadores quienes a partir de sus miradas reflexivas atienden objetos de estudios y contextos sociales que tienen estrecha relación con los tiempos modernos y vanguardistas que incluyen a la comunicación.

Una vez integrada la actividad de investigación en las universidades y escuelas de comunicación, como señala Solís y De la Peza (1998), “por primera vez, la carrera

de comunicación se concibió como una especialidad de las ciencias sociales, con formación en investigación ‘crítica’”, se dio origen a una producción y divulgación constante del pensamiento comunicacional. Así, México tendría sus propuestas emergentes e interesantes en estudios de comunicación por parte de los egresados de las primeras generaciones de comunicólogos, así como destacados periodistas.

La actividad de investigación en comunicación, desarrolló por un lado la consolidación del campo académico, y por otro, la construcción de espacios para la publicación y producción de materiales (libros, artículos, ensayos) que sirvieron para compartir y difundir la investigación y la ciencia de la comunicación en México. Sobre esto, Russell comparte:

“los científicos no sólo comunican los resultados a sus colegas a través de artículos publicados, de *preprints* (impresiones preliminares) electrónicos y de presentaciones de conferencias, sino que también se apoyan en el conocimiento de trabajos publicados con anterioridad para formular propuestas y metodologías de investigación” (2002:2).

El compartir, la construcción y consolidación de la investigación en comunicación en México nació como un proyecto que la Universidad Iberoamericana heredó en formación profesional a los jóvenes Jesús María Cortina, Josep Rota y Rubén Jara. Sin embargo, con el tiempo, la propuesta se disolvió; Cortina se dedicó a la consultoría privada, Rota migró a los Estados Unidos, y Jara se empleó en Televisa dando fin al proyecto de la construcción de la investigación en comunicación.

Sin agotarse las esperanzas, alumnos de la Universidad Iberoamericana retomaron el proyecto y lo fortalecieron pasando de una investigación “crítica” a “empírica”, permitiendo la suma de esfuerzos con intelectuales formados por otras instituciones como la UNAM, UAM-Xochimilco, quienes fundaron su plan de estudios en comunicación, hacia 1974.

Ante esta realidad, los científicos sociales, investigadores e intelectuales de la comunicación en México detectaron la necesidad de atender las diferentes problemáticas manifestadas en la región como los hechos socioculturales emergentes y la práctica académica de las ciencias de la comunicación en México.

Fue entonces cuando los primeros investigadores académicos mexicanos, entre ellos: Fátima Fernández, Florance Toussaint, Javier Solorzano, Beatriz Solís, Carmen de la Peza, Javier Esteinou Madrid y Alberto Montoya; iniciaron su carrera a lado de líderes político-intelectuales cuya influencia, generaron en ellos la propuesta de temas y enfoques de investigación en comunicación posibles de desarrollar en el campo académico de la comunicación.

Los estudios que empezaron a desarrollar estos investigadores eran reflexiones en problemas sobre la estructura de poder de los medios, el flujo nacional e internacional de información, las condiciones sociales de producción de los discursos políticos, la socialización de las conciencias por las industrias culturales, la democratización del sistema de información, la subordinación de las culturas nativas, la apertura a la comunicación alternativa o popular, el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la instauración de un nuevo orden mundial de la información.

Ante esta realidad, el Estado creó el Sistema Nacional de Investigadores que fue un espacio provechoso para muchos estudiantes de la carrera en comunicación o ciencias de la información, quienes dieron fortaleza a los perfiles académicos y exigencias del campo con relación a la investigación.

En ese sentido, para los años ochenta emergieron propuestas de desarrollo para la investigación por parte de investigadores de formación académica en la década de los setenta, quienes buscaron “la reintegración del rigor científico y el anclaje empírico hacia un sentido crítico y de compromiso social, así como una inserción en lo institucional e intelectual” (Gómez Vargas, 1998).

Se crearon espacios propicios para el desarrollo de la reflexión investigativa, nacieron centros de investigación en universidades como la de Colima,

Guadalajara y la Universidad Iberoamericana; en dichos espacios, investigadores como Javier Esteinou Madrid, abordó a la economía, la política y la cultura al observar y estudiar sus elementos característicos desde la perspectiva de comunicación.

En este tiempo, emergen generaciones de investigadores quienes habían estudiado en la década de los setenta y concluido sus estudios de posgrado en ciencias sociales en el extranjero y que crearon nuevos grupos y espacios de dialogo intelectual, científico y reflexivo sobre la comunicación.

Dichos grupos, se caracterizaron por su “postura crítica” y su “actitud de rigor científico” en el campo de las ciencias de la comunicación inaugurando espacios universitarios para el desarrollo de estudios en comunicación pues no había campo laboral para sus perfiles. Así que propusieron proyectos académicos que prosperaran y fueran compatibles con sus grados académicos.

Entre estas generaciones se encuentra Jesús Gonzáles y Jesús Galindo, establecieron el Programa Cultural de la Universidad de Colima; Pablo Arredondo y Enrique Sánchez Ruiz fundaron el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara; Guillermo Orozco, desarrolló el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Practicas Sociales de la Universidad Iberoamericana.

Gonzáles y Galindo, buscaron que la investigación en Comunicación fuera desarrollada e incrementada tanto en su prestigio como en sus modos de investigación, motivando así la creación de redes de cooperación y colaboración como el Consejo Nacional de la Enseñanza y la Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC), que se fundó en 1976.

El segundo grupo, Arredondo y Sánchez Ruiz, fueron el grupo crítico; quienes destacaron por su militancia política, un de sus participaciones fue la creación de la Asociación Mexicana de Investigación de la Comunicación (AMIC) en 1979.

Guillermo Orozco, en parte, se caracterizó por su “reestructuración de la investigación en comunicación” (Gómez Vargas, 1998), enfocándose en la docencia de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Así, para los noventa, la investigación se caracteriza por salir del campo tradicional de definición de la comunicación y retoma las aportaciones de otras áreas de conocimientos donde traza vínculos de enriquecimiento y retroalimentación con otras disciplinas de las ciencias sociales, especialmente con aquellas que tenían estrecha relación con la comunicación como la lingüística, el psicoanálisis, la antropología, la economía, la historia y la ciencia política.

Sobre algunos ejemplares investigadores mexicanos en el campo de la comunicación, se puede señalar a Javier Esteinou Madrid, Fátima Fernández, Raúl Fuentes Navarro, Néstor García Canclini, Carmen Gómez Mont, Jesús Galindo, Jorge A. Gonzales, Guillermo Orozco, Enrique Sánchez Ruiz, Lozano Rendón, Raúl Trejo Delarbre, Gustavo León Duarte y Carlos Luna.

Gracias a sus enfoques variados, la construcción y atención de los objetos de estudio, y al desarrollo de técnicas y métodos de estudio sobre la comunicación, es como se construye el campo científico de la comunicación.

Por ejemplo, sobre la construcción del concepto de *campo académico* de la comunicación, investigadores quienes han tratado y abordado en sus estudios el concepto, son Raúl Trejo Delarbre (2002), y Raúl Fuentes Navarro (1998,2010a).

Investigadores que atienden el desarrollo y producción del campo académico y científico de la comunicación es Raúl Fuentes Navarro (2010) y el mexicano Enrique Sánchez Ruiz (2007), juntos han destacado la importancia de hacer, construir y desarrollar la investigación en comunicación en México.

Raúl Trejo Delarbre, Marta Rizo, Tanious Karam, han hecho exploraciones sobre la comunicación como concepto y disciplina en las ciencias sociales a través de análisis culturales o de representaciones sociales. Fátima Fernández, Carmen de la Peza, Enrique Sánchez Ruiz, Héctor Gómez Vargas, Guillermo Orozco y

Gustavo León Duarte, se han interesado por la construcción y recopilación de metodologías y teorías sobre la comunicación.

Jesús Galindo Casares y Néstor García Canclini, se han propuesto realizar teoría y pensamiento comunicacional, ejemplo de su libertad creativa al investigar son las aportaciones y definiciones epistemológicas de conceptos tales como *Culturas Híbridas* y *Comunicología*.

A partir de esas miradas, desde el año dos mil hasta nuestros días, emergieron aportaciones no solo de carácter reflexivo o sobre el pensamiento comunicacional, sino también, algunos de ellos han aventurado a formular –individualmente y en colectivo- conceptos tales como “*Comunicología*” (2005) y “*Comunicometodología*” (2008) o “*Culturas Híbridas*” (1989).

Dichas aportaciones se consolidaron a partir de la creación de materiales bibliográficos como “*Cien Libros Hacia Una Comunicología Posible*” (2005), “*Hacia Una Comunicología Posible*” (2005) y “*Historia de la Comunicología Posible. Las Fuentes de un Pensamiento Científico en Construcción*” (2008) y “*Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la Modernidad*” (1989).

CAPITULO II

“El intercambio de opiniones y datos con los colegas es parte esencial de la fase experimental. Por lo tanto, la comunicación está presente en todas las etapas del proceso de investigación”.

- *Jane M. Russell (2003)*

2. El “Encuentro con el Otro”: Investigadores, espacios y propuestas de investigación en comunicación.

Al tratar la investigación en comunicación es prudente conocer investigadores, espacios de encuentro para el dialogo, difusión y publicación de estudios de comunicación y las propuestas que emergen al ocurrir el proceso de investigación en México. Todo esto, con motivo a que miremos las posibilidades de compartir y desarrollar contribuciones académicas entre los estudiosos de la comunicación.

A partir de los años setenta, en América Latina la investigación en comunicación se consolidó en atención a las características propias de la región y sobre los hechos emergentes de los contextos políticos, sociales, económicos y culturales.

En este contexto, se comenzó una reflexión e innovación del pensamiento comunicacional latinoamericano con originales aportes epistemológicos, teóricos y metodológicos para el estudio de la comunicación, incluso, se pensó en creación de una “Escuela Latinoamericana de Comunicación” (Torrico Villanueva, 2000).

Las propuestas de pensamiento en comunicación latinoamericanas, hay que aclarar que son sólo miradas, puntos de vista, pues queda mucho por trabajar para que emerjan postulados o teorías de valides científica que se incorporen al estudio de la comunicación, de las ciencias sociales y las humanidades.

Identificar ejemplos de investigadores pioneros en investigación de comunicación en América Latina, permite reconocer que el trabajo no está lejano para crear teoría, pues estos investigadores (en su mayoría) desarrollaron modos de estudio de la comunicación al preguntarse si las teorías clásicas en comunicación y modos de investigación provenientes de los Estados Unidos o Europa respondían a la realidad regional.

Así, en Venezuela aparece Antonio Pascuali, en Brasil Paulo Freire, en Bolivia Luis Ramiro Beltrán, y posteriormente se suma a estos importantes investigadores, Armand Matterlart en Chile y Eliseo Veron en la Argentina.

2.1 Huellas: Propuestas e ideas académicas ocurridas en el campo de la comunicación Latinoamericana.

2.1.1 Los Investigadores Latinoamericanos.

Las aportaciones académicas en el campo de la comunicación latinoamericana se caracterizan porque existe en ellos una tendencia por el desarrollo académico regional respecto a la posibilidad de mirar el estudio de la comunicación y la investigación en general, desde una perspectiva y reflexión latinoamericana.

Por ejemplo, Antonio Arnaldo Pasquali Greco, quien fue un profesor de Ética en la Universidad Central de Venezuela, publicó en 1963 “*Comunicación y Cultura de Masas; Información Audiovisual, antología de textos*”, abordó de manera general, la masificación de la cultura a través de los medios audiovisuales en las regiones subdesarrolladas.

Comunicación y Cultura de Masas, es un estudio de carácter crítico al abordar el estado intelectual de la comunicación y la investigación en la década de los sesenta, el material pasa a la historia de las Ciencias de la Comunicación al ser la primera fuente originaria del campo académico en América Latina.

La propuesta de este estudio va sobre la deducción de una tipología social (lo público-masivo) articulándose en el análisis de las formas dadas del conocimiento (cultura, cultura de masas), las cuales resultan deducibles, al comunicar, informar y difundir. (León Duarte, 2006).

Pasquali demostró que toda transformación inducida en un determinado esquema de comunicación repercute necesariamente en las formas del saber y en efecto, en los modelos de convivencia. Por ejemplo, el impacto que tiene una telenovela ocasiona que determinados grupos de la audiencia se apropien del mensaje y reproducen lo aprendido en la vida cotidiana.

Antonio Pascuali, fue el primer especialista en comunicación que con visión crítica, replanteó el fundamento de las teorías de la comunicación que imperaban en la región.

El método de conocimiento comunicativo que sugiere Pasquali (1978:65-66) es comprender la comunicación desde su pertinencia a un conjunto de categorías que expresan la escala antropológica de la relación de dos existencias irrenunciables y complementarias. (León Duarte, 2006).

Por otra parte, Paulo Freire en el Brasil, ha sido considerado como el forjador de la comunicación educativa latinoamericana o comunicación para la educación con sus estudios. Creó una tendencia temática en el campo educativo al plantear a la comunicación como característica principal del mundo cultural e histórico, que también es un dialogo, y que en efecto, es educación.

No sólo por la transferencia del saber, sino por ser un encuentro de sujetos interlocutores, quienes buscan la significación de los significados bajo una situación epistemológica, es decir, buscan el saber a través de la enseñanza en el aula. (León Duarte, 2006).

El profesor boliviano Luis Ramiro Beltrán Salmón, destaca en el campo de la comunicación a mediados de la década de los cincuenta, sus propuestas interesantes tuvieron gran impacto en campos no pensados en la década de los setenta para la comunicación como fueron: la agricultura y la industria.

De 1955 a 1973, trabajó en países como Costa Rica, Perú, Uruguay y Colombia desempeñándose como funcionario del instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas, durante ese periodo, inició sus investigaciones en el campo de la comunicación con el artículo titulado "*Teoría de Las Comunicaciones*" (1957). Para la década de los sesenta, el investigador contaba ya con 40 artículos notables en definición de las políticas de comunicación para el desarrollo agrícola.

Tal suceso lo consagró como el primer doctor en comunicación en Latinoamérica bajo la tutela de David K. Berlo quien fue discípulo del teórico norteamericano Wilbur Schramm.

Los grados de master y doctor con énfasis en comunicación social los obtuvo en la Universidad del Estado de Michigan, Estados Unidos de América, con especialidad en sociología. Su tesis de grado doctoral, con un respaldo de 15 años de estudio, se tituló: “*Comunicación en América Latina: ¿Persuasión para el Estatus Quo o para el Desarrollo Nacional?*”. El trabajo, destaca y emprende una interesante tendencia temática en los estudios de comunicación: el desarrollo regional y las labores agrícolas e industriales desde la mirada de la comunicación.

Ramiro Beltrán, fue autor de dos artículos (de más de 150 realizados hacia los setenta, *Investigación de la Comunicación en América Latina: ¿La consulta con los ojos vendados?* (1974) y *Exóticas Premisas, Objetos y Métodos en la investigación de la comunicación en América Latina.* (1976), que de acuerdo con Miquel de Moragas (1985), son “una fuerte influencia en el campo de la investigación de la comunicación latinoamericana”. Los trabajos del doctor Beltrán permitieron desarrollar interrogantes en tendencia a temas del empleo de la comunicación sobre el desarrollo social y humano así como la participación de los ciudadanos que dio pauta “al impulso de la investigación de comunicación en Latinoamérica y en otros contextos geográficos”.

Explicaron que la aplicación indiscriminada de modelos teóricos tradicionales y funcionalistas sobre teoría de la comunicación en América Latina era lejana al contexto social que se explora. Diseñó entonces, un enfoque que atendió a la comunicación de manera horizontal, integra y dinámica.

El compromiso de la investigación científica de la comunicación que proclama Beltrán para la América Latina de los setenta, debía estar ligada al compromiso social, alejado de intereses económicos, militares o políticos de los países ricos en América u otros países del tercer mundo. (León Duarte, 2006).

Hacia la década de los sesenta, destacan las aportaciones académicas del investigador belga Arman Matterlart (1936), quien radicó en Chile. Él atendió y desarrolló una interesante visión teórica y tendencial en la política en casi todas las escuelas donde se impartía la disciplina en comunicación, sociología y ciencias políticas en América Latina.

Sus estudios realizados entre 1970 y 1977, lo posicionaron como investigador en el Centro de Demografía de la Universidad Católica de Chile y el Centro de Estudios de la Realidad Nacional (CEREN), en Santiago de Chile, sus postulados trazaron una matriz epistemológica que influyó en gran medida en el campo académico de la comunicación.

Dicha matriz epistemológica, se basa en condicionar la comprensión de la comunicación, “para entenderla hay que olvidarse de ésta e interpretarla desde la cultura y los grandes procesos históricos de la reproducción social” (Mattelart, 1974).

Sus estudios académicos partieron de la ubicación necesaria de la comunicación, la relación con los medios masivos para con las estructuras económicas y políticas del contexto, atendiendo los efectos políticos de carácter internacional y complejos que países industrializados aplicaron sobre los países del llamado tercer mundo.

El amplio trabajo de Mattelart, permitió diferenciar dos bloques en la tarea investigadora que empezaba a conformarse de una manera original en la América Latina de los años 70, por una parte, permitió diferenciar la descripción de la red comunicativa trasnacional que era, en este periodo, cada vez más compleja y, por otra, que desarrolló convenientemente el estudio para establecer políticas de comunicación propias, nacionales y alternativas, según las condiciones políticas de cada nación. (De Moragas, 1981:204).

Eliseo Verón, semiólogo, sociólogo y antropólogo, después de la publicación de *Conducta, Estructura y Comunicación* (1968) y *Comunicación y Neurosis* (1970), estableció el estatuto pionero de los estudios en comunicación sobre la temática en semiótica para América Latina.

Son estas obras las primeras tendencias de investigación sobre la comunicación y los modelos lingüísticos provenientes de Francia donde la preocupación dominante de Verón reflejó la posibilidad de elaborar bases de una teoría de la comunicación social con tendencia semiológica que se desarrollara en América Latina.

Eliseo Verón se ocupó por la interpretación ideológica de los medios y su esfuerzo por conseguir una síntesis teórica entre psicoanálisis, marxismo y lingüística estructural que hallaran una amplia repercusión en América Latina. (De Moragas, 1981).

El liderazgo de este investigador para formar cuerpos académicos y de investigación en Buenos Aires lo llevaron en 1969 a fundar la Asociación Internacional de Semiótica para Octubre de 1970, fundó la Asociación Argentina de Semiótica y cinco más tarde, se fundó la primera revista especializada en semiótica y una de las primeras en América Latina denominada: "*Lenguajes*".

Otros dos investigadores latinoamericano importantes son el brasileño José Marques de Melo y el colombiano Jesús Martín Barbero, quienes han velado por la construcción teórico-metodológica de los estudios en comunicación para América Latina a partir de los años ochenta.

José Marques de Melo fue director de la cátedra "UNESCO Comunicación para el Desarrollo en Brasil" e impulsó la recuperación y sistematización del pensamiento comunicacional latinoamericano. Como efecto de sus estudios académicos hacia 1999, en el marco del I Seminario Latinoamericano sobre la Investigación de la Comunicación, presentó el primer debate sobre la existencia de una Escuela Latinoamericana de Comunicación.

La tendencia temática por la que se interesa Marques de Melo, es sobre el recuento panorámico de las fases y autores que podrían considerarse para la posible Escuela Latinoamericana de Comunicación donde señala, que ésta "se caracteriza por su mestizaje teórico, su hibridismo metodológico, su compromiso ético-político y su dimensión extra-nacional". (Visto en León Duarte, 2002).

Marques de Melo además de ser uno de los investigadores más sobresalientes en América Latina al documentar elementos necesarios para la creación de una escuela de comunicación latinoamericana, constituyó un grupo de trabajo especializado para el estudio sistemático y detallado de dicha escuela, constituyó la *Revista Digital Pensamiento Comunicacional Latino-Americano* en la Universidad Metodista de San Paulo que en efecto, creó un libro denominado: “*Pensamiento Comunicacional Latinoamericano*” presentado a la comunidad de la comunicación en el año 2011.

Por otra parte, Jesús Martín Barbero ha revolucionado los abordajes teóricos y metodológicos de los procesos de comunicación a partir de los medios y las mediaciones que se manifiestan ante la audiencia.

Su libro, “*De los Medios a las Mediaciones: Comunicación, Cultura, y Hegemonía*” (1987), marca una tendencia temática interesante: la labor y atención a los medios de comunicación masiva. El referente académico que se emplea en este estudio, es para aquellos comunicadores que desean replantearse las preguntas de la labor de los medios dentro del contexto latinoamericano. La propuesta profundiza más allá de lo evidente del título y se presenta como una posibilidad para el análisis en grupos de audiencia.

Desplaza el análisis de los medios a las mediaciones sociales, no es solo un texto de comunicación. Bien informado de la renovación actual de los estudios sociológicos, antropológicos y políticos, parece un libro para confundir a los bibliotecarios. (García Canclini, 1991).

La presentación de estos autores latinoamericanos permite detectar tendencias temáticas de investigación por las que han optado los investigadores latinos. En ese sentido, los estudiantes de comunicación miramos la posibilidad de explorar y realizar propuestas académicas en comunicación al considerar que hay elementos de conocimiento suficientes para investigar en medios de comunicación masiva, la política, la economía, la cultura, la sociedad, entre otros temas que interesan a lo social y lo humano.

2.1.2 Los Investigadores Mexicanos.

Se habló de los investigadores ejemplares latinoamericanos, toca hacer mención de las tendencias temáticas y propuestas académicas en estudio de comunicación que investigadores ejemplares mexicanos han desarrollado pues es importante y urgente su reconocimiento desde nuestra universidad.

En México donde la investigación académica en Comunicación cuenta con 45 años de trayectoria institucional reconocible; muchos de los esfuerzos y hechos ocurridos en ella mantienen a los estudios en comunicación en una relación, de acuerdo con Fuentes Navarro (2010), “tensa, incierta y fragmentada”.

¿Por qué ocurre esto? La relación es tensa, debido a la poca incidencia en investigación por parte de las nuevas generaciones de egresados, es incierta porque desde hace tiempo el estudio de la comunicación se ha orientado a la atención de los medios de comunicación masiva, las nuevas tecnologías, el periodismo y la política, descuidando algunos otros temas importantes para el área.

Está fragmentada, porque ciertamente, el compartir las investigaciones que se hacen desde las universidades carece de difusión o simplemente se desconoce que produce el colega investigador de la universidad o centro de reflexión próximo.

Sin embargo, para compartir estos hallazgos, propuestas y estudios de la comunicación los investigadores han recurrido a la creación de organizaciones o asociaciones académicas como el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC), la Asociación Mexicana de Investigación en Comunicación (AMIC), o el Grupo de Ingeniería en Comunicación Social (GICOM) quienes realizan constantes encuentros para dialogar la producción del pensamiento en comunicación.

2.2 La importancia del “Encuentro con el Otro”: Momentos históricos que convocan a la comunidad académica de la comunicación.

Una cosa es el reconocer a los actores sociales (investigadores y científicos) quienes han construido el campo de la investigación en comunicación a partir de sus aportaciones científicas e intelectuales. Otra, es reconocer espacios en donde sus aportaciones académicas y científicas se comparten y difunden entre la comunidad de quienes estudian la comunicación.

Los espacios de encuentro con el otro, denominado así por el acto de encontrarse con personas que gustan de hacer investigación en comunicación, se fortalecieron a partir de eventos ocurridos entre los años setenta.

Estos eventos dieron origen a un acercamiento intenso por parte de investigadores y estudiantes hacia el campo académico de la comunicación ya que se compartía el pensamiento y reflexión de la comunicación y también, se daba la posibilidad de realizar colaboraciones académicas formando redes, grupos y equipos de trabajo.

Tal acercamiento tuvo como respuesta una mayor participación y suma de esfuerzos intelectuales que consolidaron el campo de la comunicación y en consecuente la actividad académica de investigación en comunicación.

En principio, la academia en Ciencias de la Comunicación buscó la creación de espacios para compartir los pilares teóricos y metodológicos que se desarrollaban desde los centros de reflexión y las universidades con el objetivo de hacer visible las Ciencias de la Comunicación en el mundo académico.

La respuesta favorable de participación por parte de la comunidad académica en comunicación, generó espacios de difusión y discusión como los encuentros y congresos nacionales organizados por asociaciones y consejos como la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC) y el Consejo Nacional de Enseñanza de Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

Los encuentros académicos promovieron el intercambio de conocimientos y resultados obtenidos en los estudios y trabajos de investigación en comunicación que se habían desarrollado desde diferentes espacios académicos (universidades, institutos, centros de reflexión), generado a lo largo de los últimos años, importantes reflexiones colectivas sobre los fenómenos y problemáticas del contexto que se articulan con el concepto de comunicación.

Un eventos coyuntural en la historia de las Ciencias de la Comunicación en México y que dio pauta para el origen de más encuentros nacionales para la comunidad académica, ocurrió a partir de un seminario de comunicación en la Universidad Anáhuac en 1974. Aquí emergió la idea de construir una asociación que permitiera la comunicación entre instituciones así como la posibilidad de un espacio para discutir las necesidades y desarrollo del campo académico de la comunicación.

A modo de ejemplo, el siguiente cuadro refleja la creación de grupos y líneas de investigación que se trataron en el primer encuentro en comunicación en México, que como se podrá dar cuenta, atendieron temáticas, problemáticas y fenómenos que ocurrían en el contexto y que mucho tenían que ver con el concepto de comunicación.

Líneas / Grupos de Investigación	Investigadores
<i>Sistematización documental</i>	Enrique Sánchez Ruiz, Pablo Arredondo, Cristina Romo, Guillermo Orozco.
<i>Indicadores del trabajo de investigación.</i>	Javier Esteinou Madrid, Florance Toussaint, Fátima Fernández.
<i>Configuración del Campo Académico.</i>	Pablo Arredondo, Carlos Luna, Sánchez Ruiz, Fuentes Navarro.
<i>Configuración de Ejes Analíticos/Temáticos</i>	Guillermo Orozco, Jesús Galindo, Jorge A. González, Carmen Gómez Mont.
<i>Dialogo interdisciplinar</i>	Néstor García Canclini y Carlos Monsivais.

Fuente: Héctor Gómez Vargas, 1998, pp. 22.

Los investigadores que se enlistan en el cuadro de arriba, posteriormente invitaron a sus alumnos quienes de igual manera apostaron por el ejercicio investigativo y así consolidar el campo académico. En consecuencia, se propone un congreso al que denominaron “Generación McLuhan”, el cual culmina con la interesante creación de la primera edición especial de la Revista *Razón y Palabra*²⁰.

De dicho congreso, emergen y se proponen temáticas especializadas y áreas de trabajo para la investigación en comunicación como ejemplifica la siguiente tabla:

Líneas / Grupos de Investigación	Autores / Investigadores
“Nuevas tecnologías y Comunicación”	Eduardo Scheffler, Laura González, Octavio Islas, Fernando Gutiérrez.
“Instituciones y Comunicación”	Maricela Portillo, Enrique C. Arellano, Martha Collignon.
“Medios Tradicionales de Comunicación”	Ana Bertha Uribe, Timothy Cumming, Silvia Casillas.
“Cultura y Comunicación”	Héctor Gómez Vargas, Eduardo Escamilla, David González y Haydeé García Bravo
“Familia y Comunicación”	Guadalupe Chávez, J. Antonio de la Vega, Karla Cobarrubias y Luis Alfonso Guadarrama.
“Campo Académico”	Mario Revilla, Armando Toscano, Jaime Pérez e Ivonne Raso.
“Género, Jóvenes y Comunicación”	Cecilia Rodríguez, Omar Foglio, Ricardo Morales y Laura Márquez.
“Aula y Comunicación”	Laura López, Francisco Sierra y Venus Armenta.

Nota: Los autores, aquí presentados, son procedentes de diversas regiones: Colima, Guadalajara, Tijuana, León y San Luis Potosí. (Gómez Vargas, 1998, pp. 24).

²⁰ Cabe señalar, que las revistas *Razón y Palabra*, así como *Versión*, editada por la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, se han posicionado como revistas especializadas que abordan temas del ámbito comunicacional. Las cuales, a través de sus plataformas en internet y publicaciones físicas, apoyan constantemente la divulgación de trabajos de investigación mexicanos.

A partir de las temáticas, problemas y fenómenos, que se atendieron en aquel congreso emergieron asociaciones, grupos y concejos quienes administraron propuestas para el encuentro académico entre comunicólogos, periodistas, intelectuales y científicos sociales quienes gustan del ejercicio de la investigación²¹.

Dichos organismos, desde diferentes grupos y variadas líneas de investigación, tienen una constante participación en la construcción y desarrollo del campo académico de la comunicación y de la misma investigación. En poco tiempo, compartir y consolidar la investigación se manifiesta con la creación de talleres, seminarios, congresos, foros, grupos y líneas de investigación que orientan los estudios en comunicación.

2.2.1 CONEICC.

El Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), es una Asociación Civil sin fines de lucro que emergió el 30 de Abril de 1976 en las instalaciones de la Universidad Anáhuac con la reunión de 14 Universidades de la República Mexicana. Beatriz Solís Leeré, Horacio Guajardo, Luis Núñez y Cristina Romo, fueron los fundadores del consejo.

CONEICC se constituyó formalmente el 17 de Junio de 1976 en las instalaciones de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, algunas universidades fundadoras son: Universidad Anáhuac, Colegio de Posgrados de Chapingo, Universidad Autónoma de Nuevo León, Universidad de Monterrey, Universidad del Bajío, Universidad del Tepeyac, Universidad Iberoamericana, Universidad Veracruzana, Instituto Superior Autónomo de Occidente, Instituto Superior de

²¹ El primer concejo emerge en 1976, denominado Concejo Nacional para la Enseñanza de la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), el segundo, Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), que se constituyó formalmente el 24 de Abril de 1979 en las instalaciones de la Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco.

Ciencia y Tecnología de la Laguna (ISCYTAC), Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Escuela de Periodismo Carlos Septién García y Universidad Latinoamericana.

Actualmente, se ha consolidado como el organismo mexicano más importante y dedicado al estudio de las Ciencias de la Comunicación al reunir 74 Universidades e Instituciones importantes del país, las cuales cuentan con un programa vinculado a la disciplina de la comunicación.

El Consejo, también ha sostenido una estrecha relación académica con la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), ya que ésta, ha contribuido como interlocutor calificado en el desarrollo y tratamiento de la problemática de asuntos de enseñanza e investigación de la comunicación en América Latina.

Entre los miembros activos del CONEICC, destacan investigadores mexicanos como Raúl Fuentes Navarro, Beatriz Solis Leree, Fátima Fernández Chistieb, Guillermo Orozco, Enrique Sánchez Ruiz y Javier Esteinou Madrid.

Los esfuerzos de este consejo, se encaminan a la formación de los jóvenes, así como atender las inquietudes de los estudiantes a través de los Encuentros Nacionales, en dichos encuentros, académicos, profesionales y estudiantes han tenido la oportunidad de exponer, dialogar, confrontar, conocer y cuestionar puntos de vista, nuevas teorías y resultados de investigaciones sobre el fenómeno comunicativo.

En su misión destacan lo siguiente: “Fomentar la investigación, la enseñanza y la extensión de las ciencias de la comunicación hacia la solución de los problemas sociales, técnicos y educativos que plantea la realidad nacional, a través del aprovechamiento racional e integral de los recursos humanos, metodológicos y materiales disponibles en lo que a las ciencias de la comunicación”. (CONEICC, 2008).

En su Visión, “consolidarse como la institución más importante en México y América Latina en la promoción de las ciencias de la Comunicación”.

Entre sus principales ejes rectores del CONEICC, se describe:

- 1- Representar los intereses de los miembros del Consejo ante las instancias públicas y privadas, nacionales e internacionales del ámbito de la Comunicación.
- 2- Garantizar los más altos niveles de calidad en la enseñanza de las ciencias de la comunicación a través de la acreditación nacional e internacional de sus programas.
- 3- Establecer Convenios Institucionales entre Organismos y Asociaciones Nacionales e Internacionales vinculadas con la disciplina de la comunicación.
- 4- Garantiza el estudio, la orientación de la enseñanza, programas de estudio y asesoría, intercambio académico, becas y formación de profesores.
- 5- Promover y coordinar investigaciones, becas y formación de investigadores.
- 6- Establecer, mantener e incrementar el acervo de libros, revistas, artículos y documentos de los Centros de Documentación del propio Consejo.
- 7- Difundir y promover actividades y programas vinculados con la enseñanza e investigación de la comunicación.
- 8- Impulsar la investigación de la comunicación entre los estudiantes de licenciatura y posgrado a través del Premio Nacional de Trabajos Receptivos.
- 9- Difundir los trabajos de investigación en comunicación a través del Anuario de Investigación CONEICC y el Journal Internacional de Estudios e Investigación de la Comunicación.
- 10- Realizar Encuentros Docentes que permitan la actualización, capacitación e intercambio de herramientas y materiales entre los profesores dedicados a enseñar la disciplina.
- 11- Realizar Talleres para jóvenes investigadores.

- 12-Promover eventos, festivales, congresos, concursos, seminarios orientados a la promoción de la disciplina.
- 13- Vincular a los miembros del Consejo como sector productivo y universitario.
- 14-Impulsar el desarrollo de observatorios de medios y centros de investigación, cuerpos académicos y academias de investigación.
- 15-Consolidar la enseñanza de la comunicación en México.

CONEICC, además de ser un consejo en enseñanza para las academias, universidades e institutos afiliados al estudio de la comunicación, atiende a un grupo importante: los jóvenes, quienes claramente, serán los futuros investigadores en comunicación.

2.2.2 AMIC

Otra de las organizaciones con mayor presencia e impacto académico en el desarrollo de la investigación y de la comunicación es la Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC).

Se trata de una asociación que reúne un importante grupo de estudiosos de la comunicación en México y que agrupa especialistas consolidados, maestros de muchas generaciones de investigadores en fase de consolidación y un importante grupo de jóvenes estudiantes de posgrado para quienes la AMIC, “es el espacio natural para exponer, discutir y encontrar visiones críticas necesarias para comprender la complejidad del objeto de estudio y las metodologías para abordarlo” (AMIC, 2014).

Es así como esta asociación ofrece a investigadores de la comunicación de México un espacio necesario y oportuno para la labor y desarrollo investigativo, atendiendo diversas temáticas especializadas que responden a fenómenos y

problemáticas al construir reflexiones sobre el contexto gracias a Grupos de Investigación y de Trabajo.

Con el reconocimiento de la labor realizada por los grupos de trabajo de investigación, el comité y en general el cuerpo académico del AMIC propone los siguientes puntos de trabajo:

1.- Fortalecer el carácter nacional de la asociación. Para ello, a través de las vocalías creadas en 2007, se encuentran ya con un trabajo en marcha que identifica y documenta la producción científica del campo de la comunicación en las diversas regiones del país.

2.- Si bien en cada encuentro se detecta la presencia de nuevos participantes, es propósito, continuar con la documentación y sistematización de una base de datos para conocer quiénes son, qué hacen y en dónde están los trabajos.

3.- Se aprovecha el uso de recursos digitales a partir del sitio web oficial, el cual debe de servir a la comunidad de investigadores de la comunicación como entorno de encuentro y articulación de redes de trabajo e investigación con colegas cuyos temas son afines. Así se potencializa y aprovecha la accesibilidad de la interacción a través de las redes sociales al servicio del trabajo académico.

4.- Se tiene como propósito, incentivar a través de los miembros más activos en cada región del país, la participación de jóvenes investigadores.

5.- Sigue el trabajo en el fortalecimiento de los vínculos de la asociación con asociaciones como la ALAIC y la AIERI, IBEROCOM y CONFIBERCOM, así como con instancias de carácter público vinculadas con la comunicación.

6.- Es el propósito de AMIC, vincularse con otros sectores de la sociedad, hacer visible el trabajo de sus miembros y reforzar su presencia pública sobre temas de relevancia nacional que interesan como comunidad de investigadores de la comunicación.

7.- Se tiene por delante la organización y celebración de los encuentros 2016 y 2017 respectivamente, así como la edición de los libros anuales correspondientes.

Los objetivos de la AMIC, son:

- Promover todo tipo de actividades relacionadas con la investigación y difusión de la cultura en el área de las Ciencias de la Comunicación, tanto a nivel nacional como internacional.
- Estimular la discusión sobre las políticas de comunicación social, con el objeto de contribuir a la resolución de los problemas que, en su campo, se presentan en las sociedades dependientes.
- Evaluar la función que desempeñan los actuales sistemas de comunicación dentro de la estructura global de las sociedades mexicanas y latinoamericanas.
- Mantener relaciones con entidades y organizaciones similares en el exterior e intercambiar con ellas experiencias y resultados de investigación.
- Promover el intercambio cultural entre los socios.
- Evaluar el desarrollo de la investigación científica en el área de la comunicación por medio de foros, encuentros periódicos, charlas, mesas redondas y todo tipo de eventos de carácter académico.
- Contribuir, mediante la difusión de los resultados de investigación, al desarrollo y el progreso de la enseñanza, investigación y formación de profesionales en el campo de la comunicación.
- Organizar periódicamente encuentros nacionales e internacionales de Investigadores de la Comunicación.
- Organizar reuniones periódicas con objeto de analizar y evaluar las políticas y los programas que en materia de comunicación social realicen los sectores dirigentes del país.
- Editar una publicación especializada que difunda y promueva las actividades de la Asociación.

- Prestar a través de sus miembros, servicios profesionales a otras instituciones, siempre que estos se refieran a actividades de las Ciencias de la Comunicación.
- Adquirir por cualquier título legal, toda clase de bienes inmuebles e inmuebles necesarios o convenientes para el desarrollo de sus actividades.

Esta asociación permite a los interesados en la investigación de la comunicación, a una continua exploración, compartimiento y difusión del pensamiento comunicacional y la creación y propuesta de estudios sobre comunicación con guía y apoyo de los Grupos y Líneas de Investigación propuestas por AMIC²².

2.3 Grupos emergentes en el campo de la comunicación en México.

2.3.1 GUCOM

Resta hablar, para los objetivos del presente trabajo, sobre dos ejemplos que testifican el resultado al realizar investigación y que valora la participación en colectivo para la construcción del campo académico de la comunicación.

El primer proyecto del que hará mención, es el grupo *“Hacia Una Comunicología Posible”*, GUCOM, que emergió como proyecto en la Facultad de Comunicación en la Universidad Veracruzana a partir de la necesidad que Jesús Galindo miró para crear el Programa de Doctorado en Comunicación, hacia el año 2000.

Todo empezó con los trabajos de fundamentación conceptual general del programa de doctorado antes mencionado, con la idea original en proponer un programa general de desarrollo científico en comunicación que vinculara el trabajo del doctorado con un posible instituto de investigaciones.

²² En el ANEXO III se presenta una reseña de AMIC 2015.

¿Qué se les debería enseñar y dar a leer a los alumnos que cursaran el doctorado en el Puerto de Veracruz?; ¿Qué noción de comunicación debían mantener?; ¿para qué debería de preparar este doctorado?; ¿cómo se deberían organizar las materias y qué se debería privilegiar y excluir?; ¿a qué marcos teóricos deberían de acercarse los alumnos cuando realizaran sus trabajos de tesis? (Rizo, 2008)

Esas fueron algunas de las primeras preguntas sobre las que trabajaron Jesús Galindo, Elizabeth Bonilla, Romeo Figueroa y Juan Soto durante el 2001.

En la construcción de un campo académico de la comunicación es muy importante la reconstrucción de las diversas miradas que la han nombrado y comprendido, la sistematización de la información que permite construir mapas que representen las configuraciones y las trayectorias del pensamiento comunicacional en el tiempo y el espacio. Esta tarea se ha realizado sólo en forma parcial. En el caso mexicano solo hasta que aparecen los estudios de doctorado es que se presenta como inaplazable la tarea de revisar la historia de la comunicación desde los conceptos que la han significado, y no sólo desde los acontecimientos percibidos desde un solo punto de vista. ¿Cuánta comunicación tenemos en nuestro mundo contemporáneo? No la que alcanzamos a percibir desde nuestra historia social común y corriente... sino toda aquella que se puede percibir desde diversos ángulos y puntos de vista. Construir ese álbum de conceptos es un trabajo básico para desarrollar proyectos prospectivos. (Galindo, 2004a).

Así se iniciaron en la Universidad Veracruzana, varios proyectos de investigación que delinearon el programa de doctorado, Romeo Figueroa sobre el campo académico en Veracruz, Juan Soto sobre la lectura epistemológica del pensamiento en comunicación en el campo académico en México; Jesús Galindo se concentró en realizar una primera revisión bibliográfica con finalidad de sistematizar la información documental disponible en ese momento. El resultado de estas investigaciones dio cuenta a Galindo que en México:

Tenemos comunicólogos pero no Comunicología. Lo que quiere decir que en realidad no hay comunicólogos, sino sólo estudiosos de un campo que en cierto sentido es nombrado en común como de comunicación. Y ahí la primera imagen detonante de la necesidad de fundar una Comunicología Posible. (Galindo, 2003b).

Fue así como Jesús Galindo, convencido de la necesidad de fundar desde el contexto mexicano una Comunicología que permitiera organizar la reflexión, docencia, investigación e identidades de los profesionales del área, comenzó a promover y delinear el proyecto con fundamento:

De una ciencia de la comunicación con espacio conceptual y metodológico propios. Para ello propone dos caminos complementarios, por un parte la construcción de las fuentes teóricas y metodológicas del pensamiento comunicacional desde una perspectiva científica en un sentido amplio, y por otra parte la configuración de una teoría de la comunicación construida con una epistemología sistemática. Una aproximación a posteriori y una aproximación a priori. Ambas se refuerzan en el camino, se alimenta, por el contraste, por la riqueza de visiones y propuestas. (Galindo, 2005).

Galindo no emprendió solo el ambicioso proyecto académico. Durante un encuentro con los investigadores de la UACM; Marta Rizo y Tanius Karam junto a Galindo, fundaron GUCOM: “Grupo Hacia Una Comunicología Posible”, con el cual desde 2004 y de forma interinstitucional en colaboración con otros investigadores, como Héctor Gómez Vargas de la Universidad Iberoamericana Campus León, Roberto Aguirre de la Universidad Autónoma de Puebla y Carlos Vidales de la Universidad de Guadalajara, potenciaron el proyecto.

Finalmente la propuesta del Grupo Hacia una Comunicología, “proporcionó un listado de fuentes de conocimiento científico” (Rizo, 2011) para la comunicología, es decir, desde dónde y cómo se podría atender al objeto de estudio que interesaba a la comunicación.

A continuación, se exponen en la siguiente tabla:

<i>Ciencias Sociales</i>	<i>Ciencias del Lenguaje</i>	<i>Ciencias del Control</i>
Sociología Funcionalista Sociología Crítica Sociología Cultural Sociología Fenomenológica Psicología Social Economía Política	Semiótica Lingüística	Cibernética

Fuente: Marta Rizo, 2012.

También emergieron conceptos como la Comunicometodología, un grupo de teorías y metodologías para emplear en los estudios de comunicación, así como Comuniconomía que facilitarían el trabajo a estudiantes, académicos e investigadores al nutrir y reforzar la propuesta de estudio en comunicación con base en teorías, metodologías y materiales bibliográficos.

Sobre los libros se destacan: “Cien Libros Hacia una Comunicología Posible” (2005), “Hacia Una Comunicología Posible” (2005) “Comunicación, Ciencia e Historia” (2008), “Mirada a la Ciudad desde la Comunicación y la Cultura” (2005); “Comunicometodología. Intervención Social Estratégica” (2007); “Comunicología Posible, Hacia una Ciencia de la Comunicación” (2011); “Historia de la Comunicología Posible. Las Fuentes de un Pensamiento Científico en Construcción” (2008); “Comunicología en Construcción” (2009); “Sociología y Comunicología. Historias y Posibilidades” (2010).

El panorama nos permite apreciar el ingenio del investigador para crear un grupo que atendiera una emergente ciencia de la comunicación. La propuesta académica de origen mexicano, permite también, reconocer la posibilidad de crear un propio pensamiento mexicano sobre la comunicación.

2.3.2 Ingeniería en Comunicación Social (GICOM).

El segundo proyecto que se hace mención, es la continuación del primero arriba mencionado. El Grupo hacia una comunicología posible, pasó de lo teórico y metodológico, a lo práctico y técnico de la acción en comunicación para con lo social, todo ello posible a partir del ejercicio de la investigación.

El GICOM, como lo abrevia su fundador Jesús Galindo (2011), es un programa de trabajo que atiende diferentes proyectos académicos, partiendo de que es una propuesta que planea la construcción de programas de trabajo que impacten en el campo académico y profesional de la comunicación tanto en epistemología, metodología, teoría, política y cultura.

La premisa básica del grupo, “es la visión de una propuesta de comunicación organizada con lógica y consistencia de una Ingeniería Social” (Galindo, 2015).

Se trata entonces, de una visión sobre la comunicación que siga su evolución hacia guías e instrumentos prácticos de acción para la intervención en la vida social. Con base en la idea de Jesús Galindo (2011), sobre la Ingeniería Social, la propuesta se enriquece con el pensamiento grupal e individual sobre la ciencia aplicada, “el conocimiento práctico de una comunicación útil y al servicio de la construcción de una sociedad mejorada y complejizada” (Rizo, 2015).

Hacia el año 2000, es cuando nace la propuesta de la Ingeniería Social, que toma forma en el Programa de Cultura de la Universidad de Colima sobre cultura nacional y cultura regional en paralelo con el programa general de investigación en Colima sobre la cultura de investigación y Cibercultura.

El grupo GICOM, plantea y desarrolla la oportunidad de conocer e investigar al país, como señala Galindo (2015), “gracias a la figura de red de amigos y académicos colaboradores”.

Entonces, emergen “redes académicas”, es decir, la comunicación y colaboración entre investigadores con el empleo del ciberespacio y sus herramientas que crea así, “vínculos de la vida social académica” que se desarrollan a partir de redes de trabajo que “realizan el trabajo, crean el escenario, desarrollan las estrategias, y son parte del medio y objeto de estudio” (Galindo, 2015).

Algunas redes académicas que se relacionan con este grupo son: la Red de Investigación y Comunicación Complejas, la RICC. La cual intentó impulsar redes académicas hacia otros horizontes de convivencia, enriqueciendo las redes académicas con la vida social en diversos frentes.

Con la llegada del Internet, las redes hicieron uso del correo electrónico, las salas de Chat, grupos de discusión en el ciberespacio, además de aprovechar los encuentros regionales y nacionales. (Galindo, 2015).

Otra red, se formó con un grupo-red nacional e internacional sobre la cultura de investigación, el GACI, Grupo de Acción en Cultura de Investigación, en el proyecto, se atienden las tecnologías y metodologías de investigación de conocimiento por observación y sus derivados, y por acción y sus medios e instrumentos.

El proyecto de GUCOM, actualmente atiende y desarrolla reflexiones y prácticas para la promoción de la cultura con atención en área de deporte y cibercultura. Sus integrantes son Héctor Gómez Vargas, Octavio Islas, Josué García y Heriberto López. Los pioneros de este grupo, aparte de Galindo, son Norma Macías, Diana Córdoba y Gerardo León.

El GICOM, también ha adquirido la forma de un colectivo de trabajo académico, que parte de investigaciones sobre la familia y que desarrolla más en relación a investigadores que se suman al proyecto. Por ejemplo, Beatriz Rodríguez de Puebla, propone la atención a los Museos; Josué García, Rene Dueñas y Fernando Mares, continúan sus trabajos académicos en relación a los colectivos sociales, la tercera edad y las micropymes. Hacia el 2015, el grupo crece en número de integrantes y en la publicación de artículos en libros y revistas.

CAPITULO III

“A partir de la evolución de la comunicación en países económicamente más desarrollados y con economía de mercado, los países dependientes, su historia epistemológica es distinta e interesante, que bien merece ser reconocida”

Martín Serrano (1990)

3. Lo Escrito, Escrito Está. Un panorama general de las Teorías de la Comunicación.

Para concluir esta parte primera de la presente investigación, queda echar revista a las propuestas teóricas a través de breves ejemplos que han moldeado los estudios en comunicación. Ello es importante porque podemos dar cuenta que a partir de propuestas teóricas o perspectivas (miradas) de estudio, las futuras reflexiones sobre la comunicación pudieran construir un abordaje teórico adecuado.

El abordaje de los fenómenos y las problemáticas sociales que interesan a la comunicación se atendieron desde las miradas epistemológicas de la sociología, en experimentos detallados y estructurados de la psicología, así como el estudio del hombre y su encuentro con el otro a partir de las miradas antropológicas y etnográficas por excelencia.

Esto se manifiesta así porque de acuerdo con Fuentes Navarro (2008):

En el centro de nuestro objeto de estudio, la comunicación, no está en los mensajes o los contenidos, sino en las relaciones establecidas e investigadas a través de sus múltiples mediaciones entre la producción del sentido y la identidad de los sujetos sociales en las más diversas prácticas socioculturales.

Entonces, como toda actividad humana tiene que ver con la comunicación, y tanto los fenómenos como las problemáticas estudiadas no pueden adscribirse a una única perspectiva teórica y científica, que en este caso sería la comunicación, las metodologías y las teorías que se emplean para su estudio se apoyan de disciplinas como la lingüística, la semiótica, la antropología, la etnografía y la sociología.

Los objetos de estudio de la comunicación se han construido desde miradas múltiples pero en sus primeras aproximaciones se mantuvieron parcelas y

es en los últimos años (...) que se busca integrar en una visión más interdisciplinaria con un sentido de mayor totalidad, para poder avanzar en la construcción de un pensamiento comunicacional interdisciplinario todavía no consolidado (Pineda, 2004).

En este contexto, se detecta que el estudio de la comunicación ha configurado y articulando teorías con perspectivas disciplinares de las ciencias sociales y humanas. Por ejemplo, para la psicología social, el tema de interés en una investigación de comunicación pudiera ser sobre el impacto que tiene una película de terror en los adolescentes.

Otro ejemplo en antropología o sociología, puede ser al querer conocer a través de la comunicación, cuáles son los comportamientos sociales entre miembros de una empresa o negocio y que esto está vinculado con la comunicación organizacional. Sobre la lingüística, pudiera haber un estudio que se plantee cuáles son los códigos de lenguaje empleados entre niños de 5 a 6 años, una vez proyectada determinada novela.

Los ejemplos señalados permiten un referente para comprender la estrecha relación que tienen los estudios en comunicación para con disciplinas de las ciencias sociales y humanas. Señalar dicha relación, permite visualizar uno de los beneficios de mayor trascendencia y que toma fuerza en el campo académico de la comunicación: el aumento en propuestas teóricas y metodológicas que se desarrollan y se aplican en los estudios de comunicación.

Durante el proceso de investigación, se presenta un momento coyuntural y por supuesto, necesario para todo estudio científico. Se trata del diseño y desarrollo de la teoría y la metodología, las cuales permiten en el aborde de fenómenos comunicativos sobre los hechos informativos y culturales. (León Duarte, 2000).

La política, la economía, la sociología, la antropología, fueron algunas de las disciplinas que empezaron a revisar al mundo en transición y a nombrar esa transición.

“La sociedad, la cultura y el individuo fueron tres de los principales objetos de estudios, de reflexión, las vías para nombrar la realidad y lo que acontecía”. (Gómez Vargas, 2007).

En efecto, las reflexiones y construcción del conocimiento de la realidad se originó a partir de la elaboración teórica y discursiva de conceptos desarrollados en las disciplinas madre que fueron la sociología, la antropología y la psicología.

El campo de estudios de la comunicación, se formó prácticamente durante el periodo de los sesenta y hasta mediados de los ochenta, por un “efecto cruzado” de dos tendencias teóricas; el pensamiento instrumental de la investigación norteamericana y el paradigma ideologista de la teoría social latinoamericana. (Martin Barbero, 1993).

A principios de los noventa, los estudios se concentraron en dos paradigmas importantes: el primero, orientado al enfoque positivista, funcionalista y empirista, y el segundo, orientado a una visión crítica y dialéctica que explicara la realidad de los fenómenos comunicativos.

Fue entonces que las teoría de la comunicación en Latinoamérica explicaron el fenómeno comunicacional a partir de los aportes epistemológicos de la corriente de la psicología conductista, la sociología funcionalista (positivista, empirista, especulativa y escolástica) y la “amalgama esquizoide” (León Duarte, 2002), de la semiología estructuralista y el marxismo clásico de la Escuela de Frankfurt.

Paradigmas en Comunicación

El *paradigma positivista*, tiene su origen y desarrollo en los Estados Unidos; presenta al científico social como un nulo agente de cambio, observador objetivo, quien desde afuera, analiza causas y leyes que rigen los fenómenos y procesos comunicacionales empleando estrategias metodológicas basadas en métodos empíricos sistemáticos que tratan de separar el conocimiento científico de los sentimientos subjetivos y filosóficos.

Los trabajos académicos que se orientan en este paradigma, requieren de la aplicación de técnicas cuantitativas como el experimento, la encuesta y el análisis de contenido, atendiéndolos desde los enfoques epistemológicos como: el análisis funcional, influencia personal, usos y gratificaciones, establecimiento de la *agenda setting*, análisis de cultivo o sociología de la producción de mensajes.

El *paradigma teórico crítico*, cuyo origen es Europeo, en comparación con el positivista, aborda de manera distinta los fenómenos comunicativos. Analiza previamente los procesos comunicacionales, sus características en las condiciones económicas, sociales, de educación, de poder y de la hegemonía de los diferentes sistemas contemporáneos.

En este contexto, el investigador en comunicación cuestiona los roles que juega la comunicación en la preservación del sistema social, así como el papel de los mensajes en la difusión de la ideología dominante; el científico social, es “un agente de cambio, comprometido ética y socialmente”. (Martín Barbero, 1996).

Los trabajos académicos que se adscriben a este panorama, se caracterizan por situar el estudio de los procesos comunicacionales dentro de un amplio contexto social; analiza no de forma aislada sino organizada: la producción y distribución de significados sociales en la sociedad, la cultura, la modernidad y la globalidad.

La metodología cuenta con estrategias históricas, críticas y dialécticas donde se implementan técnicas cualitativas como la entrevista a profundidad, historia oral, observación participante, análisis semiótico y estructuralista.

Son cuatro las corrientes epistemológicas que orientan los estudios: La Escuela Crítica de Frankfurt, la economía política, el imperialismo cultural y los estudios culturales.

A partir de la identificación de los paradigmas científicos que orientan los trabajos académicos es prudente presentar algunos rasgos característicos de las teorías de la comunicación que son:

- 1) Teorías de la Comunicación desde los Procesos de producción y distribución de los mensajes.
- 2) Teorías de la Comunicación desde el Contenidos del Mensaje.

3.1 Teorías de la Comunicación; Desde los procesos de producción y distribución de los mensajes.

Las teorías de la comunicación desde los procesos de producción y distribución de los mensajes, parten de una comprensión de los medios de comunicación y cómo estos impactan en la sociedad y la cultura.

En ese sentido, los trabajos académicos se desarrollan a partir de un análisis a profundidad sobre los procesos de producción y distribución de los mensajes tanto en contenido como en su impacto en la audiencia.

“El análisis de audiencia depende en gran medida de lo que haya ocurrido en las diferentes etapas y procedimientos de la construcción del medio” (León Duarte, 2002).

El paradigma positivista, implementa y desarrolla en los estudios, el enfoque tradicionalista de la *sociología de la producción de mensajes* (media sociology) en Estados Unidos, “Newsmaking o “producción de noticias” en Europa. Tal enfoque aborda los procesos de elaboración y selección de noticias y cómo estos evolucionan a un enfoque más completo y amplio.

León Duarte (2002), al respecto formula la pregunta rectora para este tipo de estudios: ¿Qué factores, desde adentro y desde afuera de las organizaciones de los medios afectan el contenido de los medios?”.

El paradigma, analiza las actitudes personales y las orientaciones formativas e ideológicas de los comunicadores, así como sus variables estructurales del sujeto (valores profesionales, políticas corporativas de los medios, la propiedad y el

control de los mismos), también aborda las condiciones que se derivan del sistema económico y las influencias ideológicas del sistema social con el objetivo de analizar las diversas condicionantes que inciden en la producción de los mensajes en los medios y que determinan que ciertos contenidos se difundan y otros no.

En el caso de la *economía política crítica*, desde el positivismo, sus estudios están orientados a condicionamientos amplios y cercanos a los del enfoque de la *sociología de la producción del mensaje* pero su tendencia es de carácter crítico.

Los británicos Murdock & Golding (citados en León Duarte, 2002) proponen el enfoque a partir de cambios en los postulados de Carlos Marx y Engels al plantear que, “la clase dominante que posee y controla los medios de producción material, posee a su vez, el control ideológico de las demás clases”. A partir de ello, los estudios que opten por este estudio deben considerar cuatro aspectos:

- a) Tener una visión holística histórica, que realiza una Interacción entre la organización económica, la vida política, social y cultural.
- b) Una preocupación por el balance en la connotación del estudio entre la iniciativa privada.
- c) La intervención pública en el gobierno.
- d) Cuestionar más allá de lo técnico, al abordar temáticas morales importantes como la justicia y el bienestar común.

Por su parte, la *economía política crítica* del pensamiento positivista, responde a tres áreas de análisis:

- 1) La producción de bienes culturales, (condiciones de producción del mensaje y su impacto en las opciones de recepción del consumo).
- 2) La producción y consumo de los mensajes de los medios. Donde se relacionan la realidad material con su producción y su consumo.
- 3) El consumo cultural, el cual ilustra, la relación entre la desigualdad material y la cultura.

El enfoque de *imperialismo cultural* ha sido una corriente ocupada históricamente de constantes desequilibrios y desigualdades en los flujos de los medios y los mensajes entre países industrializados y tercermundistas.

Los teóricos de esta corriente, que tradicionalmente han sobresalido en Latinoamérica, por lo general, ubican el estudio de la comunicación masiva dentro del contexto de las relaciones económicas y políticas internacionales de los países industrializados y los países de América Latina, para analizar los flujos de comunicación uniformes y de dependencia como los mecanismos de influencia cultural que se presentan. (León Duarte, 2002).

El imperialismo cultural surge fuertemente en la región latinoamericana en los setenta, sin embargo, es en la década de los ochenta, en el marco de la entrada y establecimiento del estilo de vida global, que los estudios aumentaron en términos sustanciales impulsados por los grandes grupos de comunicación.

Estos grandes grupos contribuyendo ampliamente, como señala Matterlart (1997) “a la construcción del *tecnoglobalismo* y la importación de la visión experimental de la cultura sobre la “convergencia cultural” y el fin de la heterogeneidad cultural latinoamericana”.

El enfoque se caracteriza por numerosas tendencias que se destacan en un listado siguiente, al respecto Martín Diez (2000), afirma “en la región, existen trabajos y propuestas de gran riqueza en epistemología de la comunicación, gracias a la apertura de un amplio catálogo de tendencias paralelas y opuestas que realizan el abordaje de los medios”. (2000 39-42).

Listado de tendencias que se han abordado en los estudios de comunicación:

- 1) Regionalización versus globalización.
- 2) Poder autónomo versus poder dependiente.
- 3) Proteccionismo versus librecambismo.
- 4) Estatismo versus privatización.
- 5) Civilización occidental versus Otras civilizaciones.

- 6) Culturas propias versus culturas norteamericana.
- 7) Exposición ideológica directa versus método de entendimiento.

3.2 Teorías de la Comunicación; Desde el contenido del mensaje.

En el marco de las teorías de la comunicación con orientación a la comunicación de masas se aborda de manera concreta, el contenido de los mensajes de los medios. El análisis se desarrolla a partir de los procesos de producción y sus condicionantes o posibles impactos así como en los usos que pueden suscitarse en los procesos de recepción.

Es decir, los estudios ponen atención sobre el comportamiento social que emerge a partir del impacto de un medio como la televisión.

Las teorías sobre el contenido de los medios tienen una larga tradición tanto en el *enfoque positivista* como en el *enfoque crítico* y la atención a las diferentes corrientes epistemológicas como la *sociología de la producción de mensajes*, *economía política* e *imperialismo cultural*.

“los mensajes constituyen o incorporan rasgos y evidencias en los procesos de producción, proporcionando consideraciones para determinar el posible impacto o aportación por parte de las audiencias, aplicación similar la hace *análisis del cultivo, establecimiento de la agenda* y los *estudios culturales*”.
(León Duarte, 2002).

Desde la mirada de la *sociología de la producción de mensajes*, los trabajos académicos realizan el análisis de los mensajes para corroborar sus hipótesis sobre el efecto de los diferentes condicionamientos que provoca la producción de un mensaje en relación al contenido final de los medios.

El tipo de estudio se centra en dos aspectos:

- 1) En detectar si los contenidos de las noticias se recopilan mediante los canales rutinarios o bien si provienen de la creatividad y las pesquisas de sus reporteros.
- 2) En analizar si los contenidos del mensaje provienen efectivamente de las fuentes informativas con que aparecen citadas las noticias.

El *imperialismo cultural* y la *economía política crítica*, centran su estudio en el contenido de los mensajes extranjeros para detectar la presencia de valores ideológicos y culturales ajenos a la idiosincrasia y necesidades de la región específicamente en el contexto de los países latinoamericanos.

Desde el paradigma *positivista*, las perspectivas teóricas que estudian los contenidos del mensaje y sus efectos a largo plazo en las cogniciones y en la formación de las actitudes de los individuos se encuentran el *análisis del cultivo* y el *establecimiento de la agenda (agenda setting)*.

El *análisis del cultivo* teóricamente ha contribuido en la reconsideración de la influencia de los medios como agentes de socialización y cambio mediante la exposición de programación mediática más que de los programas específicos.

“Las implicaciones de la exposición acumulada al sistema general de mensajes, imágenes y valores que transmiten y repiten los medios, no deben de ser medidos sólo en términos de cambios inmediatos en el comportamiento, sino también, por el grado en que cultivan ciertas perspectivas de la vida, pues a lo largo de los meses y los años, los televidentes van absolviendo, poco a poco, cogniciones que, a fuerza de repetirse, se transforman lentamente en actitudes y, muy a largo plazo, propician ciertas conductas” Gerbner & Gross (citados por Lozano, 1996, 135-137).

Para Mauro Wolf (1997), este tipo de investigaciones son particularmente relevantes, pues centran su descripción en la forma en que los medios actúan sobre la realidad subjetiva, así los efectos de los medios se convierten en influencia sobre la audiencia, la cual no identifica ni atribuye ningún hecho

comunicativo específico, tampoco a un mensaje en particular, más bien, examina la presencia misma de los medios, su totalidad de contenido en sus discursos.

De igual manera el enfoque *del establecimiento de la agenda*, apoya en gran medida con sus aportes teóricas al abordaje de la influencia de los medios a largo plazo y en lo que pensamos y en las opiniones y sentimientos del sujeto, el enfoque se centra en el estudio del impacto de la prensa y la información política en el público.

La hipótesis que plantean los teóricos del *establecimiento de la agenda* como Shaw o McCombs, parten del supuesto que los medios de comunicación al describir y precisar la realidad externa presenta al público una lista o agenda en que todo aquel puede opinar y discutir.

“la hipótesis de la agenda postula un impacto directo, aunque no inmediato, sobre los destinatarios que se configura a partir de dos niveles: por un lado, el orden del día de los temas de la agenda de los medios y, por otro, la jerarquía de importancia y prioridad con la que dichos temas son dispuestos en la agenda” (León Duarte, 2002).

McCombs & Shaw, presentan las primeras evidencias empíricas de este enfoque, se sugiere que los medios proponen contenidos temáticos que generan importantes efectos en los receptores. En sus conclusiones sobre los estudios de la *agenda setting* sustentan que:

- a) El efecto de la agenda de los medios, no son automáticos ni mecánicos.
- b) El énfasis constante en ciertos temas por parte de los medios, tienden a propiciar preocupación pública.
- c) El efecto de la *agenda setting* se manifiesta con mayor fuerza en términos de conocimiento sobre el tema que de la opinión sobre él.
- d) La mayor cantidad de información sobre el tema propuesto por la agenda no es garantía de una mejor opinión sobre él, sino que depende de las creencias y valores preexistentes con que cada persona mire a los mensajes comunicacionales.

PARTE SEGUNDA

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

- Cetto, 1995:30.

CAPITULO IV

“El método es el camino general de este movimiento, y las técnicas son las operaciones concretas en cada paso. La teoría sería la proveedora de las metáforas que permiten conducir el camino y poner en forma la información obtenida técnicamente”.

- *Jesús Galindo, 1998.*

4. Apunte general sobre la metodología cuantitativa para el estudio en Ciencias de la Comunicación.

Existen dos principales métodos de investigación científica en comunicación que también se aplican en cualquiera de las disciplinas de las ciencias sociales y humanas, estos son: el método cuantitativo y el método cualitativo. El primero, atiende la predicción o la cuenta de datos, y el segundo, va sobre la explicación de la realidad.

Atender los estudios en comunicación a partir de estos métodos de investigación, como señala Igartua, “si son lo suficientemente articulados y actualizados, podrán desempeñar con éxito la tarea de predecir o explicar la realidad” (2012^a:17).

En ese sentido, conviene revisar para los fines del presente trabajo, una propuesta metodológica en estudios cuantitativos para la comunicación que nos permita el conteo y concentración estadístico de datos sobre cuales han sido las tendencias temáticas de investigación con mayor, menor y nulo abordaje en los trabajos universitarios.

Uno de estos métodos cuantitativos ejemplares es el denominado “meta-análisis” (Igartua, 2012) o el “análisis del análisis”. De acuerdo con Gane V. Glass (1976), el meta-análisis es un “análisis estadístico de un gran número de resultados de trabajos individuales con el propósito de integrar los hallazgos obtenidos en uno solo”.

Para Igartua, el meta-análisis es un método cuantitativo sistemático que combina estadísticamente los resultados de distintos estudios con el objetivo de extraer información que no podría obtenerse de cualquiera de los estudios individualmente. (2012:17).

Este método permite realizar una revisión sistemática que se basa en la aplicación del método científico de recopilación, evaluación y resumen de todos los estudios relevantes sobre un mismo tema.

Un estudio ejemplar sobre este método, fue el realizado por Bryant y Miron en 2004 sobre el estado del arte en la teoría e investigación en comunicación donde se analizaron las principales revistas con factor de impacto en comunicación. El estudio concluyó que las teorías de comunicación con mayor incidencia son aquellas sobre los procesos y efectos mediáticos, es decir, sobre el análisis de los procesos de influencia de la comunicación en las personas, algunas de estas son: *Framing*, *Agenda Setting* y Teoría del Cultivo.

Otro estudio fue el de Potter y Riddle (2007), centrado de manera específica el análisis de las tendencias teóricas y metodológicas en el campo de estudio sobre los efectos mediáticos. El análisis se efectuó a partir de la revisión de los trabajos publicados en 16 revistas científicas del ámbito de la comunicación, desde 1993 hasta 2005, y permitió concluir que 71.4% de los estudios revisados utilizaban métodos cuantitativos, destacando la encuesta (32%) y el experimento (29%), mientras que los métodos cualitativos únicamente estaban presentes en 15.4% de los estudios revisados.

En una revisión meta-analítica se recogen todos los estudios disponibles sobre un determinado tema de investigación y se combinan para obtener un indicador estadístico; este indicador, permite analizar el desarrollo de un campo científico concreto con relación a un tema en particular, ya que se realiza a partir de examinar un amplio número de estudios empíricos con resultados diversos y metodologías variadas que puede estimar de manera objetiva la importancia de un estudio en una área específica.

Los estudios de meta-análisis no solo permiten resumir el estado de la cuestión sobre un tema concreto de investigación, sino que también son apropiados cuando el volumen de investigación no es tan elevado, pero se desea mostrar la dirección que debería tomar la investigación futura en un campo concreto. (Hale & Dillard, 1991).

Lo anterior expuesto, es el referente para la aplicación de un método cuantitativo similar al que Igartua señala para los objetivos del presente estudio.

En esta tesis monográfica se pretende conocer las tendencias temáticas de investigación que se han empleado en los trabajos académicos (tesis) que además ocupa de saber cuáles han sido de mayor, media y nulo abordaje. En efecto, requieren de un método cuantitativo para el conteo e identificación de estas.

Para llevar a cabo los objetivos es impórtate agrupar los trabajos, por lo que se proponen fichas referenciales que contienen datos específicos con características particulares de cada trabajo. Después de ello, se realiza la clasificación de los trabajos con base en el índice de tendencias temáticas de investigación creadas y que dicho conteo permitirá saber cuáles son las tendencias temáticas con mayor, medio y nulo abordaje.

4.1 La Propuesta de fichas referenciales.

Las fichas de referencia se proponen para agrupar y describir en ellas categorías con rasgos particulares de cada trabajo universitario (tesis) como es el Nombre del Autor o Autores del Trabajo Universitario, Título del Trabajo, Tendencia Temática de Investigación Abordada, Bibliografía Recomendada así como el Lugar y Fecha de la Publicación del trabajo universitario.

La creación de estas categorías se ha propuesto al tomar como guía las siguientes preguntas:

- 1) ¿Quién o quienes han sido los autores (estudiantes) del trabajo universitario?
- 2) ¿Cuál es el título del trabajo presentado?
- 3) ¿Cuál ha sido la tendencia temática de investigación abordada en dicho trabajo universitario?
- 4) ¿Cuáles podrían ser los autores y bibliografías recomendadas para la atención de la tendencia temática de investigación?
- 5) ¿En dónde y cuándo se realizó el trabajo?

De esta manera, las categorías se plasman en las fichas de referencia que se obtienen a partir de la revisión de cada trabajo universitario como lo ejemplifica el cuadro siguiente y que se presentan por año a modo de catálogo:

a) Ficha: 70
<p>b) Nombre del Autor (es): ORTEGA LUNA, Laura Georgina.</p> <p>c) Título del Trabajo: “Adolescentes e Internet: Reelaboración y Reproducción de la Identidad y Género a través de Windows Live Messenger y Hi5. Estudio de Caso”</p> <p>d) Tendencia temática: Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información.</p> <p>e) Autor (es) y Bibliografía recomendada: JAKOBSON, Roman. “Funciones del Lenguaje” (1956). MASTERS, WILLIAM H., E. JOHNSON Virginia, C. KOLODNY Robert. “La Sexualidad Humana. Vol. II.” (1982). GIMENEZ Gilberto. “Estudios Sobre la Cultura y las Identidades Sociales” (2007). THOMSON Jhon B., “Ideología y Cultura Moderna. Teoría Crítica Social en la Era de la Comunicación de Masa” (2002).</p> <p>f) Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Mayo, 2011.</p>

Las categorías de los rasgos particulares se definen de la siguiente manera:

- a) **No. de Ficha:** Como número de control en la cantidad de trabajos que se han revisado.
- b) **Nombre del Autor o Autores:** Durante este trabajo se ha hecho mención de la importancia en reconocer los actores sociales quienes desarrollan propuestas científicas y de estudio a partir de la investigación, en ese sentido, es de importancia dar crédito a los autores de los trabajos registrados.
- c) **Título del Trabajo:** En algunos casos, el título pudiera sugerir, referir o dar idea sobre lo abordado en el trabajo, sin embargo, ello no proporciona con claridad cuál ha sido la tendencia temática de investigación abordada, en consecuencia se requiere de una breve revisión al contenido del trabajo.

- d) **Tendencia Temática de Investigación Abordada:** Una vez hecha la revisión en el contenido del trabajo, se realiza la clasificación de los trabajos universitarios con base en las tendencias temáticas de investigación creadas en este estudio.
- e) **Bibliografía y Autor de mayor citación en el trabajo:** Con la revisión de la bibliografía de cada trabajo universitario, es posible obtener esta categoría donde se destaca el nombre del autor o autores y sus bibliografías que apoyaron en la construcción teórica y metodológica del trabajo. Esto con el objetivo de apoyar futuros estados de la cuestión con la consulta de la bibliografía que se anota en esta categoría.
- f) **Lugar y Fecha de la publicación:** El año puede dar pistas de los posibles contextos en los que se desarrolló el trabajo.

4.2 Construcción y descripción de las Tendencias Temáticas de Investigación en Comunicación.

El término *tendencias temáticas de investigación*, se definió a partir de los significados de la Real Academia Española:

- a. Tendencia: “Idea religiosa, económica, política, artística, educativa, científica, que se orienta en determinada dirección”.
- b. Temática: “Que se arregla, ejecuta o dispone según el tema o asunto de cualquier materia” R.A.E (2015).

Se entiende entonces por tendencia temática, para el campo de la Comunicación como: “Idea orientada a la comunicación, que se ejecuta y dispone según un tema o asunto de interés político, económico, cultural, social y científico”.

Con el apoyo de las líneas de investigación y grupos de trabajo de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y las “áreas editoriales” de la Enciclopedia Internacional de la Comunicación (Donsbanch, 2008), se ha

construido un índice descriptivo de 20 tendencias temáticas de investigación (a consideración del autor de este texto), que permiten clasificar los trabajos universitarios. A continuación se presentan:

<i>Tendencias Temáticas de Investigación</i>	
Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información.	Trabajos en donde se analiza el impacto de las computadoras en la educación o la internet como nuevo espacio de interacción.
Comunicación Política y Opinión Pública.	Investigaciones que analizan y exploran los procesos, fenómenos y comunicación que tiene lugar en el sistema político y la opinión pública.
Políticas de la Comunicación.	Trabajos que exploran la relación entre los consumos audiovisuales y las distintas clases sociales.
Estudios de Recepción: Efectos y Percepción de la Realidad a través de los Medios.	Trabajos que analizan las interacciones de diferentes segmentos de la audiencia las cuales abordan y entienden cuestiones relacionadas a la construcción de la realidad social y la cultural a través de los medios.
Periodismo.	Estudios de periodismo, como reportajes, crónicas, relatos, que analicen y aborden contextos mexicanos de interés social.
Comunicación y Educación.	Trabajos que reflexionan, saben y experimentan la vinculación de dos disciplinas: la comunicación y la educación, las cuales atienden cuestiones tecnológicas, culturales y

	políticas en educación desde la mirada de la comunicación.
Discurso, Semiótica y Lenguaje.	Estudios que realizan y exploran el conocimiento de las ciencias del lenguaje como la estática o la lingüística, que desarrollan propuestas académicas en análisis del discurso de prensa o semiótica de una imagen en televisión, desde la perspectiva de la comunicación, así como propuestas académicas que involucre lo antes señalado.
Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.	Trabajos, estudios y propuestas que abordan la estructura de una organización pública o privada, la organización del trabajo dentro de ellas, la atención al clima laboral, la elaboración de proyectos para una adecuada comunicación organizada y la atención a teorías y prácticas profesionales que tienen que ver con la comunicación mercadológica, corporativa y organizacional.
Historia, Campo y Disciplina de la Comunicación.	Estudios sobre el origen, desarrollo y consolidación de la comunicación como ciencia.
Teorías y Metodologías de la Investigación en Comunicación.	Investigaciones que reflexionan sobre el desarrollo teórico y metodológico con que se abordan los distintos procesos y prácticas de comunicación.
Comunicación Intercultural e	Trabajos que aborden la noción de

Intergrupala.	cultura, diversas manifestaciones humanas, códigos, textos, conversaciones que los individuos, grupos, comunidades, regiones y naciones tienen.
Feminismo, Género y Comunicación.	Estudios y trabajos académicos que abordan y analizan problemáticas, objetos de estudio, fenómenos, hechos etc., que competen a la comunicación en relación al género masculino y femenino.
Sociedad Civil, Participación y Comunicación Alternativa.	Estudios que analizan conceptos como sociedad civil, participación, comunicación, ciudadanía, grupos asociaciones u organizaciones con relación a la comunicación.
Comunicación para el Desarrollo Social y Humano.	Investigaciones que analizan y proponen proyectos que inciden en aspectos sociales, grupos o colectivos con interés de actuar y trabajar el campo de la sociedad y comunidad, realizando propuestas de acción social.
Comunicación Intersubjetiva.	Trabajos que analizan, atienden y describen costumbres, juicios, sentimientos, que se manifiestan en el pensamiento de los individuos.
Comunicación, Sociedad y Juventud.	Trabajos que analizan los procesos comunicativos que impactan directamente en la sociedad y la Juventud, se reflexiona sobre la

	sociedad contemporánea en relación a su contexto.
Comunicación en Promoción y Difusión para la Cultura y Deporte.	Estudios o trabajos que asocien a la comunicación con la difusión de la cultura y la promoción del deporte en el contexto social.
Política y Economía de Medios Públicos.	Trabajos que abordan temas como medios de servicio público, el papel que desempeñan estos medios en las sociedades contemporáneas y sus efectos.
Comunicación y Difusión de la Ciencia.	Trabajos que desarrollan y analizan propuestas que impacten de forma directa en el empleo de medios de comunicación masiva para el tratamiento, publicación y atención en la difusión de productos de la ciencia en general.
Historia, Producción y Contenidos de los Medios.	Trabajos que atienden y abordan la historia de los medios de comunicación masiva como la radio o la televisión, se realizan propuestas para la producción de un medio como guiones, y se atiende la estructura de los contenidos en los medios de comunicación masiva.

4.3 Indicadores para obtener resultados cuantitativos.

Una vez concluida la revisión de setenta y nueve trabajos universitarios que se encuentran registrados en la base de datos de la Biblioteca Central de la U.A.E.H ocurridos en un periodo del año 2006 al 2014, se hizo un conteo de cuales han sido las tendencias temáticas de investigación con mayor abordaje, medio abordaje, menor y nulo abordaje en los trabajos universitarios.

A continuación, se describen los indicadores para saber cuáles han sido las tendencias temáticas de investigación abordadas.

- a) **Mayor Abordaje de la Tendencia Temática:** Refiere a la mayor recurrencia y abordaje de tendencias temáticas en investigación que los trabajos universitarios han empleado. La cantidad se centra entre los 25 a 9 trabajos universitarios.
- b) **Medio Abordaje de la Tendencia Temática:** Refiere a una incidencia y abordaje regular de las tendencias temáticas en investigación, con una cantidad de 8 a 3 ejemplares.
- c) **Menor y Nulo Abordaje de la Tendencia Temática:** Refiere a la poca incidencia y abordaje, incluso que aún no existe un trabajo universitario que ponga atención a determinadas tendencias. La cantidad de trabajos para esta categoría es entre 2 a 0 estudios.

La concentración y cuantificación de los trabajos universitarios en relación a las tendencias temáticas de investigación abordadas se concentra en una tabla ejemplar como la siguiente:

<i>Tendencia Temática</i>	<i>No. de Trabajos</i>	<i>Nombre del Trabajo Universitario.</i>

4.4 Sobre la presentación de los resultados.

Concluida y concentrada la clasificación de los trabajos universitarios y en consecuente la construcción de un catálogo con las fichas de referencia, será posible presentar un panorama general del estado de desarrollo en el que se encuentran las tendencias temáticas de investigación con el apoyo de las categorías cuantitativas de mayor, medio y nulo abordaje que se han descrito arriba.

Esto significa que se han creado reflexiones, propuestas y recomendaciones entorno al desarrollo y difusión del ejercicio de investigación en comunicación en el área académica Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado del Hidalgo.

CAPITULO V

“El pasado es el presente, que se manifiesta en el arsenal de conceptos con los que operamos, en los tipos de investigaciones que realizamos, en la bibliografía que seleccionamos, en las técnicas que empleamos, etc.”

- Ortiz, 1999.

5. RESULTADOS

Rasgos Generales.

El universo de 79 trabajos universitarios²³ revisados y clasificados con una respectiva tendencia temática de investigación a consideración del autor de este texto, dio como resultado la siguiente tabla de producción científica universitaria:

TABLA DE PRODUCCION POR AÑO	
Documentación 0000*	4
Documentación 2006	8
Documentación 2007	9
Documentación 2008	14
Documentación 2009	23
Documentación 2010	10
Documentación 2011	3
Documentación 2012	2
Documentación 2013	3
Documentación 2014	4
TOLTAL	79

*Nota: Se encuentran clasificadas cuatro tesis que no contienen fecha de realización, así que se denominaron con el título "Documentación 0000".

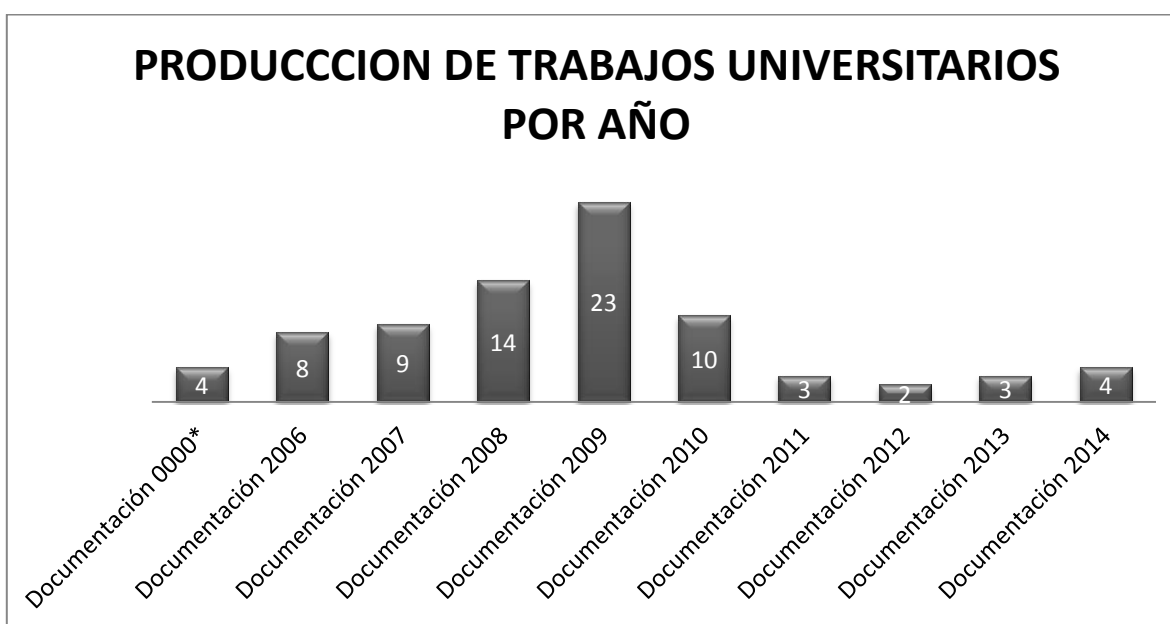
En este contexto, se considera que las 79 tesis revisadas representan el 100 por ciento de la producción científica universitaria en un periodo de ocho años que se distribuye de la siguiente manera:

En los inicios de la producción investigativa por parte de los estudiantes en 2006, hubo una producción de 10%, hacia 2007 aumenta a 11%. El año con mayor porcentaje de trabajos universitarios es el 2009 con un total de 30% de los estudios.

²³ Cabe aclarar que la concentración de estos 79 trabajos universitarios no representan el total de trabajos desarrollados en el área académica de Ciencias de la Comunicación, estos son, aquellos que se encuentran registrados en la base de datos de la Biblioteca Central de la U.A.E.H.

Para el 2008 la producción fue del 18% y hacia el 2010, 13%. Los años con menor producción son 2012 y 2013; ambos con 4% de trabajos universitarios y el 2014, da un resultado de 5% de producción de trabajos universitarios.

Como se puede dar cuenta, el comienzo de la producción científica es alentador hacia los años 2007 y 2008, la mejor ha ocurrido en el 2009 y ha disminuido hacia 2012. Sin embargo, con gran motivación, el índice de producción de investigación va en aumento hacia el 2014²⁴.



²⁴ Los datos aquí presentados son a rasgos generales, habría que hacer una investigación a profundidad y de análisis que permita conocer el total de investigaciones producidas y publicadas en el área académica de Ciencias de la Comunicación.

5.1 Resultados sobre el abordaje de las Tendencias Temáticas de Investigación en los Trabajos Universitarios (Tesis) 2006-2014.

La Distribución de Títulos.

Concluida la revisión de los trabajos se realizó su clasificación en las tendencias temáticas de investigación y posteriormente se cuantificó la cantidad de trabajos que se encontraban en determinada tendencias.

La distribución de los trabajos universitarios en cada Tendencia Temática de Investigación, se presentan en la siguiente tabla:

<i>Tendencias Temáticas.</i>	<i>No.</i>	<i>Nombre de los Trabajos Universitarios</i>
Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información.	4	<ul style="list-style-type: none"> • Tamasili (Video Documental). • “Adolescentes e Internet: Reelaboración y Reproducción de la Identidad y Género a través de Windows Live Messenger y Hi5. Estudio de Caso” • Rock and Blog: Un Espacio para la Cultura Underground. • Sistema de Comunicación Sustitutivo. Transformación del Lenguaje Escrito Luego de la Aparición de las Tecnologías de la Información y Comunicación.
Comunicación Política y Opinión Pública.		<ul style="list-style-type: none"> • Reflexión Crítica de la Propaganda NAZI DE Joseph Goebbels vs. George Bush. • Spots Políticos Televisivos que

	3	<p>Inducen al Voto a Universitarios del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades (ICSHu) de la UAEH: Alianza por México (PRI-PV), Alianza por el Bien de Todos (PRD-PT-CONVERGENCIA) y PAN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Panorama Electoral en Hidalgo en las Elecciones para Elegir Gobernador en 2005. Análisis de Discurso en las Columnas de los Diarios: El Sol de Hidalgo y Milenio Hidalgo.
Políticas de la Comunicación.	0	.
Estudios de Recepción: Efectos y Percepción de la Realidad a través de los Medios.	1	<ul style="list-style-type: none"> • Elementos de los Contenidos Audiovisuales que Gratifican al Televidente de la Región Pachuca al Conformar una Barra de Programación
Periodismo.	22	<ul style="list-style-type: none"> • XAMAGE: “Lugar Extendido y Rodeado por Uñas de Gato”. Fotoreportaje. • “Voces Inocentes” Reportaje sobre Casa de la niña “María Elena Sañudo de Núñez” de Pachuca Hidalgo • Ritos y Gritos Sobre Piel. Reportaje sobre Perforaciones Corporales: Historia, Discriminación e Identidad. • “Camino hacia el Infierno. Relato de un Minero” • CHE... HASTA LA VICTORIA! Ayer,

		<p>Hoy y Siempre. Ensayo Periodístico</p> <ul style="list-style-type: none">• “Arte Teatral de un Deporte” Reportaje sobre la Lucha Libre en México.• “Entre Cerros y Biznagas”. Foto Reportaje de la Barranca de Metztitlán. <p>Géneros Fotoperiodísticos</p> <ul style="list-style-type: none">• El Grupo de Teatro “2+4” de la Universidad de Hidalgo. “La Verdadera Cara del Teatro Universitario” (Reportaje).• Frida Kahlo: A Tono de Lágrimas y Sangre. Relato Periodístico.• “Annie Lennox. La Diva Dramática”• “El Camino del Exceso Llegó al Palacio de la Sabiduría Musical”. Ensayo Periodístico.• Del Lucerito al Lucero: El Peso de Una Imagen en Sueño.• La Escuelita de Emiliano: Un Camino Hacia la Dignidad. (Reportaje)• Pacto con el Diablo. El Principio del Fin del Mexe 2000-2008. Reportaje.• Los Medios Un Salvavidas de la Fe Católica.• Un Relato Rockero.• El Eco de la Cultura Hñahñu. Fotreportaje de la Comunidad de
--	--	---

		<p>Orizabita.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Pahua Frondosa: Breve Historia de un Pueblo. Libro-Reportaje • “La Vida Color Rosa: Reportaje Sobre las Consultoras y Directoras de Ventas Independientes de Mary Kay en Tulancingo, Hidalgo” • El Paparazzo: Una Aproximación al Estudio del Fotógrafo de Espectáculos y Prensa Rosa • Relato Periodístico del Movimiento Estudiantil en Chile 2011. • “La División Más Minúscula de Tamaulipas”. Crónica.
Comunicación y Educación.	0	
Discurso, Semiótica y Lenguaje.	3	<ul style="list-style-type: none"> • Los Mensajes de la Coca-Cola: Entre la Publicidad y el Discurso. • Cuando el Periodismo de Espectáculos Se Pintó de Rosa. Análisis de Contenido de la Sección de Espectáculos de “El Universal”. • El Lenguaje del Fútbol: La Comunicación de los Cronistas Deportivos. (Análisis).
Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.		<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostico Organizacional de ENHIDALGO.NET. • El Poder de la Organización. Caso: Departamento Relaciones Públicas de la Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo

	<p>16</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Líder y Organizaciones. Propuesta para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. • Manual de Imagen Corporativa para las PYMES de Pachuca, Hgo. • Elementos Básicos para Crear el Plan de Imagen Corporativa. • La Comunicación Organizacional y la Publicidad como Bases para la Creación de Una Nueva Organización en Hidalgo: Publimpactos. • El Liderazgo Informal. Caso: El Sol de Hidalgo. • Comunicación Organizacional, Caso Específico: ENHIDALGO.NET. • Propuesta de Comunicación Interna. Caso: Movimiento Pandillas de la Amistad. Delegación Pachuca de El Espíritu Santo. • Comunicación Organizacional: La Familia como un Sistema Organizado. • Comunicación Organizacional en la UAEH: Una Propuesta. • INEGI: Diagnostico y Evaluación de la Comunicación Organizacional del Departamento de Información y Atención al Usuario. • Propuesta para la Integración del
--	------------------	--

		<p>Área de Comunicación Organizacional en la Empresa Originales Caribe.</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Análisis de Clima Laboral de la Secretaria de Turismo” • Clima Laboral. Caso: El Centro de Atención a Clientes de Telefonía Celular (TELCEL, Pachuca).
Historia, Campo y Disciplina de la Comunicación.	1	<ul style="list-style-type: none"> • Los Dueños del Periódico. Oportunidades Laborales en la Prensa de Pachuca y los Egresados de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (Reportaje).
Teorías y Metodologías de la Investigación en Comunicación.	0	
Comunicación Intercultural e Intergrupala.	2	<ul style="list-style-type: none"> • Los Códigos Verbales y No Verbales; Caso: Los Choferes de Transporte Pesado. • Mundos Híbridos. Tim Burton y Néstor García Canclini.
Feminismo, Género y Comunicación.	6	<ul style="list-style-type: none"> • La Mujer en Línea de Fuego. Corresponsales de Guerra • Bella, Princesa Disney; Género y Estereotipos: Análisis Semiótico. • Celuloide en Femenino, Maryse Sistach y su Perfume de Violetas. • Cómo Influye la Discriminación de Género Mujer en el Clima

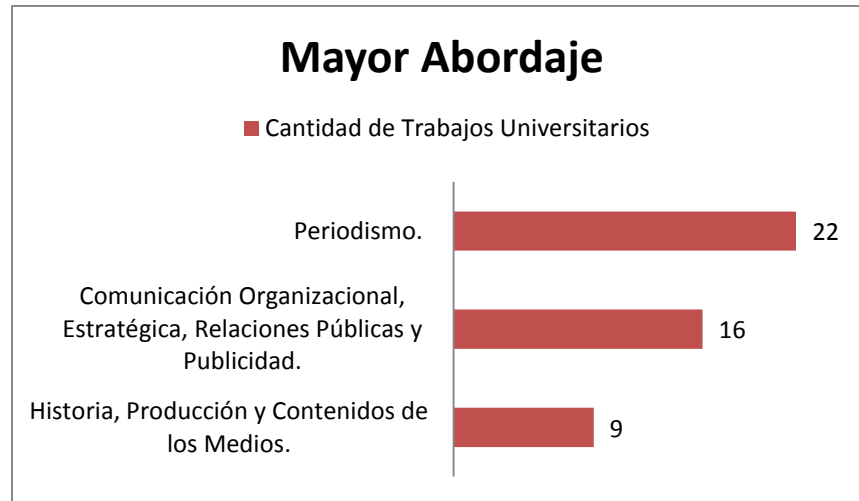
		<p>Organización de la Delegación IMSS Pachuca.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expresiones Culturales en Torno a las Muertas de Juárez. • Pedro y Jorge: Dos Tipos de Mucho Cuidado.
Sociedad Civil, Participación y Comunicación Alternativa	1	<ul style="list-style-type: none"> • El Movimiento Estudiantil de 1968. Los Primeros Pasos del Activismo Homosexual en México
Comunicación para el Desarrollo Social y Humano.	5	<ul style="list-style-type: none"> • El Uso de Intranet en Empleados de la Fábrica de Cementos La Cruz Azul, S.C.L • Gigantes mágicos: Parque Nacional “El Chico”. Una Propuesta para el Desarrollo de la Educación Ambiental en el Estado de Hidalgo. Caso los Encinos. • El TLCAN: Una Oportunidad de Crecimiento Económico o Una Desventaja para la Producción en el Campo Mexicano. (Análisis de Opinión En Torno a la Última Apertura Agropecuaria que Comenzó en 1° de Enero del 2008). • Comunicación y Vejez. • ¿Tula, una de las Regiones Más Contaminadas del Mundo?
Comunicación Intersubjetiva.		<ul style="list-style-type: none"> • Sexualidad y Comunicación en la Familia. Estudio de Caso en Alumnos del Instituto de Ciencias

	3	<p>Sociales y Humanidades. Área Académica de Ciencias de la Comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sexo y Sexualidad. Mitos de Hoy. • La Idea de la Discriminación en Estudiantes de Derecho y Comunicación. Aproximaciones.
Comunicación, Sociedad y Juventud.	2	<ul style="list-style-type: none"> • Juegos y Juguetes Mexicanos. De la Tradición a la Tecnología. (Reportaje). • El Demonio que Parió la Madre Música. Ensayo Sobre la Filosofía y el Origen del Metal como Cultura.
Comunicación en Promoción y Difusión para la Cultura y Deporte.	0	
Política y Economía de Medios Públicos.	0	
Comunicación y Difusión de la Ciencia.	0	
Historia, Producción y Contenidos de los Medios.	9	<ul style="list-style-type: none"> • Resquebrajamiento de la Cooperativa EXCÉLSIOR. • Radio Comunitaria: Surcos con Deseos de Ser Escuchados. (Radio Zacualpan: “Por el Deseo de Comunicar Cultivos”). • Rumbo Universitario. • Radio Mezquital: El Camino de una Radiodifusora. • De Canal 11 a Once TV México.

		<p>Una Aproximación a la Historia de la Televisión Pública en México.</p> <ul style="list-style-type: none">• Guion Documental sobre la Historia de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo• Maestros del Cine de Horror en México.• Propuesta de Guion para Cortometraje. El Caso de las Mujeres Desaparecidas y Asesinadas en Ciudad Juárez• “Bulbo Radio Experimental en Línea”
--	--	---

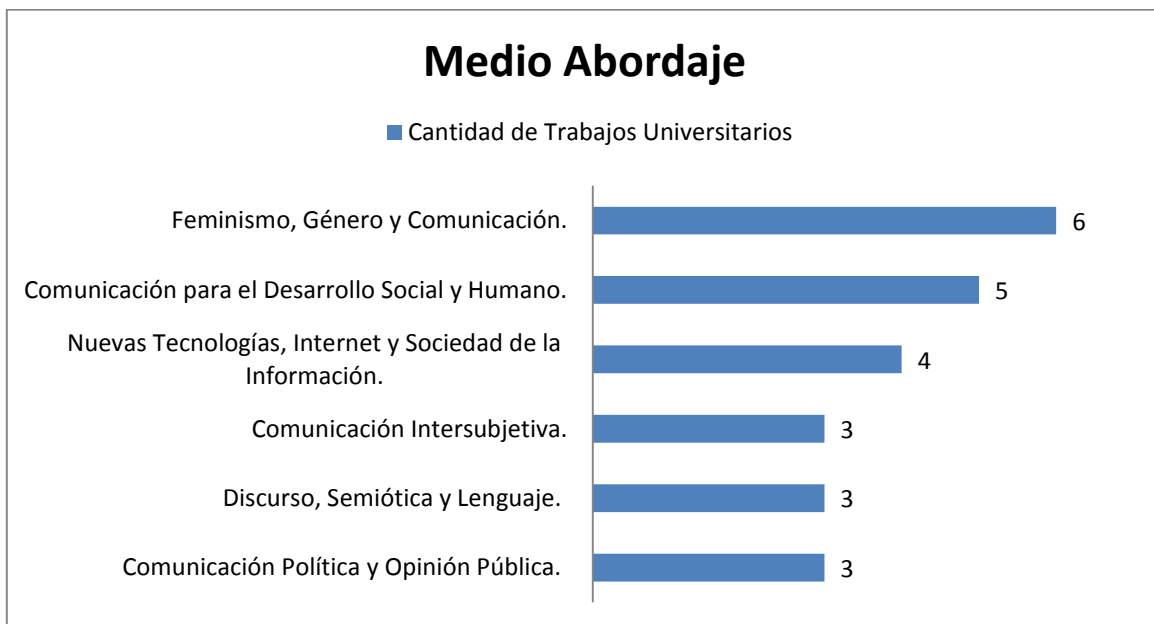
5.2 El abordaje de las Tendencias Temáticas de Investigación.

La clasificación de los trabajos universitarios apunta a que las tendencias temáticas de investigación con ***mayor abordaje*** en los trabajos académicos han sido: Periodismo con 22 títulos adjuntos, le sigue Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad con 16 títulos, e Historia, Producción y Contenidos de los Medios con un total de 9 trabajos.



Las tendencias temáticas de investigación con **medio abordaje** en los trabajos universitarios son Feminismo, Género y Comunicación con un total de 6 títulos, Comunicación para el Desarrollo Social y Humano con 5 texto cada temática, y Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información, con 4.

La tendencia temática de investigación en Comunicación Política y Opinión Pública tiene 3 títulos al igual que Discurso, Semiótica y Lenguaje, y Comunicación Intersubjetiva.



Con **menor y nulo abordaje** en los trabajos académicos destacan: Comunicación Intercultural e Intergrupala y Comunicación, Sociedad y Juventud que tienen 2 títulos.

En relación a aquellas tendencias temáticas con 1 título, destacan: Estudios de Recepción: Efectos y Percepción de la Realidad a través de los Medios; Historia, Campo y Disciplina de la Comunicación; y Sociedad Civil, Participación y Comunicación Alternativa.

De las tendencias temáticas que aún no se han trabajado, son Comunicación y Difusión de la Ciencia; Política y Economía de los Medios Públicos; Comunicación en Promoción y Difusión para la Cultura y el Deporte; Teorías y Metodologías de la Investigación en Comunicación; Comunicación y Educación; Políticas de la Comunicación.

Menor y Nulo Abordaje

■ Cantidad de Trabajos Universitarios



Tendencias Temáticas de los Trabajos Universitarios (TESIS)



5.3 Presentación de las fichas de referencia de las Tendencias Temáticas de Investigación empleadas en los trabajos universitarios (tesis) por Año.

DOCUMENTACIÓN SIN AÑO

[01]

Nombre del Autor (es): GUTIERREZ QUIJADA, Erika Cecilia.

Título del Trabajo: XAMAGE: “Lugar Extendido y Rodeado por Uñas de Gato”. Fotoreportaje.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALONSO ERAUSQUIN, Manuel. “Fotoperiodismo, Formas y Códigos” (--). BAJTIN, Mijail. “La Cultura Popular en la Edad Media y en el Renacimiento” (1998). CASTELLANOS, Ulises. “Manual de Fotoperiodismo, Retos y Soluciones” (2003).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,--.

[02]

Nombre del Autor (es): LÓPEZ SILVA, Rosalía.

Título del Trabajo: Diagnostico Organizacional de ENHIDALGO.NET.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AVILA, Rafael. “Crítica de la Comunicación Organizacional” (2005). BONILLA GUTIÉRREZ, Carlos. “La Comunicación, Función Básica de las Relaciones Públicas” (2004). ROBBINS, Sthephen. “Comportamiento Organizacional” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --, --.

[03]

Nombre del Autor (es): JUÁREZ DOMÍNGUEZ, Adrián Raymundo.

Título del Trabajo: El Poder de la Organización. Caso: Departamento Relaciones Públicas de la Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Publicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALLAIRE, Yvan y E. FIRSIROTU, Mihaela. “Teorias Sobre la Cultura Organizacional en la Cultura Organizacional” (1992). HOMS QUIROGA, Ricardo. “La Comunicación en la Empresa” (1999). KREITNER, Kinicki. “Comportamiento de las Organizaciones” (1997). SHAW TYSON, Jackson Tony. “La Esencia del Comportamiento Organizacional” (1997). URIZ, Javier. “La Subjetividad de la Organización. “El Poder Más Allá de las Estructuras”” (1994).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. ----.

[04]

Nombre del Autor (es): RESENDIZ CRUZ, Marco Antonio.

Título del Trabajo: El Uso de Intranet en Empleados de la Fábrica de Cementos La Cruz Azul, S.C.L

Tendencia temática: Comunicación para el Desarrollo Social y Humano.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALVAREZ CUEVAS, Guillermo. “El Orgullo de Ser Azul” (2006). CORDOVA, Arnaldo. “La Clase Obrera en la Historia de México” (1980). FERNANDEZ COLLADO, Carlos. “La Comunicación en las Organizaciones” (1991). GAUNA, Nazca; SATCHI, Sandra y SATCHI, Reforma. “Quiero... Necesito Internet!” (1998).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,--.

DOCUMENTACIÓN 2006

[05]

Nombre del Autor (es): JUAREZ CHÁVES, Saúl.

Título del Trabajo: Juegos y Juguetes Mexicanos. De la Tradición a la Tecnología. (Reportaje).

Tendencia temática: Comunicación, Sociedad y Juventud.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: CAILLOIS, Roger. “Los Juegos y los Hombres, la Máscara y el Vértigo” (1989). GONZALES Y GONZALES, Luis. “Juegos y Juguetes Mexicanos”. (1993). DEL RÍO RÉYNAGA, Julio. “Teoría y Práctica de los Géneros Periodísticos Informativos” (1992).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --, 2006.

[06]

Nombre del Autor (es): UREÑA MEDINA, César.

Título del Trabajo: Líder y Organizaciones. Propuesta para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BONILLA, Carlos. “Función Básica de las Relaciones Públicas” (2001). FUENTES NAVARRO, Raúl. “El desarrollo, la Organización y el Uso de la Comunicación Social en México” (1990).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --, 2006.

[07]

Nombre del Autor (es): ÁNGELES FENÁNDEZ, Edna Jazmín.

Título del Trabajo: La Mujer en Línea de Fuego. Corresponsales de Guerra.

Tendencia temática: Feminismo, Género y Comunicación.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BACH ARÚS, Marta. “El Sexo de la Noticia” (2003).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,2006.

[08]

Nombre del Autor (es): DURÁN FLORES, Judith.

Título del Trabajo: Manual de Imagen Corporativa para las PYMES de Pachuca, Hgo.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Publicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BRAIDOT P. Ernesto. “Las PYMES Americanas, Herramientas Competitivas para un Mundo Globalizado” (2002). COSTA, Joan “Identidad Corporativa” (1993). CEES B. M., Van Riel. “Comunicación Corporativa” (1997). HULL, Galen Spencer. “Guía para la Pequeña Empresa” (1998). GONZÁLEZ ACOSTA, Eusebio “Importancia de la Imagen Corporativa en la Pequeña Empresa” (2006).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,2006.

[09]

Nombre del Autor (es): GÓMEZ VÁZQUEZ, Yenyka Marlen

Tendencia temática: Periodismo.

Título del Trabajo: “Voces Inocentes” Reportaje sobre Casa de la niña “María Elena Sañudo de Núñez” de Pachuca Hidalgo

Autor (es) y Bibliografía recomendada: LEÑERO Vicente y MARIN Carlos, “Manual de Periodismo” (1982)

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Junio 2006.

[10]

Nombre del Autor (es): LICONA NAJERA, Miguel Ángel.

Título del Trabajo: Elementos Básicos para Crear el Plan de Imagen Corporativa.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: C. JACKSON, Peter. “Comunicación Corporativa para Ejecutivos” (1993). CAPRIOTTI, Paul. “Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa” (1999). CHAVES, Norberto. “La Imagen Corporativa: Teoría y Metodología de la Identidad Institucional” (1998). COSTA, Joan. “Identidad Corporativa y Estrategia de Empresa” (1992). SCHEINSOHN, Daniel. “Comunicación Estratégica, Management y Fundamentos de la Imagen Corporativa” (1987).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --, 2006.

[11]

Nombre del Autor (es): MUÑOZ OLMOS, Ariadna.

Título del Trabajo: La Comunicación Organizacional y la Publicidad como Bases para la Creación de Una Nueva Organización en Hidalgo: Publimpactos.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALBARRAN, Luis. “Publicidad: Una Controversia” (1983). BERNAL SAHAGÚN, Víctor M. “Anatomía de la Publicidad en México” (1982). CHOMSKY, N. y RAMONET, T. “¿Cómo nos venden la moto?” (1986). AGUILAR, Reyes. “Publicidad Mercadológica II” (1999).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Junio, 2006.

[12]

Nombre del Autor (es): PÉREZ SANTIAGO, Gladys.

Título del Trabajo: Bella, Princesa Disney; Género y Estereotipos: Análisis Semiótico.

Tendencia temática: Feminismo, Género y Comunicación.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BARTHES, Roland. “Análisis Estructural del Relato” (1999). DE BEAUVOIR, Simone. “El Segundo Sexo” (1985). OLABUENAGA, Teresa. “Discurso Cinematográfico, Un Acercamiento Semiótico” (1991)

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Noviembre, 2006.

DOCUMENTACIÓN AÑO 2007

[13]

Nombre del Autor (es): SERRANO LÓPEZ, Diana.

Título del Trabajo: Ritos y Gritos Sobre Piel. Reportaje sobre Perforaciones Corporales: Historia, Discriminación e Identidad.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: DACAL ALONSO, José Antonio. “Estética General” (2003). FÉRNANDEZ COLLADO, Carlos. “La Comunicación Humana” (1988). MANN, León. “Elementos de Psicología Social” (2001). RODRIGUEZ, Adolfo “Psicología Social” (2001). SILVESTRE, Albert.. “La Comunicación Humana. Exploraciones Teóricas” (1994).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Diciembre 2007.

[14]

Nombre del Autor (es): SÁNCHEZ JIMENEZ, Ricardo

Título del Trabajo: “Camino hacia el Infierno. Relato de un Minero”

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: MENES LLAGUNO, Juan Manuel. “Breve Historia de la Industria en Hidalgo Compañía de Real del Monte y Pachuca”, (1982). ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa. “Algo más que Periodistas. Sociología de una Profesión” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca, Hgo. Abril. 2007.

[15]

Nombre del Autor (es): PÉREZ NERIA, Juan Gerardo.

Título del Trabajo: Resquebrajamiento de la Cooperativa EXCÉLSIOR.

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenidos de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ÁLVAREZ RAMÍREZ, Eva. “Excélsior: Historia de tinta y papel” (1999). FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. “Los Medios Masivos de Comunicación en México” (1985). L. PALOTZ, David y M. ENTMAN, Robert. “Aceptar la Legitimidad del Sistema en el Poder de los Medios en la Política” (1986). LOREDO TORRES, Salvador “Algunos Apuntes sobre la Historia de Excélsior”

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Abril. 2007.

[16]

Nombre del Autor (es): FLORES MONTIEL, Erasmo y GONZÁLEZ HERNANDEZ, Lizbeth.

Título del Trabajo: CHE... HASTA LA VICTORIA! Ayer, Hoy y Siempre. Ensayo Periodístico.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: CUENCA, Humberto, “Imagen Literaria del Periodismo” (1961). GUEVARA, Ernesto. “Táctica y Estrategia de la Revolución Latinoamericana” (1977). MERTON, Robert K. “Teoría y Estructura Social” (1995).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Enero 2007.

[17]

Nombre del Autor (es): MARTINES MONROY, Alejandro y SÁNCHEZ AGUILAR, Lubianca.

Título del Trabajo: El Liderazgo Informal. Caso: El Sol de Hidalgo.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ARROYO LARA, Anuar. “Educación al Liderazgo Cooperativo” (2003). ÁVILA GONZÁLEZ,. “Crítica a la Comunicación Organizacional” (2005). GOLEMAN, Daniel. “Estilo de Liderazgo” (1999). HALL, Richard. “Organizaciones, Estructura, Procesos y Resultado” (1996).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Enero, 2007.

[18]

Nombre del Autor (es): HERNÁNDEZ RAMOS, Yuridia Patricia.

Título del Trabajo: Comunicación Organizacional, Caso Específico: ENHIDALGO.NET.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: COSTA, Joan. “Identidad Corporativa” (2000). FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. “La Comunicación Humana en el Mundo Contemporáneo” (2001). GUIZAR MONTUFAR, Rafael. “Desarrollo Organizacional” (2004). ISLAS, Octavio. “Explorando el Ciberperiodismo Iberoamericano” (2002).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Junio 2007.

[19]

Nombre del Autor (es): IBARRA HERNÁNDEZ, Karla Salud y MENESES RUÍZ, Sonia.

Título del Trabajo: Sexualidad y Comunicación en la Familia. Estudio de Caso en Alumnos del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades. Área Académica de Ciencias de la Comunicación.

Tendencia temática: Comunicación Intersubjetiva.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: RAMIREZ DÍAZ, Alejandro. “Comunicación en la Familia Mexicana” (2002). GIBERTI, Eva. “Sexualidad de Padres a Hijos”. DAVIS, Flora. “La Comunicación No Verbal” (1983). PASTOR RAMOS, Gerardo. “Sociología de la Familia” (1997). FRANCO G. Elena. “La Comunicación en la Familia” (1995). SEGÚ, Héctor F. “Educación Sexual en la Familia y en la Escuela” (1996). CAGNON, Jhon H. “Sexualidad y Cultura” (1980). ROTA, Michel “Saber Comunicarte con los Hijos” (1996).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Diciembre, 2007.

[20]

Nombre del Autor (es): HERNÁNDEZ NARVÁEZ, Janet Yazmín.

Título del Trabajo: Reflexión Crítica de la Propaganda NAZI DE Joseph Goebbels vs. George Bush.

Tendencia temática: Comunicación Política y Opinión Pública.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BERISTAIN, Helena. “Análisis Estructural del Relato Periodístico” (--). CALSAMIGLIA, Helena y TUSÓN, Amparo. “Las Cosas del Decir, Manual de Análisis del Discurso” (2002). DE MORAGAS, Miquel. “Sociología de la Comunicación de Masas. Vol. III” (1985). DURANDIN, Guy. “La Mentira en la Propaganda Política y en la Publicidad” (1990). GONZÁLEZ LLANCA, Edmundo. “Teoría y Práctica de la Propaganda” (1981). PRATKANIS, Anthony y ELLIOT, Aronson. “La Era de la Propaganda: Uso y Abuso de la Persuasión” (1994). PRIETO CASTILLO, Daniel. “Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa” (--).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --, 2007.

[21]

Nombre del Autor (es): VERA GÓMEZ, Quetzally.

Título del Trabajo: Spots Políticos Televisivos que Inducen al Voto a Universitarios del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades (ICSHu) de la UAEH: Alianza por México (PRI-PV), Alianza por el Bien de Todos (PRD-PT-CONVERGENCIA) y PAN.

Tendencia temática: Comunicación Política y Opinión Pública.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ACEVEZ, F. “Información Mediática, Usuarios y Acontecimientos” (1998). SENNET, R. “El Declive del Hombre Público” (1978). ARENDT, Hannah. “La Esfera Pública y la Privada” (1995). ESTEINOU MADRID, Javier. “El Condicionamiento Social de los Medios de Comunicación de Masas” (1983). GOSSELIN, A. “La Comunicación Política. Cartografía de un Campo de Investigación y de Actividades” (1998). MANCINI, P. “Americanización y Modernización. Breve Historia de la Campaña Electoral” (1995). McLuhan, Marshall. “La Comprensión de los Medios como las Extensiones del Hombre” (1987). MONZON, Cándido. “Opinión Pública y Comunicación Política” (2000). NOHLEN, Dieter. “Elecciones y Sistemas Electorales” (1984). WOLDEBERG, José. “Para Entender Los Partidos Políticos y las Elecciones de los Estados Unidos Mexicanos” (2006). WOLTON, D. “La Comunicación Política: Construcción de un Modelo” (1992).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --, 2007.

DOCUMENTACIÓN AÑO 2008

[22]

Nombre del Autor (es): DE LEÓN GONZÁLEZ, Manuel.

Título del Trabajo: “Arte Teatral de un Deporte” Reportaje sobre la Lucha Libre en México.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: WOLFE, Tom. “El Nuevo Periodismo” (1998). MARTÍN VIVALDI, Gonzalo. “Géneros Periodísticos” (1986).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Septiembre, 2008.

[23]

Nombre del Autor (es): GRANADOS MONTIEL, Teresa.

Título del Trabajo: Celuloide en Femenino, Maryse Sistach y su Perfume de Violetas.

Tendencia temática: Feminismo, Género y Comunicación.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AVIÑA, Rafael. “Una Mirada Insólita: Temas y Géneros del Cine Mexicano” (2006). KUHN, Annette. “Cine de Mujeres. Feminismo y Cine” (1991).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Junio 2008.

[24]

Nombre del Autor (es): LÓPEZ ÁVILA, Ana Isabel.

Título del Trabajo: Los Códigos Verbales y No Verbales; Caso: Los Choferes de Transporte Pesado.

Tendencia temática: Comunicación Intercultural e Intergrupala.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALVAREZ ROMÁN, Jesús Antonio. “Las Relaciones Humanas” (1976). ARANGUREN, José Luis. “La Comunicación Humana” (1975). GRICE, Paul. “Estudios en el Camino de las Palabras” (1989). LISCHETTI, Mirta. “Manual de Antropología” (1995). MILLER, George A. “Lenguaje y Comunicación” (2001). POYATOS, Fernando. “La Comunicación no Verbal III” (2007). SANMARTIN SÁENZ, Julia. “Lenguaje y Cultura Marginal” (1998).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Diciembre, 2008.

[25]

Nombre del Autor (es): ALVAREZ LECHUGA, Deni Margarita.

Título del Trabajo: “Entre Cerros y Biznagas”. Foto Reportaje de la Barranca de Metztitlán.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BARTHES, Roland. “La Cámara Lúcida: Notas Sobre la Fotografía” (2003). CASTELLANOS, U. “Manual de Fotoperiodismo; Retos y Soluciones” (2004). GISÉLE, F. “La Fotografía como Documento Oficial” (1993). ULIBARRI, E. “Idea y Vida del Reportaje” (1994).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,2008.

[26]

Nombre del Autor (es): ORTÍZ PÉREZ, Claudia.

Título del Trabajo: Los Dueños del Periódico. Oportunidades Laborales en la Prensa de Pachuca y los Egresados de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (Reportaje).

Tendencia temática: Historia, Campo y Disciplina de la Comunicación.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BALLESTEROS, Javier; SANCHO, Juana y ÁREA, Manuel. “Los Medios de Comunicación en el Currículo” (1998). FERNÁNDEZ CRISTIELB, Fátima. “La Responsabilidad de los Medios” (1988). GÓMEZ GUZMÁN, Carlota. “Entre el Deseo y la Oportunidad: Estudiantes de la UNAM Frente al Mercado y Trabajo” (1994).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --, 2008.

[27]

Nombre del Autor (es): MACIAS PÉREZ, Elizabeth.

Título del Trabajo: Géneros Fetoperiodísticos.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: MARCOS GARCIA, Nelson. “El Fotoreportaje y su Técnica” (1987). RIVA PALACIOS, Raymundo. “Más Allá de los Límites. Ensayos para un Nuevo Periodismo” (1995).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,2008.

[28]

Nombre del Autor (es): VIVANCO AGISS, Oliver Alain.

Título del Trabajo: El Grupo de Teatro “2+4” de la Universidad de Hidalgo. “La Verdadera Cara del Teatro Universitario” (Reportaje).

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AZUELA, Arturo. “Universidad Nacional y Cultural” (1990). CAREAGA, Gabriel. “Sociedad y Teatro Moderno en México” (1994). CARBONELL, Dolores y MIER VEGA, Luis Javier. “Crónica del Teatro en México” (1988). MENDOZA, Héctor. “El Teatro en la Universidad Nacional” (1980).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,2008.

[29]

Nombre del Autor (es): MEJÍA ANGELES, Ismael.

Título del Trabajo: Frida Kahlo: A Tono de Lágrimas y Sangre. Relato Periodístico.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: KATTERMAN, Andrea. “Kahlo” (2003). ROBLES, Francisca. “El Relato Periodístico Testimonial, Perspectivas para su Análisis” (2006). ROMERO, Lourdes. “El Relato Periodístico como Acta de Habla” (1996). TIBOL, Raquel. “Frida Khalo, una Vida Abierta.” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,2008.

[30]

Nombre del Autor (es): ROMERO NARANJO, José Alonso.

Título del Trabajo: Los Mensajes de la Coca-Cola: Entre la Publicidad y el Discurso.

Tendencia temática: Discurso, Semiótica y Lenguaje.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BROWN, Guillan y GEORGE, Yule. “Análisis del Discurso” (1993). FERRER, Eulalio. “La Publicidad, Textos y Conceptos” (1992). PRIETO CASTILLO, Daniel. “La Fiesta del Lenguaje” (1994).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Enero, 2008.

[31]

Nombre del Autor (es): HIDALGO VERGARA, Mónica del Carmen Paola.

Título del Trabajo: Mundos Híbridos. Tim Burton y Néstor García Canclini.

Tendencia temática: Comunicación Intercultural e Intergrupala.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALTHUSSER, Louis. “Ideología y Aparatos Ideológicos del Estado. Freud y Lacan” (1988). AZIZ NASSIF, Alberto. “La Cultura Subalterna en México” (--). EAGLETON, Terry. “Ideología. Una Introducción” (2005). GARCIA CANCLINI, Néstor. “Culturas Híbridas. Estrategias para Entrar y Salir de la Modernidad” (2001). SILVA, Ludovico. “Teoría y Práctica de la Ideología” (1984).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Agosto, 2008.

[32]

Nombre del Autor (es): MELO CENTENO, Emmanuel.

Título del Trabajo: Propuesta de Comunicación Interna. Caso: Movimiento Pandillas de la Amistad. Delegación Pachuca de El Espíritu Santo.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: GIBSON, James. “Organizaciones: Conducta, Estructura, Proceso” (1985). HOMOS QUIROGA, Ricardo. “La Comunicación en las Empresas” (1996). RODRIGUEZ ESTRADA, Mauro. “Integracion en Equipos” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,2008.

[33]

Nombre del Autor (es): MARQUEZ ARELLANO, Yuliana Irene y MÉNDEZ GONZÁLEZ, Anahí de Jesús.

Título del Trabajo: Radio Comunitaria: Surcos con Deseos de Ser Escuchados. (Radio Zacualpan: “Por el Deseo de Comunicar Cultivos”).

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenidos de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: REBEIL CORELLA, María Antonieta; ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa y RODRIGUEZ ZÁRATE, Ignacio. “Perfiles del Cuadrante: Experiencias de la Radio” (1997). DE ANDA Y RAMOS, Francisco. “La Radio: El despertar del Gigante” (2003). BALLE, Francis y EYMERY, Gerard. “Los Medios de Comunicación Masiva” (1984).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Octubre, 2008.

[34]

Nombre del Autor (es): RIVERA MUÑOZ, Erika.

Título del Trabajo: Sexo y Sexualidad. Mitos de Hoy.

Tendencia temática: Comunicación Intersubjetiva.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: WEEKS, Jeffrey. “Sexualidad”(1998). EISLER, Riane. “Sexo, Mitos y Políticas del Cuerpo, Placer Sagrado 1” (2000). GAGNON, Jhon. “Sexualidad y Cultura” (1980). FOUCAULT, Michael. “Historia de la Sexualidad” (--). DIAMOND, Milton. “Desarrollo Sexual Humano: Fundamentos Biológicos para el Desarrollo Social” (1976). OCHOA, Anabel. “Mitos y Realidades del Sexo Joven” (2001)

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Noviembre, 2008.

[35]

Nombre del Autor (es): GABRIEL GARCIA, José Alfredo.

Título del Trabajo: Comunicación Organizacional: La Familia como un Sistema Organizado.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Publicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: STEPHEN P. Robbins. “Comportamiento Organizacional” (2004). GOMEZJARA, Francisco A. “Sociología” (2005). BARON, Robert A. y BYRNE Donn. “Psicología Social” (1998). GOODE, William J. “La Familia” (2006). FURNHAM, Adrián. “El Comportamiento del Individuo en las Organizaciones” (2001).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto Hidalgo, Julio 2008.

DOCUMENTACIÓN AÑO 2009

[36]

Nombre del Autor (es): ARRIOLA MICET, Luis Eduardo.

Título del Trabajo: “Annie Lennox. La Diva Dramática”

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BOURDIEU, Pierre. “Cosas Dichas” (1993), GONZÁLES REYNA, Susana. “Periodismo de Opinión” (1999)

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Noviembre, 2009.

[37]

Nombre del Autor (es): PORTER VELÁZQUEZ, Rosa Gabriela.

Título del Trabajo: “El Camino del Exceso Llegó al Palacio de la Sabiduría Musical”.
Ensayo Periodístico.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: PARTY, Daniel. “Transnacionalización y la Balada Latinoamericana” (2003)

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hidalgo. Junio, 2009.

[38]

Nombre del Autor (es): MENESES ORTEGA, Esther.

Título del Trabajo: Comunicación Organizacional en la UAEH: Una Propuesta.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estrategias, Relaciones Publicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: HODGE B.J., W.P. Antony y L.M. Gales. “Teoria de la Organización: Un Enfoque Estratégico” (1998). MARTINEZ DE VELAZCO, Alberto y NOSNIK, Abraham. “Comunicación Organizacional” (2002). REYES PONCE, Agustín. “Administración por Objetivos” (1998).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Julio 2009.

[39]

Nombre del Autor (es): ÁVILA HUERTA, Alejandro.

Título del Trabajo: Cuando el Periodismo de Espectáculos Se Pintó de Rosa. Análisis de Contenido de la Sección de Espectáculos de “El Universal”.

Tendencia temática: Discurso, Semiótica y Lenguaje.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BAENA PAZ, Guillermina. “El Discurso Periodístico. Los Géneros Periodísticos Hacia el Siguiete Milenio” (1999). DALLAN, Alberto. “Lenguajes Periodísticos” (2003). KRIPPENDORF, Klaus. “Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica” (1990).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Enero, 2009.

[40]

Nombre del Autor (es): PÉREZ LUGO, Edith.

Título del Trabajo: Cómo Influye la Discriminación de Género Mujer en el Clima Organización de la Delegación IMSS Pachuca.

Tendencia temática: Feminismo, Género y Comunicación.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALLES, Marta Alicia. “Empleo, Discriminación, Teletrabajo y Otras Temáticas” (1999). BRUNET, Luc. “El Clima de Trabajo en las Organizaciones” (2004). DAVIS, Keith y JOHN W., Newstrom. “Comportamiento Humano en el Trabajo” (1996). PÉREZ GIL, Sara Elena. “Voces Disidentes, Debates Contemporáneos en los Estudios de Género en México” (2004).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Abril, 2009.

[41]

Nombre del Autor (es): GUTIÉRREZ LAZCANO, Arturo.

Título del Trabajo: Del Lucerito al Lucero: El Peso de Una Imagen en Sueño.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BENAVIDES LEDESMA, José Luis y QUINTERO HERRERA, Carlos. “Escribir en Prensa” (1997). DEL RÍO REYNAGA, Julio. “Periodismo Interpretativo. El Reportaje” (1994). TREJO DELARBRE, Raúl (coord.) “Las Redes de Televisa” (1991).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Enero 2009.

[42]

Nombre del Autor (es): GONZÁLEZ AMADOR, Alicia.

Título del Trabajo: Gigantes mágicos: Parque Nacional “El Chico”. Una Propuesta para el Desarrollo de la Educación Ambiental en el Estado de Hidalgo. Caso los Encinos.

Tendencia temática: Comunicación para el Desarrollo Social y Humano.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: CAÑAL DE LEÓN, P. “La Alfabetización Científica: ¿Necesidad o Utopía?” (2004). ESTEINOU MADRID, J. “Ecología, Medios de Comunicación y Educación Ambiental” (1998). HABERMAS, J. “Teoría de la Acción Comunicativa” (1987).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Septiembre, 2009.

[43]

Nombre del Autor (es): GARCIA VELZQUEZ, María Antonieta y OLVERA GARCIA, Cristal.

Título del Trabajo: Expresiones Culturales en Torno a las Muertas de Juárez.

Tendencia temática: Feminismo, Género y Comunicación.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BELLODA MIRANDA, Patricia y GARCIA Y GARCIA, Blanca. “Estudios de Género y Feminismo I” (1985). GIRARD, Agustín. “Las Industrias Culturales”: ¿Obstáculo o Nueva Oportunidad para el Desarrollo Cultural? El Futuro de la Cultura en Juego” (1982).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Enero, 2009.

[44]

Nombre del Autor (es): PERALTA MACIAS, Rosana.

Título del Trabajo: La Escuelita de Emiliano: Un Camino Hacia la Dignidad. (Reportaje)

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: WOLFE, Tom. “El Nuevo Periodismo” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Enero, 2009.

[45]

Nombre del Autor (es): FERMÍN APOLONIO, Emma.

Título del Trabajo: El Lenguaje del Fútbol: La Comunicación de los Cronistas Deportivos. (Análisis).

Tendencia temática: Discurso, Semiótica y Lenguaje.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BEDOYA, Ma. Teresa. “La Importancia de Lenguaje en la Comunicación” (1991). GARCIA, Fernando. “Aspectos Sociales del Deporte”(1990). GUTIERREZ VIDRIO, Silvia. “Ideología y Lenguaje” (2002). HERNANDEZ, M. “Fundamentos del Deporte. Análisis de las Estructuras de Juego Deportivo” (1994). PRIETO CASTILLO, Daniel. “La Fiesta del Lenguaje” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Enero, 2009.

[46]

Nombre del Autor (es): PÉREZ LÓPEZ, Laura y GUERRERO VELÁZQUEZ, Jaime.

Título del Trabajo: INEGI: Diagnostico y Evaluación de la Comunicación Organizacional del Departamento de Información y Atención al Usuario.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: LEWIN, Kurt. “Action Research and Minority Problems” (1946). TOUSSAINT, Florence. “Crítica de la Información de Masas” (1990). BENJAMIN FLANKLIN, Enrique. “Organización de Empresas: Análisis, Diseño y Estructura” (1998). ANDRADE, Horacio. “Una Década de la Comunicación Organizacional en México” (1998).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Julio 2009.

[47]

Nombre del Autor (es): TOVAR SÁNCHEZ, Carlos Alberto.

Título del Trabajo: La Idea de la Discriminación en Estudiantes de Derecho y Comunicación. Aproximaciones.

Tendencia temática: Comunicación Intersubjetiva.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: CABRUJA, Teresa. “El Discurso en la Construcción Social” (2000). DANZIGER, Kurt. “Comunicación Interpersonal” (1982).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Julio, 2009.

[48]

Nombre del Autor (es): AUSTRIA CERVANTES, Francisco Ilhuicamina.

Título del Trabajo: Pedro y Jorge: Dos Tipos de Mucho Cuidado.

Tendencia temática: Feminismo, Género y Comunicación.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: LAMAS, Marta. “El Género, la Construcción Cultural de la Diferencia Sexual” (2000). LAMAS, Marta. “El Género: La Construcción Cultural de la Diferencia Sexual” (2000). CASTAÑEDA María. “El Machismo Invisible” (2002). FUENTES HERNANDEZ, Juan. “Semiótica, Guía de Estudio” (1988). GUIRAUD, Pierre. “La Semiología” (2001). KAUFMAN, Michael. “Hombres, Placer, Poder y Cambio” (1989).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, ---, 2009.

[49]

Nombre del Autor (es): CASTILLO MARTINEZ, Alma Edith y HUERTA MONZALVO, Emmanuel.

Título del Trabajo: Pacto con el Diablo. El Principio del Fin del Mexe 2000-2008. Reportaje.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: CORTÉS, HERNÁNDEZ, MORENO Y PICHARDO. “La Educación Rural en México y la Escuela de “El Mexe” Han Cumplido 75 Años de Fructífera Vida” (2001).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca De Soto, Hgo. Enero, 2009.

[50]

Nombre del Autor (es): ROMERO DE ROSAS, Norma Iveeth.

Título del Trabajo: Reportaje. Los Medios Un Salvavidas de la Fe Católica.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: DAUJAT, Jean. “La Iglesia en el Mundo” (1996). ZIRES, Margarita. “Nuevas Estrategias Político-Religiosas” (1992).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Julio 2009.

[51]

Nombre del Autor (es): APARICIO SÁNCHEZ, Israel.

Título del Trabajo: Propuesta para la Integración del Área de Comunicación Organizacional en la Empresa Originales Caribe.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Publicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: THOMSON, Artur y STRICKLAND, A. J.. “Administración Estratégica, Conceptos y Casos” (2001). FERREL O.C y HIRT, Geoffrey. “Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante” (2001). FLEITMAN, Jack. “Negocios Exitosos” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. ---, 2009.

[52]

Nombre del Autor (es): CAMPOS CERVANTES, Adriana y FLORES PEZA, Thais Ciciolly.

Título del Trabajo: Rumbo Universitario.

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenidos de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: GONZÁLEZ, Carlos. “Principios Básicos de Comunicación” (2005). HERSH, Carl. “Producción Televisiva: El Contexto Latinoamericano” (1999). SHIRLEY, Biagi. “Impacto de los Medios” (1999). SUAREZ VEGA, Nora. “Televisión Universitaria: Historia, Estructura y Análisis de Sus Objetivos al Final del Siglo” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Marzo, 2009.

[53]

Nombre del Autor (es): CHAPARRO RANGEL, Carolina.

Título del Trabajo: Radio Mezquital: El Camino de una Radiodifusora.

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenidos de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: FIGUEROA BERMUDEZ, Romero. “¿Qué Onda con la Radio?” (1996). GARCIA ORTÍZ, Juan José. “Radios Indígenas y Pluralidad en los Medios Públicos” (2000). HAYE, Ricardo M. “Hacia una Nueva Radio” (2001). MC QUAIL, Denis. “Sociología de los Medios Masivos de Comunicación” (1972).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. ---, 2009.

[54]

Nombre del Autor (es): SERRANO VELÁZQUEZ, Juan Pablo.

Título del Trabajo: Un Relato Rockero.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AGUILAR, Miguel Ángel. “Simpatía por el Rock. Industria, Cultura y Sociedad” (1993). CAPOTE, Truman. “A Sangre Fría” (1965). GARCIA MARQUEZ, Gabriel. “Relato de Un Náufrago” (1970). MAGGIATI, Roberto. “Rock: El Grito y el Mito” (1974).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. --,2009.

[55]

Nombre del Autor (es): MORALES CERÓN, Paula Susana.

Título del Trabajo: El TLCAN: Una Oportunidad de Crecimiento Económico o Una Desventaja para la Producción en el Campo Mexicano. (Análisis de Opinión En Torno a la Última Apertura Agropecuaria que Comenzó en 1° de Enero del 2008).

Tendencia temática: Comunicación para el Desarrollo Social y Humano.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: COORDINACION DE HUMANIDADES, UNAM, (et. al). “La Sociedad Mexicana Frente al Tercer Milenio” (1999). ROMERO POLANCO, Emilio. “Un Siglo de Agricultura en México” (2002). ZERMEÑO, Sergio. “La Desmodernidad Mexicana y las Alternativas a la Violencia y a la Exclusión en Nuestros Días” (2005).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Noviembre, 2009.

[56]

Nombre del Autor (es): ALVARO FUENTES, Miriam Taide.

Título del Trabajo: El Eco de la Cultura Hñahñu. Fotoreportaje de la Comunidad de Orizabita.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: COSTA, Joan. “La Fotografía Entre Sumisión y Subversión” (1991). KOSSOY, Boris. “Fotografía e Historia” (2001). NOGUEROLA, Hugo. “Música Hñahñu en el Estado de Hidalgo” (1996). RIVAS PANIAGUA, Enrique. “Hidalgo Entre Selvas y Milpas” (1987). AMBROSIO, Felipe. “Te Ngu Ra M-Ui Ra Ñaahñu Ja Ra B-Atha De Ra B-Oot-Ahí: El Sistema de Vida de los Otomíes del Valle del Mezquital”(1982). FRANCISCO PELLOTIER, Víctor Manuel. “Grupo Doméstico y Reproducción Social: Parentesco, Economía e Ideología en una Comunidad Otomí del Valle del Mezquital” (1992).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Julio, 2009.

[57]

Nombre del Autor (es): GRANADOS PÉREZ, César Augusto.

Título del Trabajo: “La División Más Minúscula de Tamaulipas”. Crónica.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ABRIL VARGAS, Natividad. “Periodismo de Opinión” (1999). ELIAS PÉREZ, Carlos. “La Ciencia a través del Periodismo” (2003).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Diciembre, 2009.

Nombre del Autor (es): ITURBE MÉNDEZ, Eduardo.

Título del Trabajo: Elementos de los Contenidos Audiovisuales que Gratifican al Televidente de la Región Pachuca al Conformar una Barra de Programación.

Tendencia temática: Estudios de Recepción: Efectos y Percepción de la Realidad a través de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ADORNO, T. y HORKHEIMER, M. “La Industria Cultural. Iluminismo como Mistificación de Masas” (1969). FISKE, J. “Televisión Culture” (1987). FUENZALIDA, V. “Modelos de Recepción de Mensajes” (1988). GARCIA CANCLINI, Néstor y PICCINI, M. “Culturas De la Ciudad de México: Símbolos Colectivos y Usos del Espacio Urbano” (1993). KLAPPER, J. “Los Efectos Sociales de la Comunicación de Masas” (1975). DE MORAGAS, Miquel. “Sociología de la Comunicación de Masas. Tomo II” (1985). SARTORI, G. “Homo Videns: La Sociedad Teledirigida”(1998). VARELA, F.J. “Las Ciencias Cognitivas y la Experiencia Humana” (2000). WILLIAMS, R. “Sociología de la Cultura” (1994).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Febrero, 2009.

DOCUMENTACIÓN AÑO 2010

[59]

Nombre del Autor (es): HERNANDEZ GÓMEZ, Jorge Alberto.

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Título del Trabajo: “Análisis de Clima Laboral de la Secretaria de Turismo”

Autor (es) y Bibliografía recomendada: SCHRAMM, Wilbur, “La Ciencia de la Comunicación Humana” (1972)

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Diciembre, 2010

[60]

Nombre del Autor (es): NARANJO CALDERON, María Elena.

Título del Trabajo: Clima Laboral. Caso: El Centro de Atención a Clientes de Telefonía Celular (TELCEL, Pachuca).

Tendencia temática: Comunicación Organizacional, Estratégica, Relaciones Públicas y Publicidad.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ACOSTA ÁLVARES, Dariel. “Liderazgo Organizacional: ¿Cómo Diagnosticarlo?” (2004). ESCRIBANO CUEVA, Silvia. “¿Apasionarse Dirigiendo o Dirigir Apasionando?” (2006).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Octubre 2010.

[61]

Nombre del Autor (es): CORTES BUSTAMANTE, Adelbert.

Título del Trabajo: Comunicación y Vejez.

Tendencia temática: Comunicación para el Desarrollo Social y Humano.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: FUENTES NAVARRO, Raúl. “Consolidación y Fragmentación de la Investigación de la Comunicación en México, 1987-1997” (1997). HERNANDEZ GÓMEZ, M. “Algunas Consideraciones Históricas y Sociales de la Tercera Edad” (1984). JUNCOS, O. “Lenguaje y Envejecimiento” (1998). VIENNA, Miller y GEORGE A. “Nuevas Dimensiones de la Psicología y la Comunicación” (1978).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Octubre 2010.

[62]

Nombre del Autor (es): CAMARILLO ESPINOSA, Erika Lili.

Título del Trabajo: De Canal 11 a Once TV México. Una Aproximación a la Historia de la Televisión Pública en México.

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenidos de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BOURDIEU, Pierre. “Sobre la Televisión” (1997). HARTLEY, Jhon. “Usos de la Televisión” (2000). OROZCO, Guillermo. “Historias de la Televisión en América Latina” (2002).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Noviembre, 2010.

[63]

Nombre del Autor (es): VARELA ESPINO, Jonatham Said.

Título del Trabajo: Guion Documental sobre la Historia de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenido de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: POLIONATO, Alicia. “Cine y Comunicación” (**). BARROW, Erik. “El Documental: Historia y Estilo” (1996).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Febrero, 2010.

[64]

Nombre del Autor (es): VARGAS SERNA, Daniel Humberto.

Título del Trabajo: La Pahua Frondosa: Breve Historia de un Pueblo. Libro-Reportaje.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: GARCIA CASTILLO, Juan Manuel. “Andares, Relatos de mi Tierra” (2008). KAPUSCINSKI, Ryszard. “El Mundo de Hoy” (2004). ROURA, Víctor. “Cultura, Ética y Prensa” (2001).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Marzo, 2010.

[65]

Nombre del Autor (es): SPÍNOLA ARTEGA, Ricardo.

Título del Trabajo: Maestros del Cine de Horror en México.

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenidos de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AYALA BLANCO, Jorge. “La Aventura del Cine Mexicano” (1985). ROSAS RODRIGUEZ, Saúl “El Cine de Horror en México” (2003).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Febrero, 2010.

[66]

Nombre del Autor (es): NOCHEBUENA ZAMORA, Sonia.

Título del Trabajo: Panorama Electoral en Hidalgo en las Elecciones para Elegir Gobernador en 2005. Análisis de Discurso en las Columnas de los Diarios: El Sol de Hidalgo y Milenio Hidalgo.

Tendencia temática: Comunicación Política y Opinión Pública.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BALLESTEROS, Barud. "Política en Hidalgo" (2004). BARTHES, Roland. "El Discurso de la Historia" (1972). BORRAT, Héctor. "El Periódico Como Actor Político" (1989). CASTELLINI, Donatella. "Lengua, Mente y Discurso" (1997). LABARRIERE, Jean Louis. "Teoría Política y Comunicación" (1992). SANAHUJA, Sonia. "Análisis del Discurso" (2008). VAN DIJK, Teun A. "La Noticia como Discurso" (1990).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Noviembre, 2010.

[67]

Nombre del Autor (es): MÉNDEZ PEÑAFIEL, Alejandra y ZARATE VELOZ, Jesús.

Título del Trabajo: Propuesta de Guion para Cortometraje. El Caso de las Mujeres Desaparecidas y Asesinadas en Ciudad Juárez.

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenidos de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BERLO, David K. "El Proceso de Comunicación" (1977). ECO, Umberto. "Apocalípticos e Integrados" (2001). GONZÁÑEZ ALONSO, Carlos. "El Guion" (1989). OCTAVIO, Ianni. "La Sociedad Global" (1998). POLONIATO, Alicia. "Cine y Comunicación" (1998).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Octubre, 2010.

[68]

Nombre del Autor (es): OLGUÍN JIMÉNEZ, Sergio.

Título del Trabajo: ¿Tula, una de las Regiones Más Contaminadas del Mundo?

Tendencia temática: Comunicación para el Desarrollo Social y Humano.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BALLESTEROS, Víctor M. “Canto de Sol, Hidalgo Tierra, Historia y Gente” (--). CICERO, F. Pablo; CISNEROS R., Adriana y LACY T., Rodolfo. “Evaluación del Impacto Ambiental Causado por la Irrigación con Aguas Negras en el Distrito de Riego 03” (1980). JIMENEZ CISNEROS, Blanca. “La Contaminación Ambiental en México” (2001). PNUMA, UNCHS, SEDUE. “Metodología Troncal de Evaluación de Impacto Ambiental del Desarrollo Urbano del Valle de México. Versión Final.” (1984).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Junio, 2009.

DOCUMENTACIÓN AÑO 2011

[69]

Nombre del Autor (es): RIVERA, Andrés y ROMERO, Benjamín.

Título del Trabajo: Tamasili (Video Documental).

Tendencia temática: Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: No Aplica.

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Agosto 2011.

[70]

Nombre del Autor (es): ORTEGA LUNA, Laura Georgina.

Título del Trabajo: “Adolescentes e Internet: Reelaboración y Reproducción de la Identidad y Género a través de Windows Live Messenger y Hi5. Estudio de Caso”

Tendencia temática: Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: JAKOBSON, Roman. “Funciones del Lenguaje” (1956). MASTERS, WILLIAM H., E. JOHNSON Virginia, C. KOLODNY Robert. “La Sexualidad Humana. Vol. II.” (1982). GIMENEZ Gilberto. “Estudios Sobre la Cultura y las Identidades Sociales” (2007). THOMSON Jhon B., “Ideología y Cultura Moderna. Teoría Critica Social en la Era de la Comunicación de Masa” (2002).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Mayo, 2011.

[71]

Nombre del Autor (es): ROSALES VERA, Carlos Augusto.

Título del Trabajo: El Demonio que Parió la Madre Música. Ensayo Sobre la Filosofía y el Origen del Metal como Cultura.

Tendencia temática: Comunicación, Sociedad y Juventud.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: BURROUGHS, William. “Expresso Nova” (1973). CHÁVEZ PÉREZ, Fidel. “Redacción Avanzada. Un Enfoque Lingüístico” (2003). MATTUD AZNAR, Pilar. “Psicología del Género. Implicaciones en la Vida Cotidiana” (2002). RAMIREZ, José Agustín. ““Contracultura” en la Contracultura en México” (2007). WEINSTEIN, Dennna. “Heavy Metal, the Music and Its Culture” (2000)

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Mayo 2011.

DOCUMENTACIÓN AÑO 2012

[72]

Nombre del Autor (es): LINARTE GONZÁLEZ, Diana Vannesa.

Título del Trabajo: “La Vida Color Rosa: Reportaje Sobre las Consultoras y Directoras de Ventas Independientes de Mary Kay en Tulancingo, Hidalgo”

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: HAYWARD, Sue. “Liderazgo Femenino” (2006)

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Junio, 2012.

[73]

Nombre del Autor (es): ESPINOSA LUCAS, Emmanuel Román.

Título del Trabajo: El Paparazzo: Una Aproximación al Estudio del Fotógrafo de Espectáculos y Prensa Rosa.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALCOBA LÓPEZ, Antonio. “Periodismo Gráfico: Fotoperiodismo” (--). BARBERO, Jesús Martín. “De los Medios a las Mediaciones: Cultura y Hegemonía” (1987). DEBORD, Guy. “La Sociedad del Espectáculo” (1967). HOWE, Peter. “Paparazzi” (2005). MARTEL, Frédéric “Cultura Mainstream” (2010).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Julio, 2012.

DOCUMENTACIÓN AÑO 2013

[74]

Nombre del Autor (es): OLIVARES ENRÍQUEZ, Moisés.

Título del Trabajo: Rock and Blog: Un Espacio para la Cultura Underground.

Tendencia temática: Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AGUILAR RIVERO, Mariflor. “Teoría de la Ideología” (1984). EN QUÉAU, Philippe. “La Virtual. Virtudes y Vértigos” (1995). C. JONES, Steve. “Cibersociedad 2.0” (2003). LÉVY, Pierre. “Cibercultura: La Cultura de la Sociedad Digital” (2007).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Octubre, 2013.

[75]

Nombre del Autor (es): DÁVILA HIDEROA, Yurico.

Título del Trabajo: Sistema de Comunicación Sustitutivo. Transformación del Lenguaje Escrito Luego de la Aparición de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Tendencia temática: Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AGUILAR M. “Conceptos Fundamentales de la Teoría Althusseriana de la Ideología” (1984). BETTERTINO, G. Y colombo, F. “Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación” (1995). CASTELLS, M. “La Ciudad Informacional. Tecnologías de la Comunicación, Reestructuración Económica y el Proceso Urbano” (1995). CASTELLS, M. “La Sociedad Red” (2006). Galindo, Jesus. “Cibercultura. Un Mundo Emergente y Una Nueva Mirada” (2006). Jakobson, Robert. “El Metalenguaje Como Problema Lingüístico” (1988). McLuhan, Marshal. “El Medio es el Mensaje. Un Inventario de Efectos” (1980). MOUNIN, G. “Claves para la Lingüística” (1968). RICOEUR, Paul. “Teoría de la Interpretación. Discurso y Excedente de Sentido” (1999). Tabachnik S. “La Escritura en la Conversación Virtual. Para Una Retórica de la Tele-Presencia” (2009). WINOCUR, R. “Robinson Crusoe Ya Tiene Celular” (2009).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca De Soto, Hgo. Diciembre, 2013.

Nombre del Autor (es): SOTO CARRASQUEL, Estefanía.

Título del Trabajo: El Arte Como Mercancía de Cambio: Moneda del Sistema Dialógico Artista/Espectador.

Tendencia temática: Discurso, Semiótica y Lenguaje.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ABELLIDO GRANT, María Luisa. “Arte, Museo y Nuevas Tecnologías” (2001). CABALLERO GARCIA, Luis. “Museología y Museografía: Últimas Tendencias” (2004). CALABRESE, Omar. “El Lenguaje del Arte” (1985). FERNANDEZ, Justino. “Estética del Arte Mexicano” (1972). GOMBRICH, E.H. “Arte, Percepción y Realidad” (1983). HENCKMAN Y KONRAD. “Diccionario De Estética” (1992). JITRIK, Noe. “Fantasmas Semióticos: Concentrados” (2007). MOUNIN, Geroges. “Claves para la Lingüística” (1968). SCHMILCHUK, Graciela. “Museos: Comunicación y Educación” (1987). WOODFORD, Susan. “Cómo Mirar un Cuadro” (1983).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Julio, 2013.

DOCUMENTACIÓN AÑO 2014

[77]

Nombre del Autor (es): PASTÉN HERNANDEZ, Ricardo.

Título del Trabajo: “Bulbo Radio Experimental en Línea”

Tendencia temática: Historia, Producción y Contenidos de los Medios.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AMARC. “Radios Comunitarias y Contexto de Conflicto en México” (2009). CALLEJA, Aleida. “La Radio Comunitaria en México” (2005). VITORIA, Pilar. “Producción Radiofónica” (2004).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hidalgo. Enero, 2014.

[78]

Nombre del Autor (es): CONTRERAS RAMÍREZ, Elizabeth.

Título del Trabajo: El Movimiento Estudiantil de 1968. Los Primeros Pasos del Activismo Homosexual en México.

Tendencia temática: Sociedad Civil, Participación y Comunicación Alternativa.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: ALLIER, E. “El Movimiento Estudiantil de 1968 en México: Historia, Memoria y Recepciones” (2012). BRITO, A. “Prólogo: del Closet a la Calle. Para ya no Ser Menos que Nadie” (2010). MONSIVAIS, Carlos. “Que se Abra esa Puerta. Crónicas y Ensayos sobre la Diversidad Sexual” (2010).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Agosto, 2014.

Nombre del Autor (es): ROSETE PICHARDO, Erika Joselyn.

Título del Trabajo: Relato Periodístico del Movimiento Estudiantil en Chile 2011.

Tendencia temática: Periodismo.

Autor (es) y Bibliografía recomendada: AVILES SOLIS, Carmen; HERNANDEZ ORTIZ, Emanuel y HORTA, Julio. “Periodismo en México, Recuentos e Interpretaciones” (2001). COOPER, Marc. “Memorias Chilenas 1973” (2013). LECHNER, Norbert. “Estado y Política en América Latina” (1981). ROMERO ÁLVAREZ, Lourdes. “La Realidad Construida en el Periodismo. Reflexiones Teóricas” (2000).

Lugar y Fecha de la Publicación: Pachuca de Soto, Hgo. Agosto 2014.

CONCLUSIONES

“La no preocupación del conocimiento por la comprensión y transformación de la realidad social, constituye un acto de delincuencia académica e intelectual”

- *Poster difundido por estudiantes de la Escuela de Comunicación, Universidad de Sao Paulo, Brasil, 1996*

Conclusiones Generales

En la parte primera de esta investigación se revisó y describieron algunas de las características que definen a la investigación en comunicación en el contexto de América Latina y México, se mencionó a investigadores quienes han construido propuestas y reflexiones científicas y académicas para el campo de la comunicación así como los espacios ejemplares que permiten compartir y difundir los trabajos de investigación.

Todo este panorama ha servido de referente para informarnos sobre el desarrollo de la investigación y sus elementos que la configuran como actividad académica.

La actividad de investigar se vuelve importante y de necesaria atención en la motivación a nuevas generaciones por hacer investigación y por la construcción de un campo académico de la comunicación.

La clasificación de los trabajos universitario en relación a las tendencias temáticas de investigación fue interesante ya que cada trabajo pudo ser ubicado en diferentes a la vez.

A partir dicha clasificación, se concluye en términos generales que:

- Hacia los años 2007 y 2008 hubo un notable aumento en la producción de trabajos universitarios. El 2009 alcanzó en el registro un alto número de producciones con el total de 23 ejemplares.
- Con el tiempo, la producción de trabajos universitarios fue descendiendo considerablemente. En el 2010, hubo una producción de 10 ejemplares y para el 2011 se contó con 3, esto indica que hubo una diferencia de 7 trabajos menos en dichos años.
- La producción no se agota, pues hacia 2014 aumentan el número de trabajos en un 1%, esto nos permite saber, con obvia razón, que los alumnos del área académica de ciencias de la comunicación han descuidado la producción científica del conocimiento en comunicación.

Sobre el Abordaje de las Tendencias Temáticas.

La presente tesis hace algunas aproximaciones sobre las tendencias temáticas.

- 1) Las tendencias temáticas de investigación con mayor abordaje van de acuerdo a las áreas de énfasis que la licenciatura oferta. Teniendo a la alta la tendencia sobre el periodismo, seguida de la comunicación organizacional y finalmente la producción de los medios de comunicación que se relaciona con el área de énfasis de Investigación.
- 2) Evidentemente, los alumnos de ciencias de la comunicación, han puesto mayor atención al periodismo, la comunicación organizacional y producción de medios masivos de comunicación.
- 3) No hay atención es estudios sobre la cultura, la educación, o la misma investigación en comunicación.
- 4) Las tendencias temáticas de investigación como Feminismo, Género y Comunicación, y Comunicación Política y Opinión Pública que aborda el cuerpo académico de la licenciatura en comunicación de la U.A.E.H, tiene poca incidencia. En relación a este hecho, el apartado de Anexos, número IV, contiene entrevistas con cuatro investigadoras que forman el cuerpo académico de la UAEH. y quienes comparten sus tendencias temáticas en investigación.

¿Sobre qué se han hecho los trabajos?

Con un total de 16 títulos, destaca la atención a la comunicación organizacional entre los estudiantes. En ellos se ha abordado con mayor recurrencia conceptos sobre liderazgo e imagen corporativa, análisis al clima laboral en determinadas empresas/grupos y estrategias de organización para el trabajo.

La Historia, Producción y Contenidos de los Medios ha obtenido una atención importante con la adscripción de 9 ejemplares. Donde se han atendido las trayectorias históricas de periódicos nacionales como *Exelsior* y *El Universal*, el desarrollo de la producción de Canal 11, así como la propuesta de guiones y producciones radiofónicas como *Bulbo*, *Radio Experimental* a través de la web, en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

En las tendencias temáticas de Feminismo, Género y Comunicación, han abordado cuestiones sobre el estereotipo de las princesas de Disney, la participación de mujeres profesionales en los medios de comunicación masiva como el periodismo y el cine, así como tipos de expresiones culturales en torno a un fenómeno social que tienen que ver con la participación de la mujer, como ejemplo, un reportaje de Anne Lenox o de Frida Kalo²⁵.

En la comunicación intersubjetiva, se ha atendido a la Sexualidad y la comunicación en la familia. Algunos pensamientos y reflexiones sobre mitos del sexo; y formas de pensar y percibir la realidad entre estudiantes universitarios.

Sobre la realidad tecnológica y de ciberespacio que se vive en estos días, la atención sobre las Nuevas Tecnologías, Internet y Sociedad de la Información de los trabajos revisados, no necesariamente se hace sobre exploraciones del ciberespacio o sobre cómo funciona la web como medio de comunicación en el mundo actual.

Los trabajos se han orientado en el análisis de la construcción de nuevos lenguajes en las salas de chat, los cuales emplean jóvenes o comunidades de cibernautas para comunicarse. Hay también especial atención, a campañas políticas y de cómo estas se emplean el ciberespacio para posicionarse en la opinión pública de aquellos que usan las herramientas de internet como medio de información.

²⁵ Revisar Catálogo. Fichas de referencia 76 y 25.

Con menor cantidad de textos pero que se mantienen en el rango de medio abordaje, los esfuerzos intelectuales por atender la Comunicación Política y Opinión Pública, al igual que Comunicación Intersubjetiva y Discurso, Semiótica y Lenguaje, permiten reconocer las posibilidades de estudio sobre dichas tendencias.

En el caso de la Comunicación Política, los alumnos hacen sus reflexiones y análisis críticos entorno al desarrollo de la política mexicana y regional. En Discurso, Semiótica y Lenguaje, las atenciones se han orientado por el análisis de textos e imágenes en los periódicos, los mensajes publicitarios de empresas internacionales como Coca-Cola y los discursos empleados en la crónica futbolística.

Sobre las Tendencias Temáticas que no se han abordado.

Las tendencias temáticas de investigación que a continuación se presentan, no han sido abordadas y posibilitan un nuevo campo de exploración investigativa para los estudiantes del área académica de Ciencias de la Comunicación.

El abordaje a temas sobre Comunicación y Difusión de la Ciencia, la Cultura y el Deporte, carecen de atención.

Aunque no parezca trascendental en el campo de la comunicación, la educación y la comunicación han ido de la mano y está no figura en los trabajos. Entonces, la investigación en comunicación pudiera ofrecer alternativas para investigar en la educación desde la comunicación. El campo es amplio y la oportunidad de exploración igual.

La atención a las teorías y las metodologías de la comunicación ha sido un tema que a muchos de los actores del campo académico de la comunicación les abruma, y en efecto es una de las tendencias temáticas que no se abordan.

Este hecho, entre otras tantas como el poco hábito de lectura que tenemos, son razón de que se sigan empleando en investigaciones, trabajos académicos, artículos, ensayos y textos de información, aportaciones y citas de teóricos, analistas, investigadores y científicos sociales de antaño, hacer investigaciones empleando saberes del pasado, es como regar un árbol con agua que ha sido tratada y filtrada una y otra vez, crecerá poco.

La investigación nos hará libres. Recomendaciones para una posible Cultura de Investigación.

Conocer el ejercicio de la investigación permite atender y pensar en las tendencias temáticas de investigación que se han abordado en los trabajos durante el periodo 2006-2014, y que ese pensar pueda apoyar al desarrollo y participación de los estudiantes en el ejercicio investigativo.

Se tiene un bosque de árboles de tendencias temáticas en investigación del que los estudiantes en comunicación desean tomar un fruto de aquellos que les son familiares e inmediatos. Sin embargo, se debe atrever a tomar frutos de aquellos árboles que no son comúnmente explorados, saber cuáles son los beneficios del fruto, qué características tienen y lo mejor: que si son útiles para su madures profesional.

¿Por qué es importante reconocer el capital científico universitario con relación a las tendencias temáticas en investigación? Porque así, se favorecen dos cosas: por una parte, se construye una *sociedad de información universitaria* al compartir sobre qué se han hecho los estudios por parte de otros universitarios del área académica de ciencias de la comunicación.

Y por otra parte, se posibilita fomentar la *cultura de información universitaria* al presentar esta tesis como consulta y documentación de lo que se aborda en los estudios de comunicación por parte de los alumnos.

Las definiciones de *sociedad de información universitaria* y *cultura de información universitaria*, tienen base en la propuesta de Jesús Galindo Casares (1998), quien explica que una *sociedad de información* y el desarrollo de una *cultura de información* van de la mano en el campo de la comunicación y en consecuencia sobre el desarrollo de la misma investigación.

Los escenarios que con anterioridad se presentaron, son situaciones que bien podrían trazar investigaciones futuras que aborden la importancia de realizar investigación, de desdibujar la idea que es poco remunerada y hacerla más visible en el aula con la demostración de tendencias temáticas para explorar.

El urgente disipar de la idea “de que no es productivo”, investigar es posible si se explora e indaga en trabajos que otros colegas del campo y de licenciatura y que mexicanos han desarrollado, los cuales se han elaborado con entero compromiso no sólo profesional sino también social, político, económico, cultural.

El ejercicio de la investigación en comunicación no se obtiene con el optimismo de un joven investigador o estudiante para desarrollarlo en la universidad, se ocupa de un esfuerzo conjunto entre académicos, estudiantes, científicos sociales, e intelectuales quienes a través de propuestas generemos acuerdos para compartir dicho conocimiento, incluso, para compartir modos y técnicas de investigación.

Tener una cultura de información en la licenciatura de Ciencias de la Comunicación de la U.A.E.H, enriquece la conciencia del campo de las ciencias de la comunicación, dando paso a la cultura de investigación que se perfila: “como una actividad reflexiva, colectiva y dialógica entre sus militantes” (Gómez Vargas, 2008).

Si un alumno de menor grado en estudio de licenciatura mira que el de octavo o el egresado, desarrolla o desarrolló una investigación sobre la comunicación organizacional en relación a una determinada institución, existe la probabilidad de que éste se interese por el trabajo académico y así se tenga un candidato para realizar una futura investigación.

Ejemplos de que objetos de estudio se pueden abordar son los movimientos sociales, las tribus urbanas –emos, skatos, belibergirls-, o la comunidad LGTBIII, los cuales han construido y configurado la estructura y realidad social donde nuevamente la investigación hace su aparición triunfante desde el campo de la comunicación y que desde esa mirada es posible cuestionarse sobre la historia, el comportamiento, el pensamiento, o la misma producción audiovisual, escrita y oral que a través de los medios de comunicación masiva se trata de ellos.

Como se podrá dar cuenta, la comunicación no va sola por el mundo de la investigación, se mira acompañada por la participación de disciplinas científicas como la sociología, la lingüística, la antropología, la psicología social entre otras que proponen las metodologías, teorías y técnicas de investigación que posibilitan un óptimo abordaje y atención a tal o cual fenómeno, objeto o problemática que inquieta al investigador.

La actividad de investigar no se debe mirar como un ejercicio olvidado en el aula, ni como una herramienta tediosa, enfadosa y sin “acción”; por el contrario, aquellos quienes nos hemos sumado a “la militancia investigativa” sabemos y vivimos un ejercicio o actividad que dota a quien le interese de inquietantes interrogantes sobre lo social, político, cultural, etc.; agiliza la mente en el campo profesional permitiendo la constante observación y evaluación de lo que acontece día a día; y mi favorita: permite a quien la ejerce conocer su mente y ordenar las ideas.

Motivar el ejercicio de investigación en los estudiantes, pudiera desarrollar mayores competencia, habilidades e iniciativas de exploración en temas sociales y de comunicación desde un mirada científica o práctica, pues la investigación en comunicación no sólo trata de la creación de un texto con alto contenido teórico.

Por ejemplo, se puede hacer investigación y presentarla a la comunidad y sociedad, como lo hicieron los autores de la Tesis “Temasili” en 2011²⁶, quienes presentaron su tema de investigación con la presentación de un documental.

Notas Finales.

La reducción en trabajos y ánimos en investigación de la comunicación por parte de los estudiantes, es motivo de las nuevas modalidades de titulación que ofrecen las Instituciones de Educación Superior, caso concreto: el examen profesional ofertado por CENEVAL, EGEL. Dicho examen, acredita al estudiante su profesionalización y en efecto, una inmediata titulación como licenciado o licenciada en Ciencias de la Comunicación, con justa razón que el estudiante deje de lado la modalidad de titulación por tesis, monografía, trabajo universitario o proyecto de investigación.

En algunas conversaciones previas a este trabajo ocurrieron con académicos e investigadores de diferentes espacios universitarios como la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASP), y la misma Casa de Estudios; comparten que el olvido o la baja en la producción de textos o conocimiento de la comunicación por parte de los estudiantes es resultado del poco interés que ellas y ellos manifiestan al indagar o explorar un tema.

Por otra parte, y en ello hay razón, mucho tiene que ver con el pobre hábito de lectura que se tiene sobre textos de teoría y metodología que abordan y tratan el pensamiento de las Ciencias de la Comunicación. La forma de leer a Umberto Eco en novela es distinta a la de sus textos de rigor académico.

En otras discusiones, esta ocasión con las y los estudiantes de comunicación, aseguran que el problema radica en una idea – que se comparte en común

²⁶ Revisar el catálogo, ficha número 69.

acuerdo entre la comunidad estudiantil- sobre la investigación; la idea trata que la investigación en comunicación: es un ejercicio y práctica poco productiva y de menos remuneración al insertarse en el campo laboral.

Es decir, que muchos de nosotros, cuando somos estudiantes proyectamos nuestra vida profesional a una labor práctica, de “más acción”, como la producción de contenidos en medios de comunicación masiva (cine y televisión), las relaciones públicas, el periodismo, la radio o la comunicación organizacional; las cuales permiten encontrar lo más pronto posible un empleo una vez concluidos los estudios.

Otros tantos estudiantes opinan que la investigación “es para ñoños” y que quizá, aquellos que elijan esa vocación “permanecerán el resto de su vida profesional en espacios cerrados como oficinas o aulas, metidos y enteramente casados con material bibliográfico”, prácticamente, en un estado de cautiverio dentro de las Universidades o Centros de Reflexión.

Adecuadamente, tomando en cuenta las aproximaciones que esta tesis presenta, es donde actores sociales del campo académico de la comunicación como investigadores, académicos y estudiantes debemos participar al fortalecer la situación interna y externa de la investigación.

En interno pudiera ser poner atención a las metodologías y teorías que permean los estudios en comunicación actualmente, pues se aprecia, que existe una exploración mínima por parte de las nuevas generaciones de estudiantes en comunicación, me permito declarar, que se construye el presente con conceptos científicos del pasado y los cimientos del estudio futuro en lo social son frágiles.

De manera externa, la atención va en el reconocimiento de lo que se ha trabajado académica e intelectualmente en el campo de la comunicación, esto pudiera lograrse, con la participación constante en eventos, congresos y coloquios y con la publicación en artículos, libros y revistas académicas.

Finalmente, una *cultura de información universitaria*, es posible declarar que las y los estudiantes universitarios tenemos una mínima práctica en cuanto a investigación se refiere. Nos interesamos más por el flujo de datos en ciertas direcciones que construir formas sociales de encuentro y diálogo de pensamientos reflexivos sobre el contexto.

Revisamos aquello que es más comprensible o de primera mano como la información que ofrece el internet o aquello que proviene de la oralidad²⁷, más no nos interesamos por la consulta en portales académicos, visitas a bibliotecas o adquirir un determinado material bibliográfico.

A pesar de ello, siguiendo a Galindo, quien señala que debido al impacto de la modernidad, en México se transita de una *sociedad de información* a una *sociedad de comunicación*, y ello se debe “a que a algunos les llega más y a otros menos la información”, generando que el querer saber sobre lo social o sobre algo en específico, “se distribuya entre la población de manera disimétrica”.

Entre universitarios pasa algo semejante, a unos les interesa más investigar y a otros menos, “unos buscan más y otros menos”, a unos les llega más información sobre la investigación y a otros menos, y esto se manifiesta, debido a las intereses que cada estudiante tiene al profesionalizarse.

Pero ello no debe ser obstáculo para que la investigación en comunicación pierda presencia en el área académica, sería importante darse cuenta que una *cultura de información*, como declara Galindo (1998), “permite la transformación en toda la vida social, en sus valores y sus objetivos prioritarios de acción”.

²⁷ La cultura de la investigación es subordinada por otros factores, como la dependencia, el control y la indiferencia. Otro factor es que se piensa como algo que no parece útil, que no se entiende, que no tiene valor pragmático y que se manipula, se ignora o simplemente permanece aislada.

ANEXOS**ANEXO I****PROGRAMA ACADÉMICO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN****Primer semestre**

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales
001	Historia de los Medios Masivos de Comunicación	3	1	7
002	Introducción a las Teorías de la Comunicación	4	0	8
003	Taller de Guión	1	3	5
004	Lectura y Redacción	2	2	6
005	Historia Nacional y Regional	3	0	6
006	Inglés I	2	2	6
	Total	15	8	38

Segundo semestre

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales	Seriación
007	Corrientes Sociológicas Contemporáneas	3	1	7	
008	Teorías Clásicas de la Comunicación	4	0	8	
009	Taller de la Imagen	1	3	5	
010	Tipos de Texto	1	3	5	
011	Globalización e Historia Contemporánea	3	0	6	
012	Inglés II	2	2	6	006

	TOTAL	14	9	37	
--	-------	----	---	----	--

Tercer semestre

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales	Seriación
013	Psicología Social	3	1	7	
014	Metodología de la Investigación	3	1	7	
015	Teorías Contemporáneas de la Comunicación	4	0	8	
016	Taller de Fotografía	1	5	7	
017	Expresión Oral y Escrita	1	3	5	
018	Inglés III	2	2	6	012
	TOTAL	14	12	40	

Cuarto semestre

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales	Seriación
019	Marco Normativo de los Medios Masivos de Comunicación	3	1	7	
020	Métodos Cuantitativos	2	2	6	
021	Teorías de la Comunicación en Latinoamérica	4	0	8	
022	Taller de Medios Impresos	1	5	7	
023	Expresión Escénica	2	2	6	
024	Inglés IV	2	2	6	018
	TOTAL	14	12	40	

Quinto semestre

Investigación en Comunicación

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales	Seriación
025	Estructura Sociopolítica de México	4	0	8	
026	Métodos Cualitativos	2	2	6	
027	Teorías del Lenguaje y del Discurso	4	0	8	
028	Taller de Radio	1	5	7	
029	Computación para Edición de Audio	0	6	6	
030	Inglés V	2	2	6	024
	TOTAL	13	15	41	

Sexto semestre

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales	Seriación
031	Ética	2	0	4	
032	Investigación en Comunicación	3	1	7	
033	Escenarios de la Comunicación	4	0	8	
034	Taller de Medios Audiovisuales	1	5	7	
035	Computación para Edición de Video	0	6	6	
036	Inglés VI	2	2	6	030
	TOTAL	12	14	38	

Séptimo semestre

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales	Seriación
037	Seminario de Investigación en Comunicación I	4	2	10	

Tendencias Temáticas de Investigación

	Énfasis I	4	0	8	
	Énfasis II	2	4	8	
	Énfasis III	4	0	8	
	Optativa I	2	1	5	
038	Inglés VII	2	2	6	036
	TOTAL	18	9	45	

Octavo semestre

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales	Seriación
039	Seminario de Investigación en Comunicación II	2	4	8	037
	Énfasis IV	4	0	8	
	Énfasis V	2	4	8	
	Énfasis VI	4	0	8	
	Optativa II	2	1	5	
040	Servicio Social	0	32	32	
041	Inglés VIII	2	2	6	038
	TOTAL	16	43	75	

Noveno semestre

	ASIGNATURA	Horas Teóricas	Horas Prácticas	Créditos Totales	Seriación
042	Seminario de Investigación en	2	4	8	039

	Comunicación III				
	Énfasis VII	4	0	8	
	Énfasis VIII	4	0	8	
	Optativa III	2	1	5	
043	Temas Selectos	2	1	5	
044	Inglés IX	2	2	6	041
	TOTAL	16	8	40	
TOTAL DEL PROGRAMA		132	130	394	

CLASIFICACIÓN DE ASIGNATURAS POR ÁREA DE ÉNFASIS

Asignatura	Áreas de Énfasis					
	Cve.	Comunicación Organizacional	Cve.	Investigación en Comunicación	Cve.	Periodismo
Asignatura de Énfasis I	045	Teoría de las Organizaciones	048	Lingüística	051	Géneros Periodísticos Informativos
Asignatura de Énfasis II	046	Modelos de Intervención en las Organizaciones	049	Paradigmas de Investigación en Comunicación	052	Periodismo en Radio y Televisión
Asignatura de Énfasis III	047	Tipos de Organizaciones	050	Comunicación y Problemática Cultural	053	Historia del Periodismo Nacional y Regional
Asignatura de Énfasis IV	054	Comunicación Organizacional	057	Semiótica	060	Géneros Periodísticos de Opinión
Asignatura de Énfasis V	055	Estrategias de Comunicación	058	Perspectivas de la Comunicación	061	Periodismo Gráfico

Asignatura de Énfasis VI	056	Diagnóstico Organizacional	059	Comunicación para el Desarrollo Comunitario	062	Periodismo Especializado
Asignatura de Énfasis VII	063	Comportamiento Organizacional	065	Hermenéutica	067	Periodismo de Investigación
Asignatura de Énfasis VIII	064	Consultoría en Organizaciones	066	Medios, Cultura y Sociedad	068	Producción Periodística

Optativas

069	<u>Narrativa Periodística</u>
070	<u>Mercadotecnia</u>
071	<u>Producción Radiofónica</u>
072	<u>Producción Audiovisual</u>
073	<u>Corrección de Estilo</u>
074	<u>Publicidad</u>
075	<u>Comunicación Política</u>
076	<u>Periodismo Virtual</u>
077	<u>Opinión Pública</u>
078	<u>Expresión Cinematográfica</u>

En las asignaturas de **Seminarios de Investigación en Comunicación I, II y III**, se abrirán tres grupos, uno por cada área de énfasis. En éstos, el contenido es estará orientado de acuerdo al área de énfasis escogida por el alumno.

ANEXO II

Sobre los Títulos y los Directores de los Trabajos Universitarios.

<i>Nombre del Estudio/Tesis</i>	<i>Directores y Directoras de los Trabajos Universitarios.</i>	<i>Año</i>
“Voces Inocentes” Reportaje sobre Casa de la niña “María Elena Sañudo de Núñez” de Pachuca Hidalgo.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2006
Análisis de Clima Laboral de la Secretaria de Turismo	Mtra. Silvia Hortensia Rodríguez Trejo.	2010
Annie Lennox: La Diva Dramática	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009
La Vida Color Rosa: Reportaje Sobre las Consultoras y Directoras de Ventas Independientes de Mary Kay en Tulancingo, Hidalgo	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2012
Adolescentes e Internet: Reelaboración y Reproducción de la Identidad y Género a través de Windows Live Messenger y Hi5. Estudio de Caso	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2011
“Camino hacia el Infierno. Relato de un Minero”	Dra. Rosa María Valles Ruiz	2007
“Arte Teatral de un Deporte” Reportaje sobre la Lucha Libre en México.	Lic. Guillermo Lugo Rangel.	2008
Bella, Princesa Disney; Género y Estereotipos: Análisis Semiótico.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2006
“Bulbo Radio Experimental en Línea”	Dra. Sandra Flores Guevara.	2014
“El Camino del Exceso Llegó al Palacio de la Sabiduría Musical”. Ensayo Periodístico.	Mtro. Martín Gerardo Ángeles Vera.	2009
Clima Laboral. Caso: El Centro de Atención a Clientes de Telefonía Celular (TELCEL, Pachuca).	Mtra. María Elena Torres Cuevas.	2010
Comunicación Organizacional en la UAEH: Una Propuesta.	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2009
La Comunicación	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2006

Organizacional y la Publicidad como Bases para la Creación de Una Nueva Organización en Hidalgo: Publimpactos		
Cuando el Periodismo de Espectáculos Se Pintó de Rosa. Análisis de Contenido de la Sección de Espectáculos de "El Universal".	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009
Comunicación y Vejez.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2010
Comunicación Organizacional, Caso Específico: ENHIDALGO.NET.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2007
Cómo Influye la Discriminación de Género Mujer en el Clima Organización de la Delegación IMSS Pachuca.	Dra. Sandra Flores Guevara.	2009
Los Códigos Verbales y No Verbales; Caso: Los Choferes de Transporte Pesado.	Mtra. María Elena Torres Cuevas.	2008
De Canal 11 a Once TV México. Una Aproximación a la Historia de la Televisión Pública en México.	Dra. Rosa María González Victoria.	2010
Del Lucerito al Lucero: El Peso de Una Imagen en Sueño.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009
El Demonio que Parió la Madre Música. Ensayo Sobre la Filosofía y el Origen del Metal como Cultura.	Dra. Rosa María González Victoria	2011
"La División Más Minúscula de Tamaulipas". Crónica.	Dra. Rosa María González Victoria	2009
Diagnostico Organizacional de ENHIDALGO.NET.	Dra. Elvira	--
Elementos Básicos para Crear el Plan de Imagen Corporativa.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2006
Elementos de los Contenidos Audiovisuales que Gratifican al Televidente de la Región Pachuca al Conformar una Barra de Programación.	Mtro. Mauricio Ortiz Roche.	2009
"Entre Cerros y Biznagas". Foto Reportaje de la Barranca	Dra. Sandra Flores Guevara.	2008

de Metztlán.		
El Eco de la Cultura Hñahñu. Fotoreportaje de la Comunidad de Orizabita.	Dra. Rosa María Gonzáles Victoria.	2009
Los Dueños del Periódico. Oportunidades Laborales en la Prensa de Pachuca y los Egresados de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (Reportaje).	Dra. Elvira Hernández Carballido. / Lic. Manuel Toledo Molano	2008
Géneros Fetoperiodísticos.	Lic. Manuel Toledo Molano.	2008
Guion Documental sobre la Historia de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2010
El Grupo de Teatro "2+4" de la Universidad de Hidalgo. "La Verdadera Cara del Teatro Universitario" (Reportaje).	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2008
Gigantes mágicos: Parque Nacional "El Chico". Una Propuesta para el Desarrollo de la Educación Ambiental en el Estado de Hidalgo. Caso los Encinos.	M. en C. Eduardo Habacuc López Acevedo / M. en C. Manuel González Ledesma	2009
Expresiones Culturales en Torno a las Muertas de Juárez.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009
Frida Kahlo: A Tono de Lágrimas y Sangre. Relato Periodístico.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2008
La Escuelita de Emiliano: Un Camino Hacia la Dignidad. (Reportaje)	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009
El Lenguaje del Fútbol: La Comunicación de los Cronistas Deportivos. (Análisis).	Lic. Manuel Toledo Molano.	2009
Juegos y Juguetes Mexicanos. De la Tradición a la Tecnología. (Reportaje).	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2006
El Liderazgo Informal. Caso: El Sol de Hidalgo.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2007
INEGI: Diagnóstico y	Dra. Elvira Hernández Carballido /	2009

Evaluación de la Comunicación Organizacional del Departamento de Información y Atención al Usuario.	L.C.C Alina Eugenia Peniche Ortiz	
La Idea de la Discriminación en Estudiantes de Derecho y Comunicación. Aproximaciones.	Dra. Rosa María Valles / Dr. Malik Tahar	2009
Maestros del Cine de Horror en México.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2010
Los Mensajes de la Coca-Cola: Entre la Publicidad y el Discurso.	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2008
Pedro y Jorge: Dos Tipos de Mucho Cuidado.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009
Manual de Imagen Corporativa para las PYMES de Pachuca, Hgo	Mtro. Jorge Alejandro	2006
Líder y Organizaciones. Propuesta para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2006
El Movimiento Estudiantil de 1968. Los Primeros Pasos del Activismo Homosexual en México.	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2014
Mundos Híbridos. Tim Burton y Néstor García Canclini.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2008
La Mujer en Línea de Fuego. Corresponsales de Guerra.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2006
Pacto con el Diablo. El Principio del Fin del Mexe 2000-2008. Reportaje.	Dra. Elvira Hernández Carballido / Lic. Manuel Toledo Molano.	2009
La Pahuá Frondosa: Breve Historia de un Pueblo. Libro-Reportaje.	Dra. Rosa María González Victoria	2010
El Poder de la Organización. Caso: Departamento Relaciones Públicas de la Secretaría de Turismo del Estado de Hidalgo.	---	---
El Paparazzo: Una Aproximación al Estudio del Fotógrafo de Espectáculos y Prensa Rosa	Dra. Rosa María González Victoria.	2012
Propuesta de Comunicación	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2008

Interna. Caso: Movimiento Pandillas de la Amistad. Delegación Pachuca de El Espíritu Santo.		
Reportaje. Los Medios Un Salvavidas de la Fe Católica.	Lic. Guillermo Lugo Rangel	2009
Panorama Electoral en Hidalgo en las Elecciones para Elegir Gobernador en 2005. Análisis de Discurso en las Columnas de los Diarios: El Sol de Hidalgo y Milenio Hidalgo.	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2010
Relato Periodístico del Movimiento Estudiantil en Chile 2011.	Lic. Manuel Toledo Molano.	2014
Ritos y Gritos Sobre Piel. Reportaje sobre Perforaciones Corporales: Historia, Discriminación e Identidad.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2007
Resquebrajamiento de la Cooperativa EXCÉLSIOR.	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2007
Reflexión Crítica de la Propaganda NAZI DE Joseph Goebbels vs. George Bush.	Lic. Alina Peniche Ortiz.	2007
Radio Comunitaria: Surcos con Deseos de Ser Escuchados. (Radio Zacualpan: "Por el Deseo de Comunicar Cultivos").	Lic. Alina Peniche Ortiz	2008
Propuesta para la Integración del Área de Comunicación Organizacional en la Empresa Originales Caribe.	Lic. Guillermo Lugo Rangel.	2009
Rock and Blog: Un Espacio para la Cultura Underground.	Dra. Sandra Flores Guevara.	2013
Rumbo Universitario.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009
Radio Mezquital: El Camino de una Radiodifusora.	Dra. Rosa María Valles Ruiz / Dr. Malik Tahar.	2009
Propuesta de Guion para Cortometraje. El Caso de las Mujeres Desaparecidas y Asesinadas en Ciudad Juárez.	Dra. Elvira Hernández Carballido. / Dharma Ester Reyes Canchola.	2010
¿Tula, una de las Regiones Más Contaminadas del Mundo?	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009

Sistema de Comunicación Sustitutivo. Transformación del Lenguaje Escrito Luego de la Aparición de las Tecnologías de la Información y Comunicación.	Dra. Sandra Flores Guevara.	2013
XAMAGE: "Lugar Extendido y Rodeado por Uñas de Gato". Fotoreportaje.	Dra. Rosa María González Victoria.	--
El Uso de Intranet en Empleados de la Fábrica de Cementos La Cruz Azul, S.C.L	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	--
Un Relato Rockero.	Dra. Elvira Hernández Carballido.	2009
El TLCAN: Una Oportunidad de Crecimiento Económico o Una Desventaja para la Producción en el Campo Mexicano. (Análisis de Opinión En Torno a la Última Apertura Agropecuaria que Comenzó en 1° de Enero del 2008).	Dra. Angélica E. Reyna Bernal / Lic. Manuel Toledo Molano.	2009
Spots Políticos Televisivos que Inducen al Voto a Universitarios del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades (ICSHu) de la UAEH: Alianza por México (PRI-PV), Alianza por el Bien de Todos (PRD-PT-CONVERGENCIA) y PAN.	Dra. Sandra Flores Guevara.	2007
Sexualidad y Comunicación en la Familia. Estudio de Caso en Alumnos del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades. Área Académica de Ciencias de la Comunicación.	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2007
Sexo y Sexualidad. Mitos de Hoy.	Dra. Rosa María Valles Ruiz.	2008
El Arte Como Mercancia de Cambio: Moneda del Sistema Dialógico Artista/Espectador.	Dra. Sandra Flores Guevara	2013
Tamasili	Dra. Elvira Hernández Carballido. / Dra. Sandra Flores Guevara.	2011

ANEXO III

Una reseña de AMIC 2015.

Aquí haremos una breve pausa del contenido conceptual que se ha venido presentando durante el capítulo; y quiero señalar, por qué es importante y necesaria la experiencia de asistir a congresos y encuentros como los que ofrece AMIC y CONEICC, para aquellos que gustan del arte de investigar.

Cierto es, que CONEICC ofrece encuentros y congresos cada año, pero por ahora, diré que el XV Encuentro en 2010, fue mi primera experiencia de encuentro académico, y que francamente, mi capital cultural sobre la investigación y la enseñanza en comunicación era pobre y no me permitió apreciar el significado de tan importante evento como haya querido.

Sobre AMIC, afortunadamente, fueron dos los encuentros que asistí, el primero en San Luis Potosí 2014; y el segundo, en Santiago de Querétaro, celebrado en 2015.

En dichos eventos, mi capital cultural sobre investigación en comunicación había crecido y sobre los aportes científicos que hacían los investigadores mexicanos, se tenía un poco de conocimiento.

En mi perspectiva, la importancia de asistir a estos eventos radica en la cantidad de información y experiencias que uno obtiene, no solo se conocen los textos, las propuestas o los postulados del pensamiento en comunicación sobre determinado tema, también se tiene una cercanía a los autores de dichos pensamientos.

Esto da motivaciones para continuar en la exploración de la investigación en comunicación, por ejemplo, en AMIC 2014, tuve la oportunidad de conocer a Jesús Galindo Cáceres, creador y fundador del Grupo de Ingeniería en Comunicación Social (que más adelante se profundiza en esta propuesta).

Y tras una breve charla, aumentaron mi ánimo para la creación de un grupo de trabajo, no en la investigación específicamente, sino en las Ciencias de la Comunicación desarrollado en el área académica de mi licenciatura²⁸.

La doctora Elvira Hernández Carballido, investigadora sobre periodismo y feminismo, me presentó a algunos nuevos investigadores en comunicación como el investigador Juan Nadal, de la Universidad Nacional Autónoma de México y el maestro Salvador Hernández, de la Universidad de Guadalajara; quien fuera “discípulo” del investigador Enrique Sánchez Ruiz.

Sus propuestas, iban sobre la tendencia del periodismo, sin embargo, sus metodologías y sus teorías se orientaban por la Semiótica y la Hermenéutica, dos disciplinas, que no son ajenas a la comunicación, y que en aquel momento, permitían observar que ambas eran posibles en un estudio de análisis de discurso sobre los encabezados de un periódico.

Antes de asistir a AMIC 2015, el presente trabajo ya tenía un avance en exploración sobre las características de la investigación en comunicación; había dado lectura a Esteinou, Rizo, Galindo, Orozco, Trejo Delarbre, Sánchez Ruiz, Fuentes Navarro, Gómez Vargas, Toussain y De la Peza. A quienes tuve la fortuna de abordar y establecer un breve dialogo, con el objetivo de conocerlos personalmente y explorar más en sus propuestas académicas.

En el marco del XXVII Encuentro AMIC 2015, *“Historias y Aportes Sociales de la Investigación de la Comunicación en México: ¿Cuáles son los acuerdos mínimos del núcleo disciplinario?”*, se abordaron temas importantes en relación al desarrollo de la investigación en comunicación ocurrido en México.

Algo en lo que coincidían los investigadores, en algunos de los grupos de trabajo, (que en mi caso asistí al de “Comunicación para la Ciencia”), y paneles de diálogo generales al comienzo de las jornadas de trabajo en AMIC 2015; coincidían sobre

²⁸ El Grupo se denominó, Unión de Estudiantes de la Comunicación (UEC). El cual apoyó académicamente a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación a explorar, a través del estudio, áreas relacionadas al periodismo, la comunicación organizacional y la investigación.

la importancia de promover y difundir el ejercicio de la investigación en las universidades con especial atención en los alumnos.

Ante este hecho, en las conversaciones de los panelistas, quiero señalar, a modo de resumen, un aporte que me parece importante para el tema que se aborda en este trabajo; el cual proviene del investigador Raúl Fuentes Navarro, quien en el denominado panel *“40 años de investigación en Comunicación. Avances y cuestionamientos”*, enunció la percepción que tiene sobre la investigación en comunicación actualmente:

“Se deben atender seis puntos importantes en la investigación de la comunicación:

- a) Que ésta sea una investigación autónoma, en ello se requiere que el ejercicio comience a trazar sus propios pensamientos reflexivos sobre la comunicación.
- b) Que dé prioridad al trabajo de campo empírico. Es decir, que el estudio de la comunicación en México, genere un nuevo conocimiento sobre lo social, lo político y lo cultural desde la mirada de la comunicación y en lo contextual.
- c) Que la comunicación sea disciplina y no Interdisciplinar. Es decir, que la comunicación busque modos para atender los fenómenos y las problemáticas del contexto desde un punto de vista –denominó- más íntimo de la comunicación.
- d) Que haya una lucha por el reconocimiento ante las ciencias sociales y el contexto científico y social.
- e) Reconocer que hay dificultad de la profesionalización de la investigación. Pues con el continuo estudio, la investigación será posible de profesionalizar.
- f) Se debe discutir la metodología, al proponer revisiones y que se generen nuevas propuestas para abordar los fenómenos y problemáticas del contexto.

El aporte académico, es un punto importante en la experiencia de asistir a estos encuentros, pues se conocen determinadas problemáticas y discusiones que no se encuentran en un libro o texto de comunicación, es decir, se permite la reflexión del tema, en una forma más inmediata, provocando así, la intención por saber más sobre el tema.

Concluyo entonces, importante es que estudiantes comencemos a interesarnos por la asistencia a este tipo de encuentros, que acertadamente ofrecen algunas organizaciones y academias, puesto que nos formamos profesionalmente a partir de la producción de información sobre estudios en comunicación, su desarrollo y su profesionalización.

También, permite encontrarnos con investigadores de comunicación, quienes constantemente motivan a sus estudiantes en la participación de este ejercicio académico, y que además, el espacio, permite encontrar y conocer a otros estudiantes de diferentes universidades quienes están en la búsqueda y construcción del pensamiento y reflexión sobre lo comunicativo.

Saber lo que se está trabajando y construyendo académicamente en estos espacios, permite imaginar y crear propuestas que alimentan intelectualmente y que se permiten compartir, implementar y desarrollar en el área académica de nuestras universidades. Esto permite, que emerjan propuestas de grupos de trabajo y colaboraciones con otros que faciliten, a través de colaboraciones de trabajo académicos, la atención a problemáticas en colectivo.

ANEXO IV

La Investigación, una opción de vida profesional. Entrevistas con investigadoras del área académica de Ciencias de la Comunicación.

En relación, a que en esta tesis monográfica se han tratado a los investigadores mexicanos, es importante compartir las miradas, reflexiones y pensamientos entorno al arte de investigar que investigadoras del área académica de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado Hidalgo comparten a partir de breves entrevistas que a continuación se presentan.

Josefina Hernández Téllez.

La Investigación en Comunicación, es vital para la universidad, es su columna vertebral.

Durante la conversación, se apreció su entera convicción para realizar investigación con especial interés a las tendencias temáticas de mujeres, aquellas que han participado en la política, en la sociedad y en la comunicación.

Josefina Hernández Téllez, académica e investigadora, comparte que la investigación es profundizar desde una mirada y una serie de herramientas científicas validadas por las ciencias sociales para documentar, para reflexionar, para desarticular la realidad, para entender la realidad.

- ¿Cuál es su importancia en la Universidad?

Para una universidad, es vital. Es su columna vertebral. ¿Cómo podríamos hablar de cambios, de transformaciones, de propuestas? Si no partimos precisamente de ese diagnóstico, de esa temperatura que se le toma a la realidad social.

Sin embargo, en México se hace poca investigación, sobre todo social. Cuando hablan de ciencia y de recursos para la ciencia, normalmente se piensa que la ciencia atañe a las ciencias duras, que las ciencias sociales tienen menor injerencia.

Yo creo, que hoy por hoy, la realidad que vivimos a nivel global, a nivel nacional, más que nunca es vital la investigación. La reflexión sobre lo que como sociedades vivimos, los retos a los que nos enfrentamos, en comunicación: las nuevas tecnologías, lo nuevos escenarios, pues están transformando, no solo la comunicación sino el pensamiento y la percepción de uno mismo.

Entonces, esto tiene claroscuros y también tiene sombras. Sombras muy profundas, que se vienen usando ideológicamente, no para hacer de este mundo mejor, no para emancipar a los seres humanos, sino todo lo contrario: para explotarlos, para esclavizarlos y bueno, ahí está toda nuestra realidad. Temas como el narcotráfico, temas como la violencia que se vive, la censura, la persecución.

¿Cuál es el papel de los medios, cual el de las instituciones? Lo estamos viendo, realmente no hay un compromiso y una noción. Y el público, está ayuno, la sociedad toda está ayuna de reflexiones profundas, análisis, de miradas cualitativas, que trasciendan las respuestas fáciles la deducción de pensar en todo menos en lo que importa. Se requiere de un pensamiento más profundo, que la investigación te puede dar en ciencias sociales.

- En ese contexto, ¿Qué tipo de investigaciones gusta hacer?

Sobre todo la cuestión de género. La cuestión de las mujeres, todas estas carencias que se tienen si pensamos en la mitad de la población quienes son las

mujeres a nivel mundial, nacional y regional, poco se habla de cómo estamos viviendo estas realidades que nos cruzan.

La parte que más me apasiona, es la intervención de las mujeres, la forma en que participamos, la forma en que estamos paradas en este mundo.

- En ese sentido, ¿Cuáles piensa que podrían ser las razones porque un estudiante universitario debe aprender y ejercer el arte de investigar?

Es relevante, indispensable, casi obligatorio para poder egresar. Porque nos toca estudiar un área muy emblemática de este siglo, muy sintomática de las transformaciones sociales, económicas, políticas profundas. Entonces, sí la puesta de la gente que pasa por la universidad, tendría que ser: aprender a mirar, aprender a indagar, aprender a reflexionar.

Entonces es vital, y para los de comunicación, doblemente.

- ¿Qué opina sobre el desinterés que manifiestan algunos universitarios al realizar investigación?

La comunicación en un área que se ha asociado a técnicas y habilidades y hay una mala percepción sobre la importancia de la comunicación, desde la generación de conocimiento. Pareciera que los de comunicación únicamente nos pudiéramos dedicar a escribir guiones, a dirigir cámaras, a tomar fotografías, a hacer panfletos y no es eso, no es solamente lo técnico, sino lo profundo de lo técnico. Que es: ¿de qué está hecho el contenido de aquello que deberíamos estar muy pendientes?

La mala percepción, sobre todo de que las ciencias de la comunicación se desarrollan en el periodismo y este es considerado un oficio. Pronto pues, por las necesidades y la misma evolución de esta disciplina, nos damos cuenta que no solo es técnicas o herramientas para informar, sino que el informar tiene un trasfondo muy profundo, de pensamiento y de reflexión.

Entonces, se empieza a abordar un campo de estudio, que es sólido, insuficiente todavía, necesario de fortalecer y sobre todo, de seguir empujando; el estudio de las ciencias de la comunicación va más allá, es interdisciplinaria, transdisciplinaria, multidisciplinaria, pero a niveles mucho más de publicaciones y de acciones.

- Ahora bien, ¿qué opinión tiene de las modalidades que permiten la titulación, por ejemplo, la titulación cero, o el examen EGEL?

Graves las consecuencias. Precisamente, porque si hablamos de que necesitamos más solides y más profundidad en lo que estudiamos, lo que conocemos y lo que generamos, el hecho de que hoy, no haya el requisito de tesis que implica: un camino donde pones a prueba todas las herramientas de las que te apropiaste durante la carrera cuatro y medio años, imagina la calidad del trabajo.

Hay fuga de talentos en el proceso de elaboración de tesis, donde encontraban su vocación y ahora ya no tendremos que andar por ese camino, para saber si nos gusta o nos disgusta. Pareciese que nos acercamos más al hacer que al saber conocer, y eso es lamentable.

Lo que ha hecho posible los grandes cambios, ha sido el pensamiento y la filosofía, el conocimiento histórico, que dadas las influencias por banalizar la comunicación, pareciera que la comunicación nos fuéramos a los medios de comunicación masiva.

- ¿Cuáles serían algunas recomendaciones para más universitarios en comunicación, hagan de la investigación una herramienta útil en su vida profesional?

Eso es una responsabilidad de los docentes. Y si nosotros no estamos convencidos, ¿cómo podemos convencer, si no tenemos una convicción o pasión cómo podemos transmitir? Lo que dejamos de hacer, inmediatamente se refleja en nuestros estudiantes, qué podemos inducirles, qué podemos compartirles, esta convicción que nosotros no la tenemos.

Si lo único que se quiere, es que pases por la universidad para que encuentres un trabajo estamos perdidos. Yo pienso que la universidad en nuestro país ya no es para que haya movilidad social, hoy se trata de hacer del conocimiento, algo significativo, primero como persona, luego por comunidad y después como sociedad.

Rosa María Gonzales Victoria.

La idea es que adquieran pensamiento científico para comprender la realidad.

La doctora Rosa María Gonzales Victoria comparte que la investigación es:

Una actividad importante, no sólo en el área académica de comunicación, sino en todas las ciencias sociales en general. Porque, este campo joven, ha dado nuevos elementos para la producción de conocimiento, de ahí importancia, también ha dado elementos para entender y comprender a la comunicación como un proceso que requiere de una mirada interdisciplinar, que no es suficiente.

Las teorías también lo son, ya que estas, se han desarrollado en el campo de la comunicación, sobre todo se han centrado en el fenómeno de la comunicación, la llamada comunicación de masas, medios masivos de comunicación. La comunicación es un asunto más complejo.

Es importante en la universidad, porque da elementos y explicaciones que puedan comprender los fenómenos de la comunicación. No podemos quedarnos con las teorías cuando emergió el campo de la comunicación.

- Ahora, ¿qué tipo de investigaciones gusta de crear, proponer y elaborar?

Los trabajos que he hecho sobre comunicación, tienen que ver con la problemática de género.

Me ha gustado abordar cuestiones de género para entender como intervienen distintas instituciones al entender las diferencias entre hombre y mujeres, y se sabe que los medios de comunicación contribuyen de manera muy significativa en la construcción de estas ideas sobre las diferencias, es decir, lo propio de las mujeres y lo propio de los hombres.

Hice un trabajo sobre un personaje transgresor, de la reconocida historieta “La Familia Burrón” creada por Gabriel Vargas. Retomo al personaje, porque es una figura femenina que va a trasgredir lo que se supone debe ser la mujer. Abnegada, buena, bondadosa, lo tradicional.

Dije, “voy a buscar, ¿Quiénes se están identificando con este personaje? ¿Qué les parece en relación a las ideas que les han querido imponer sobre cómo se debe ser mujer? “; También quise saber qué hay con los lectores asiduos, cómo se identifican, que piensan de la actitud y el pensamiento de este personaje.

Lo inicié porque entre los trabajos académicos que leí antes de hacer la investigación, encontré uno de Monsivais, quien decía que este personaje es un pícaro vestido de mujer, y eso llamó mi atención. De ahí hice un análisis del personaje y luego entrevisté a algunos lectores y lectoras de la historieta para que me dijeran cómo veían al personaje.

En el doctorado, hice un trabajo sobre qué idea se tenía acerca de ser hombre o ser mujer, entre hombres y mujeres que yo consideré como conservadores y transgresores.

Los conservadores eran de la iglesia católica y los transgresores de la diversidad sexual. Los resultados me dejaron sorprendida, pues hay ideas que comparten y otras las critican.

- En ese sentido, ¿Cuáles serían las razones de por qué un estudiante universitario debe aprender y ejercer el arte de investigar?

Es importante que se cultive la investigación en los estudiantes, que vean, sepan y aborden sus conocimientos dependiendo del tema. La idea es que aprendan a aplicar los conocimientos teóricos a algo práctico, a la realidad.

Entonces, es importante para que no crean que lo teórico se queda aquí. Lo teórico es importante, es como ponerte unos lentes, esta es la teoría, y con esos lentes miras un problema, miras con los lentes del marxismo, lenismo, entre otros, los fenómenos de la comunicación que ocurren a tu alrededor.

- En ese sentido, ¿qué opinas sobre el desinterés que manifiestan los estudiantes para realizar investigación?

En gran parte, se les dificulta adaptar un concepto para explicar aquello que se cuestionan, y es también, sobre la lectura que hace de lo que quieres investigar.

El hecho de indagar, no es algo que se les da a todos y en ese sentido se debe elegir un tema que interese mucho. Solemos mucho culpar a los otros de algo, y no asumir responsabilidades. Yo creo que también, no hemos sabido cómo atraer a los estudiantes hacia la investigación. Cómo facilitarles o mostrarles que la investigación no es cosa de otro mundo.

Entonces, nos ha faltado darles ejemplos sencillos, ejemplos cercanos, que vean la importancia de la investigación. Darles herramientas que puedan explicarse realidades.

- Existen modalidades para obtener el título universitario como la “titulación cero” o el denominado examen EGEL. Esto genera, que hacer un trabajo académico quede como última consideración. Ante esta situación, ¿qué opinión tienes sobre ello?

El CENEVAL, elabora exámenes donde los alumnos expresan sus conocimientos en algo práctico, la tesis logra articular la teoría para explicar una realidad. Y de esa manera el EGEL subsana esa parte.

Cuando no estaba la titulación por examen, estaba la titulación por promedio y por tesis. ¿Imagínate quienes se titulaban por tesis? los que no tenían excelencia académica, aquellos de promedio mayor a nueve se titulaban por promedio. No hacían tesis.

Ahora es obligatorio el EGEL y lo deben pasar.

- Finalmente, algunas recomendaciones para que estudiantes en ciencias de la comunicación, hagan de la investigación una herramienta útil para su vida profesional.

Es complicado, porque, uno les platica las experiencias y son poquitos a quienes les llama la atención. Son pocos los alumnos, que se dan cuenta de que hacer investigación les gusta, de que pueden adentrarse, pueden buscarle, cómo convertir algo que les gusta en un problema de investigación.

En ese sentido, el querer investigar, debe ser algo que te apasiona, que sabes del tema y cuando lo lees, lo lees porque te gusta. Así, uno sabe más, y así, se adentra al tema.

Elvira Hernández Carballido.

La investigación, es algo que tiene vida, es algo que puede transformar maneras de pensar, de ser y hasta de actuar.

Doctora y convicción feminista, de gran talento en la investigación, coparte qué significado tiene este ejercicio académico: Pienso que es un espacio que ha logrado hacer teoría, que propone categorías, que da elementos para analizar la realidad social, donde la comunicación es lo significativo y es lo que nos interesa.

La investigación, mucho tiene que ver con los medios de comunicación masiva, pero también, aborda la manera en que los seres humanos en un contexto social estamos comunicando. Aporta conocimientos para comprender lo que se estudia en nuestra sociedad.

- En ese sentido, ¿Qué tipo de investigaciones gusta de crear, proponer o elaborar?

Historia del Periodismo, es algo que me gusta mucho hacer, enfocado al periodismo y a la condición de las mujeres y género, es a lo que me he dedicado.

Florence Toussaint, fue la mujer que me ha motivado para abordar el tema de las mujeres, las mujeres periodistas. La propuesta fue interesante, ya que cuando hice mi tesis de licenciatura, que por cierto existía poco material al respecto, fui de las que se aventuró a construir un trabajo académico sobre esa temática y que nos diera elementos, para identificar a las mujeres en un oficio tan importante como el periodismo.

- ¿Cuáles son las razones, de porque un estudiante de licenciatura debe aprender y ejercer el arte de investigar?

La investigación, es algo que tiene vida, es algo que puede transformar maneras de pensar, de ser y hasta de actuar. Que si eso lo vamos sumando, se logra una transformación social.

- En ese sentido, ¿Qué opinión tiene sobre el desinterés que manifiestan algunos estudiantes al realizar investigación en comunicación, cuáles pudieran ser las razones?

Pienso que el ejercicio de investigación no es algo que pueda realizar un estúdiate solo y su alma, pienso que sí necesita de un acompañamiento y ahí va nuestro compromiso como profesores.

Nosotros como profesores y profesoras, deberíamos suavizar las materias, para darles nombres más cercanos y comprensibles a los alumnos. Entonces, hablar de

metodología, pudiera ser, hablar de tal o cual tema de investigación; cuáles son algunas preocupaciones que pudieran estudiarse, y claro, en mi caso lo intento, que empiecen a sentir y compartir sus inquietudes y luego atenderlas con la herramienta de investigación.

También, todo esto se logra, a través de la lectura, de la responsabilidad, de estar en clases, de cuestionar, de ver. Y de presionarnos nosotros, porque también luego cae uno en un ritmo que ya no trabajas como debería.

- En este contexto, desde su perspectiva. Algunas recomendaciones para que estudiantes en Ciencias de la Comunicación, hagan de la investigación, una herramienta útil en su vida profesional.

Principalmente, estoy segura de que hay que motivar a los alumnos a que la vea con pasión. Que sus resultados, llenan y se disfrutan. Por ello me gusta llevarlos a las conferencias, compartirles trabajos académicos de otros investigadores. De ahí, sale un texto que lo empiezas a leer y lo hace el alumno, te sorprende y por supuesto te motiva.

La posible recomendación sería: no tenerle ese rechazo o prejuicio a la investigación. Miras el plan de estudio y dices: ¡Ay que horror! De ninguna manera, eso hay que olvidarlo, mi recomendación es romper esos mitos, esos prejuicios.

Rosa María Valles Ruiz.

La investigación, es una opción de vida.

Académica, investigadora y jefa de área de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, comparte su perspectiva sobre la investigación en comunicación, al considerar que:

Siempre va a haber. ¿Para qué investigar? Porque se tiene curiosidad de saber lo que no sabes, porque quieres profundizar en algo que sabes un poco, y todo ello, deriva en acciones que tienen que ser: buscar e indagar.

Por supuesto, también está el enorme gusto y placer de creérmela como investigador o investigadora. A aquellos que no les gusta la aventura, no van a poder investigar.

- Platíquenos, ¿qué tipo de investigaciones gusta de crear, proponer y elaborar?

Nosotros conocemos de manera muy general, la historia, por ejemplo: sabemos de Felipe Ángeles, pero no sabemos nada del papel que desempeñó la esposa de Felipe Ángeles, Clara Krauss. ¿Fue una persona preparada? ¿Tuvo alguna intervención con su esposo? ¿Qué paso con ella?

Entonces, de los trabajos que he hecho, trato de rescatar mujeres que hayan desempeñado un papel importante, hablo del concepto de significado social, no hablo porque sea una persona importante o porque es famoso. No, yo hablo de sus aportaciones a la sociedad, finalmente que queda del paso de los seres humanos por la vida.

Sobre los medios de comunicación, analizo el discurso de los medios de comunicación. Ningún discurso es ingenuo, hay discursos de todo tipo, hay científicos, políticos; pero tienen una intencionalidad. Y hay una metodología de análisis del discurso que yo la trabajo. Y dentro del ámbito de Género, estoy haciendo historias de vida.

También comparto que el primer libro que sacamos como cuerpo académico y del área de comunicación, fue sobre el discurso de los medios de comunicación. Es una análisis de discurso de cómo manejaron la información y la opinión pública, los periódicos en las elecciones para gobernador en 2005.

- Ante ese panorama que comparte, ¿Cuáles serían las razones de por qué un estudiante universitario debe aprender el arte de investigar en su vida académica?

Porque es una opción de vida. Uno como profesor dentro de su vida académica, debe compartir con los estudiantes lo que ha podido hacer, lo que ha conocido y ellos tienen que decidir si les interesa la investigación.

Es una manera también, de aportar. Porque se comparte algo que parece pequeño, pero se indaga en lo que es, lo que se aprende, lo que se genera y porque esto es apasionante y crea algo mayor.

- En ese sentido, ¿Cuáles pudieran ser las razones porque algunos estudiantes manifiestan desinterés para realizar investigación?

Son varias, en comunicación hay muchos estereotipos. Si prenden la televisión abierta y están viendo a los conductores y creen que son los mejores cuando realmente no lo son sino que son los más expuestos porque están viendo la imagen y porque lo repiten. Tienes el nombre, todos los días. Entonces, pasa que muchos dicen: “Si yo estudio comunicación, yo voy a ser conductor del mejor noticiero de Hidalgo o el mejor noticiero de México, y voy a ser el más conocido y el más famoso”.

Todo eso, es una falacia. Porque solamente algunos, no necesariamente por preparación, no es cierto que todos lo mejores sea que están en mejores posiciones ni están mejor preparados ni son los que mejor ganan. Porque pese a que estamos en el ámbito académico, donde se privilegia la educación, también tenemos que ubicarnos que un país como el nuestro, tiene muchas deficiencias y fallas en su estructura, y resulta que llega a conducir un programa fulano de tal, es el hijo de mengano de tal. Y si el mengano de tal, es un empresario muy poderoso o cercano a un político influyente, el que llega no es el que más preparación tiene.

Pero siempre se buscará a quienes tengan preparación, siempre tendrá que buscar a los preparados. El hecho de aprovechar la universidad, el hecho de ser lector empedernido, eso hace el plus.

También otra cosa, se supone que hidalgo es uno de los estados más pobres y la situación de cada alumno no la conoce uno a fondo, conoce uno las cifras grandes, pero si uno pudiera meterse a las circunstancias de cada quien, uno podría comprender porque no les interesa la investigación. Porque dicen: “Quiero pasar el EGEL, porque es obligatorio, aprobarlo, llevar mi currículum, y adaptarme al campo laboral”.

Entonces son muchas las razones. Una, el brillo de aparecer, de escuchar su voz en radio; segunda, su propia situación personal que nos obliga a entrar a trabajar ya con licenciatura y para independizarse.

- Hablando de EGEL, ¿Qué opinión tiene sobre las modalidades de titulación, que hacen que el alumno, deje en última consideración realizar un trabajo académico?

Por un lado el empleo de ello les ha facilitado la titulación, y se valora un esfuerzo de nueve semestres. Durante ese tiempo, ya han decidido para donde se quieren ir, y si se quieren ir a la investigación, van a querer hacer un trabajo de investigación.

Eso les sirve muchísimo porque es como su entrada para luego la maestría, y luego el doctorado, es un proyecto de vida, una opción.

- En ese sentido. Algunas recomendaciones para que estudiantes en Ciencias de la Comunicación, hagan de la investigación una herramienta útil en su vida profesional.

Por ejemplo, con el rediseño, se modifican algunas cuestiones y se introducen algunas que tienen que ver con las nuevas tecnologías, y otras con la investigación. Y es que, desde primer semestre se les va a ir orientando, sobre la investigación, lo que es, sobre temas, y en ese sentido para ello va servir.

El rediseño va a apoyar el gusto en muchachos que quieran investigar y que les sirva como herramienta profesional.

¿Sólo para hacer un trabajo? No, de ninguna manera, también para elaborar un buen reporte en un trabajo. Si no sabes organizar, debes presentarlo bien. Tu director o jefe, te pide que hagas determinada actividad en el trabajo. Él no te dará todo, tú debes investigar, así que debes presentarlo bien.

BIBLIOGRAFÍA.

BORDEN, G. y STONE, J. (1982) "La Comunicación Humana" El Ateneo, Buenos Aires.

BOURDIEU, Pierre. (1997) "Espacio social y campo de poder". Anagrama, Barcelona.

- "Los usos sociales de la ciencia" (2000). Buenos Aires, Nueva Visión.

CIESPAL. (1995). "Enseñanza de periodismo y medios de información colectiva". Quito.

CONEICC. (2008). "Estatuto CONEICC"

DE LA PEZA, Carmen y SOLIS, Beatriz. (1990) "La investigación académica en la educación superior" Universidad Autonoma Metropolitana Xochimilco. México.

DE LA TORRE VILLAR, Ernesto y NAVARRO DE ANDA, Ramiro. (1982). "*Metodología de la Investigación. Bibliográfica, Archivista y Documental*". Ed. McGraw Hill.

DE MORAGAS SPA, Miquel. (1982) "Sociología de la comunicación de masas". Barcelona.

- "Interpretar la Comunicación. Estudios sobre medios en America y Europa" (2011).

FELAFACS (1992) "*Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*".

FUENTES NAVARRO, Raúl (1993). "Los habitantes del campo académico" ITESO, Universidad de Guadalajara.

- *“La Emergencia de un Campo Académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México”* ITESO, Universidad de Guadalajara. (1998).
- *“La renovación del proyecto social de la formación universitaria de profesionales de la comunicación”*. ITESO, Universidad de Guadalajara. (2001).
- *“La Ética desde y más allá de la T.V”*. ITESO, Universidad de Guadalajara. (2002).
- *“Sistematización Documental 1995-2001: La Investigación Académica sobre Comunicación en México”*. ITESO. Universidad de Guadalajara. (2003).
- (coord.), RAMIREZ Y RAMIREZ, Karla Margarita, TORRE ESCOTO, Gabriela de la, *“Producción, Circulación y Reproducción académicas en el campo de la comunicación en México”*. (2010).

GALINDO CÁCERES, Luis Jesús. (1998) *“Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación”*. Addison Wesley Longman. México.

- *“Hacia una comunicología posible”* Universidad Autónoma de San Luis Potosí, San Luis Potosí (2005).
- *“Cien libros hacia una comunicología posible. Ensayos, reseñas y sistemas de información”* (2005).
- *“Historia de la Comunicología Posible: Las fuentes de un pensamiento científico”*. Universidad Iberoamericana Puebla-León. (2008)
- *“Comunicología Posible. Hacia una ciencia de la comunicación”* (2011).

GARCIA CANCLINI, Néstor. (1990). *“Culturas Híbridas, Estrategias para entrar y salir de la modernidad”* Grijalbo. México.

GLASS, Glane. V. (1976). *“Primary, secondary, and meta-analysis of reserch”*. Ed. Educational Researcher 5.

LEÓN DUARTE, Gustavo A. (2007). *“Sobre la institucionalización del campo académico de la comunicación en América Latina. Una aproximación a las*

características estructurales de la investigación latinoamericana en comunicación”.
Universidad de Barcelona.

LUCRECIO (2012) “De Rerum Natura. De la Naturaleza de las Cosas”. Editorial
Acanalado. Barcelona.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. (1987) “De los Medios a las Mediaciones:
Comunicación, Cultura y Hegemonía” Ed. Anthopos.

MATTELART, Armand. (1996) “La Comunicación Mundo. Historia de las Ideas y
las Estrategias” Ed. Siglo XXI.

PAUL-LAURENT, Assoun. (1998) “La Escuela de Francfort ¿Qué sé?”.

PINEDA, Migdalia. (2004). “Las ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI”.
Maracaibo. EDILUZ.

RIZO GARCÍA, Marta. (2012) *“Imaginario sobre la Comunicación. Algunas
certezas y nuevas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy”*.
Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universidad Autónoma de Barcelona.

VASSALLO DE LOPES, M. Immacolata y FUENTES NAVARRO, Raúl. (2002)
“Comunicación, campo y objeto de estudio”. ITESO, Guadalajara.

Artículos.

IGARTUA, Juan José. (2012). “Tendencias actuales en los estudios comunicativos en
comunicación”. *Comunicación y Sociedad*, Núm. 17. Enero-Junio 2012. Pp.15-40
Universidad de Guadalajara, México.

FUENTES NAVARRO, Raúl. (1999). “La investigación de la comunicación en
América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI”. *Diálogos de la
comunicación*, Núm. 56, pp. 52-68. Lima: FELAFACS.

- Maestrías en Comunicación en México: análisis comparativo de sus perfiles de producción y reproducción académica. *Comunicación y Sociedad*. DECS Universidad de Guadalajara, Núm 14. (2010a)
- Medio Siglo del estudio universitario de la Comunicación en México: El riesgo del inmediatismo superficial. Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación, México. Vol. XVII. (2010b).
- 50 años de investigaciones de la Comunicación en México: Un recuento descriptivo de la producción publicitaria. *Intercom. Revista brasileña de Ciencias de la Comunicación*. Vol. 34. Núm. 1. (2011b)
- La documentación académica y la producción del conocimiento en ciencias de la comunicación. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. Sao Paulo: Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Núm. 2. (2005).

GALINDO CACERES, Jesús. (2004) "Comunicología y Comunicometodología. Primera guía de apuntes sobre horizontes de lo posible". *InTexto*, revista del posgrado en comunicación de la Universidad Federal de Río Grande do Sul. Núm. 8. Enero.

GAVASSA, Edmundo. (1997). "Alternativa, desarrollo y comunicación colectiva en América Latina". Quito, CIESPAL.

GÓMEZ VARGAS, Héctor. (1998). "El campo académico de la comunicación y sus reflexividades regionales". *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Vol. IV. Núm. 8. Universidad de Colima.

LEÓN DUARTE, Gustavo A. (2002) "Teorías e Investigación de la Comunicación en América Latina. Situación Actual". *Ámbitos*, núm. 7.

- *"Características estructurales de la producción ALAIC. Una aproximación al conocimiento comunicativo del GT-17"* *Comunicación y Sociedad*. Núm. 6. (2006).

“Estrategias y prácticas científicas de la investigación en comunicación: las contribuciones de la ELACOM. Sphera pública: revista de ciencias sociales de la comunicación. Núm. 1. (2007).

MARQUES DE MELO, José. (1992). “La Comunicación en Cataluña, Impresiones de un investigador Brasileño”. Telos, Núm. 30.

ORDÓÑEZ, Marco. (1963). “El desarrollo económico y social del ecuador y los medios de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios”. Buenos Aires, Universidad de la Plata.

PALÁU CARDONA, Sofía. (2008) “La Transdisciplinariedad en los estudios de medios de comunicación en México”. Global Media Journal, vol. 5, núm. 10.

PEREIRA, J. Miguel. (2005). “La comunicación, un campo de conocimiento en construcción. Reflexiones sobre la comunicación social en Colombia”. Investigación y Desarrollo, Vol. 13, Núm. 13.

RUSSELL, Jane. M. “La comunicación científica a comienzos del siglo XXI”. (2002).

TORRICO VILLANUEVA, Eric. (2000) “Eventos. Cochabamba fue Sede de la Más Grande Reunión Académica sobre Comunicación”. Bolivia Organizará el VI Congreso Latinoamericano de Investigaciones en comunicación.

TREJO DELARBRE, Raúl. (1991). “Comunicación y ciencias sociales en México y América Latina”

WOLF, Mauro. (1997). “Los Emisores de Noticias en la Investigación sobre Comunicación Zeñ”. Revista de Comunicación. Universidad del País Vasco. No. 3. Noviembre, 1997.

Revista Razón y Palabra.

ESTEINOU MADRID, Javier. (1998) *“La Investigación de la Comunicación en Tiempos Neoliberales”*. Número 11.

- “El Impacto del pensamiento de Armand Mattelart en la Academia de comunicación mexicana”. ITES, Mexico, Núm. 22. (2001).

GARCÍA, José Luis. (2004) *“De Cómo un Comunicador Entra en Disonancia por el Ruido”*. Número 40.

GÓMEZ VARGAS, Héctor. (2007) *“Estratos del Tiempo y Velocidad. La Comunicación que Hemos Conocido, la Comunicación Posible”*. Número 57.

LEÓN DUARTE, Gustavo A. (2008). “ELACOM. Referente histórico y conquista de la hegemonía en el pensamiento latinoamericano de la comunicación” Núm. 61.

Videografía.

PortalCOM TV

- “Entrevista con Néstor García Canclini” (Mayo, 2015).
- “Entrevista con Guillermo Orozco” (Agosto, 2014).
- “Conversación entre Giuseppe Richeri y Miquel de Moragas” (Mayo, 2014).
- “Marta Rizo García, presentación de libro ‘Imaginaris sobre comunicación’” (Diciembre, 2012).
- “Entrevista a Carlos Lozano: La investigación empírica, necesidad y utilidad en América Latina” (Mayo, 2012).
- “El estado de la Investigación y retos del futuro” (Dialogo entre Raúl Fuentes Navarro y Miquel de Moragas). (Febrero, 2012).

PENSDORES. CO

- “Jesús Martín-Barbero habla sobre sus orígenes” (Septiembre, 2014).

- “Jesús Martín-Barbero sobre los pensadores que más lo han influenciado” (Septiembre, 2014).
- “Jesús Martín-Barbero: Conceptos clave en su obra” (Septiembre, 2014).

CIESPAL

- “Miquel de Moragas Cátedra UNESCO de Comunicación 2013” (Mayo, 2014).
- “Jesús Martín-Barbero y Miquel de Moragas, Catedra UNESCO de comunicación 2013” (Abril, 2014).
- “El estatus de la Investigación en México” (Dialogo entre Jesús Galindo, Alejandro Byrd Orozco) (Marzo, 2011).
- “Conferencia ‘Ingeniería, Cultura y Comunicación’” (Agosto, 2014).

Webgrafía.

- Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación. A.C, (Página Web) amicmexico.org. (20 de Enero, 2015)
- Revista Infoamericana de Comunicación. (Documentos Web) infoamerica.org. (30 de Mayo, 2015.)
- Página del Investigador Miquel de Moragas Spá. miqueldemoragas.es (9 de Julio, 2015)
- Consejo Nacional para la Enseñanza de la Investigación de la Comunicación (Página Web) coneicc.org.mx (12 de Febrero, 2015).