

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

RI Arévalo-Martínez, R Del Prado-Flores, RT Ramírez-Beltrán (2016): “La formación institucional de investigadores en comunicación y la alfabetización mediática. El caso del Doctorado en Investigación de la Comunicación”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 800 a 817
<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1121/41es.html>
DOI: [10.4185/RLCS-2016-1121](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1121)

La formación institucional de investigadores en comunicación y la alfabetización mediática. El caso del Doctorado en Investigación de la Comunicación

Institutional Education of Communication Researchers and Media Literacy. The case of the PhD in Communication Research

Rebeca-Illiana Arévalo-Martínez [CV] [ ORCID] [ GS] Universidad Anáhuac, México - rebeca.arevalo@anahuac.mx

Rogelio Del Prado-Flores [CV] [ ORCID] [ GS] Universidad Anáhuac, México
rogelio.delprado2@anahuac.mx

Rafael-Tonatiuh Ramírez-Beltrán [CV] [ ORCID] [ GS] Universidad Anáhuac, México
rramirez@anahuac.mx

Abstract

[ES] **Introducción.** El artículo analiza la pertinencia y necesidad de educar a nivel posgrado a los futuros investigadores de la comunicación en México, en algunas áreas como los procesos educativos con la incorporación de aspectos digitales utilizándolos en el mismo proceso formativo. **Metodología.** Se explora el contexto geopolítico y los estudios de campo y teóricos que le dieron origen, y por medio de una investigación cualitativa se evalúa cómo la variable de la alfabetización mediática y sus repercusiones en las nuevas características ciudadanas, se ha manifestado como un síntoma imprescindible curricular. **Resultados y discusión:** Una de las principales competencias requerida en un investigador de la comunicación es el manejo de la tecnología y la innovación. Por lo que se ha hecho necesario incorporar la alfabetización mediática como contenido en los seminarios, como objeto transversal en la formación de los investigadores, así como en la producción de nuevas certezas científicas en comunicación.

[EN] **Introduction.** The article analyzes the relevance and the need to educate, at a graduate level, future researchers in communication in Mexico, in areas such as educational processes and incorporating digital tools into the education process itself. **Methodology.** The geopolitical context is explored along with the field and theoretical studies that gave rise to it. Also, a qualitative research evaluates how the media literacy variable has emerged as an essential curricular symptom, and its impact on the new

characteristics of citizens. **Results and Discussion:** One of the primary skills required in a communication researcher is the efficient management of technology and innovation. This has required the incorporation of media literacy as content in seminars, as a transversal object in the education of researchers, as well as in the production of new scientific advances in communication.

Keywords

[ES] Doctorado; Comunicación; Investigación; Tecnología; Formación; Alfabetización mediática.

[EN] PhD; Communication; Research; Technology; Training; Media Literacy

Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Método. 3. Resultados. 4. Discusión y conclusiones. 5. Referencias.

[EN] 1. Introduction. 2. Method. 3. Results. 4. Discussion and conclusions. 5. References.

Translation by **María Elena Sánchez-Salazar** (Professional translator) and **Rebeca Arévalo** (PhD in Applied Communication - Universidad Anáhuac)

1. Introducción

En 1989 los investigadores mexicanos Enrique Sánchez Ruiz y Raúl Fuentes Navarro realizan un diagnóstico general sobre el estado de la investigación en Comunicación en México al que titulan “Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México”. En este se consigna la triple marginación de los estudios de la comunicación: “La investigación de la comunicación es marginal dentro de las ciencias sociales, éstas dentro de la investigación científica en general, y ésta última a su vez entre las prioridades del desarrollo nacional” (Sánchez y Fuentes, 1989: 12). Posteriormente se sumó otra marginación más: la del propio campo profesional, en donde la investigación científica no es prioritaria en los currículos de las más de mil universidades en las que imparten la carrera de comunicación (Rebeil, 2009). Fuentes (2007), 18 años después de este primer diagnóstico, realiza una nueva investigación en el que actualiza la interrogante a la luz del avance de la comunicación en México. Concluye que hay números positivos que indican que se está remontando el rezago, sin embargo: “Seguiremos rezagados (en la investigación en comunicación), todavía por mucho tiempo, en cuanto a la solvencia metodológica y la consistencia epistemológica, así como en cuanto a la legitimidad social y la identidad científica de la investigación de la comunicación” (Fuentes, 2007: 43). Para combatir este rezago y la subsecuente marginación, corresponde una adecuada formación de investigadores. Ésta se puede lograr a partir de los estudios de posgrado, que construyan una visión amplia de lo que demanda la comunicación hoy como disciplina científica, que colabore a la conformación de una mirada interdisciplinaria en el tratamiento de sus objetos de trabajo.

El diagnóstico general señala que en términos formativos, la disponibilidad de la información en internet contribuye a que el conocimiento esté descentralizado, con el apoyo de la tecnología ha cambiado la forma en que investigadores y profesores involucran a sus alumnos (Greenhow, Hughes & Robelia, 2009), haciendo más operativa la colaboración (Stephens, Wedaman, Freeman, Hicks, Matthews-DeNatale, Wahl & Spiro, 2014). Estos cambios afectan los modos en que se asimila los significados

gracias a la secuencias de actividad conjunta (Coll, 2004). Así, se construye una cultura participativa que responde a una triada entre contenidos, actividad de aprendizaje y mediante las TIC (Culver & Jacobson, 2012). La alfabetización mediática y la ciudadanía digital son temáticas que necesitan un abordaje científico dado que se logran como parte de una práctica social y cultural y por medio de iniciativas de educación (Livingstone, Van Couvering & Thumim, 2008), y han adquirido soberanía y notable visibilidad en la investigación en comunicación como lo demuestra el resultado del estudio cualitativo que aquí se presenta.

Sin embargo, las preguntas que surgen son: ¿Cuáles son los avances curriculares y no escolarizados más importantes para los procesos de alfabetización mediática en Latinoamérica? ¿Cuáles son los cambios en la forma de construir la ciencia desde las TIC y cómo se integran estos saberes en la ciudadanía?

La demanda de hacer frente a éstas y otras temáticas y la urgencia de generar andamiajes epistémicos que cubran estos problemas en la región, se han manifestado en diversos programas de posgrado en comunicación. De eso pretende dar cuenta este estudio. Existe una necesidad conjunta de generar conocimientos rigurosos y pensar en la formación de investigadores en comunicación que tengan las capacidades y las competencias para realizar indagaciones básicas, de traducir sus resultados en acciones comunicativas racionales, ética y técnicamente fundamentadas con un enfoque geopolítico, que incorporen la variable digital a este proceso. Lo anterior es relevante, porque lo que se pretende detonar es personas autónomas y críticas para enfrentarse a los medios y las tecnologías de información y comunicación (Pérez & Delgado, 2012), que cuenten con una competencia mediática que integra el análisis crítico de lenguaje, tecnología, percepción, producción y difusión, ideología y estética (Gonzálvez, González & Caldeiro, 2014). Es una competencia indispensable en esta sociedad de prosumidores mediáticos (García-Ruiz, Ramírez-García & Rodríguez-Rosell, 2014), donde se debe capacitar al ciudadano para que reflexione de manera crítica tomando conciencia de las emociones derivadas de las imágenes (López & Aguaded, 2015).

No es menor nuestro propósito: el sistema digital se ha convertido en el sustento material para todos los códigos diversos lenguajes: verbales abstractos, icónicos, matemáticos, musicales, y digitales, desarrollado por todas las culturas humanas. Esta base tecnológica tiene un alcance universal y su despliegue como prácticas diversas en la sociedad está en un nivel incipiente, cuyas transformaciones constituyen un sistema tecnológico cualitativamente diferenciado con capacidades que exigen la conceptualización y formulación de aplicaciones que sean guiadas por criterios de racionalidad y eticidad (Montoya, 2015).

La magnitud de estas transformaciones es incluso de un mayor alcance al de la invención de la escritura, en virtud de que la convergencia digital puede albergar cualquier forma de lenguaje y mediación entre los procesos humanos de comunicación con el entorno tecnológico creado por los propios seres humanos. El sustento material de los códigos de la comunicación humana y en el caso actual la convergencia digital también entre las máquinas, constituye la base de señales signo que son utilizadas en la generación de sentido:

(que) “trasciende el concepto de alfabetización verbal y de lectoescritura, para incluir lenguajes y formas de expresión basadas en la imagen digital fija y en movimiento. En este proceso de transformación, la alfabetización mediática contempla la aparición de nuevos medios de

comunicación dentro de los contextos históricos, culturales, sociales y económicos de la alfabetización.” (Gutiérrez & Tyner, 2012: 10).

La anterior condición plantea un doble y simultáneo fenómeno, por una parte la universalización acelerada del conocimiento, al cual se tiene ahora un acceso universal a través de Internet, y por el otro lado, el reconocimiento la producción cultural del pasado y el presente del mundo. La aceleración y el acceso al conocimiento modifican la estructura social de manera irreversible, la sociedad del conocimiento se configura en una ciudadanía digital. Por lo anterior corresponde al investigador en comunicación en forma inevitable, definir las bases epistémicas de la construcción de la ciencia desde las TIC, de igual forma, analizar y problematizar estos cambios en la estructura social.

La revolución tecnológica diversifica y amplifica exponencialmente estas posibilidades de relación significativa entre los seres humanos al romper las limitaciones espacio temporal; se trata de una revolución digital que impacta todas las esferas de la vida pública y privada (UNESCO, 2013). El aprovechamiento de la tecnología para generar una cultura participativa, requiere el desarrollo de competencias como: colaboración en red, creatividad, ciudadanía y comunicación dentro de una gran cantidad de modos y medios (Dawson & Siemens, 2014), de manera que la alfabetización mediática favorece la ciudadanía con un rol más proactivo en la sociedad (Bujokas & Rothberg, 2014). Las sociedades del futuro estarán conformadas cada vez más por individuos que estando ubicados en contextos sociales, culturales diferentes, podrán entablar relaciones y sistemas de normas compartidos, el uso de la tecnología de la información y la comunicación es una cuestión de cultura digital y acceso, no un rasgo generacional (Nasah, DaCosta, Kinsell & Seok, 2010) que requiere habilidades y atributos para navegar en los mundos cada vez más complejos de lo social, cultural, tecnológico y económico (Dawson & Siemens, 2014). Otra arista es la de desarrollar conocimiento y conceptualizaciones sobre las nuevas formas posibles y más adecuadas a un entendimiento humano. Los programas de comunicación universitarios, tienen la posibilidad de ser rediseñados de manera que puedan cumplir mandatos científicos y virtuales actuales:

- La naturaleza de la convergencia tecnológica;
- Las transformaciones en la producción del conocimiento científico en esta nueva demanda social;
- La comprensión de la era digital: potencialidades, límites y responsabilidades,
- Las nuevas formas de convivencia social reales y virtuales;
- El funcionamiento en redes sociales del sistema económico, el Estado, las organizaciones e instituciones, las escuelas e instituciones de educación superior, los centros de investigación científica, entre otros;
- La naturaleza de las identidades y formas de interacción que el individuo como un yo tiene ante el entorno cultural que ahora es particular y universal.

De ahí que la integración interdisciplinaria de los cursos de alfabetización mediática en los planes de estudio se esté produciendo (Schmidt, 2013). Un programa de formación doctoral en investigación de la comunicación debe atender la emergencia de este entorno cultural digital.

2. Método

El Doctorado en Investigación de la Comunicación (DEIC) se rediseñó considerando los cambios sociales y tecnológicos. Para tal proceso de diagnóstico, se llevó a cabo la investigación cualitativa con expertos, sobre las pautas, objetivos, contenidos y pertinencia del programa académico. Interesaba construir la coherencia de un programa académico, y saber cuál sería el mercado de posibilidades y de qué aspectos no se podría prescindir curricularmente.

El objetivo del estudio cualitativo descriptivo se centró en identificar las necesidades de investigación que se vislumbran y detectar las habilidades que debe tener el investigador para generar contribuciones que se traduzcan en conocimiento básico y aplicado que permita mejorar la sociedad, sus instituciones y organizaciones, en el contexto de la educación del siglo XXI. Para cumplir con este propósito, se plantearon las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cuáles son los rasgos significativos de un investigador en comunicación?
- ¿Qué habilidades y competencias se le reconocen como las indispensables en un egresado de doctorado en comunicación para atender los retos presentes y futuros?
- ¿Cuáles deben ser las prioridades de un investigador(a) en comunicación?
- ¿Cómo debe contribuir un Doctor(a) en Comunicación a mejorar la sociedad?

El Modelo de investigación (figura 1) del que se parte es complejo y multirreferencial y quedó entrado en las categorías de prioridades tecnológicas y las habilidades y competencias tecnológicas e informáticas; sin embargo, sólo se señala que el instrumento de indagación de 19 tópicos, obtuvo información sobre 37 categorías a investigar y tuvo como referentes los estudios similares de otras universidades.

La investigación se realizó a través de entrevistas, focalizándose en cada una de las categorías del modelo de investigación a fin de identificar los aspectos que son indispensables en la práctica profesional a un doctor en comunicación. Los cinco grupos fueron los siguientes: investigadores en Comunicación, empleadores de nuestros egresados, egresados del programa de Doctorado en Comunicación Aplicada, alumnos actuales del Doctorado en Investigación de la Comunicación e investigadores con nombramiento del Sistema Nacional de Investigadores de CONACYT (área de Ciencias Sociales/ Nivel 1 y 2). El trabajo de campo se realizó de febrero y marzo de 2015. Más que una muestra amplia, el estudio se enfocó en obtener información específica y riqueza de la experiencia de los informantes.

Figura 1. Modelo de investigación



Fuente: Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada (CICA), 2015.

3. Resultados

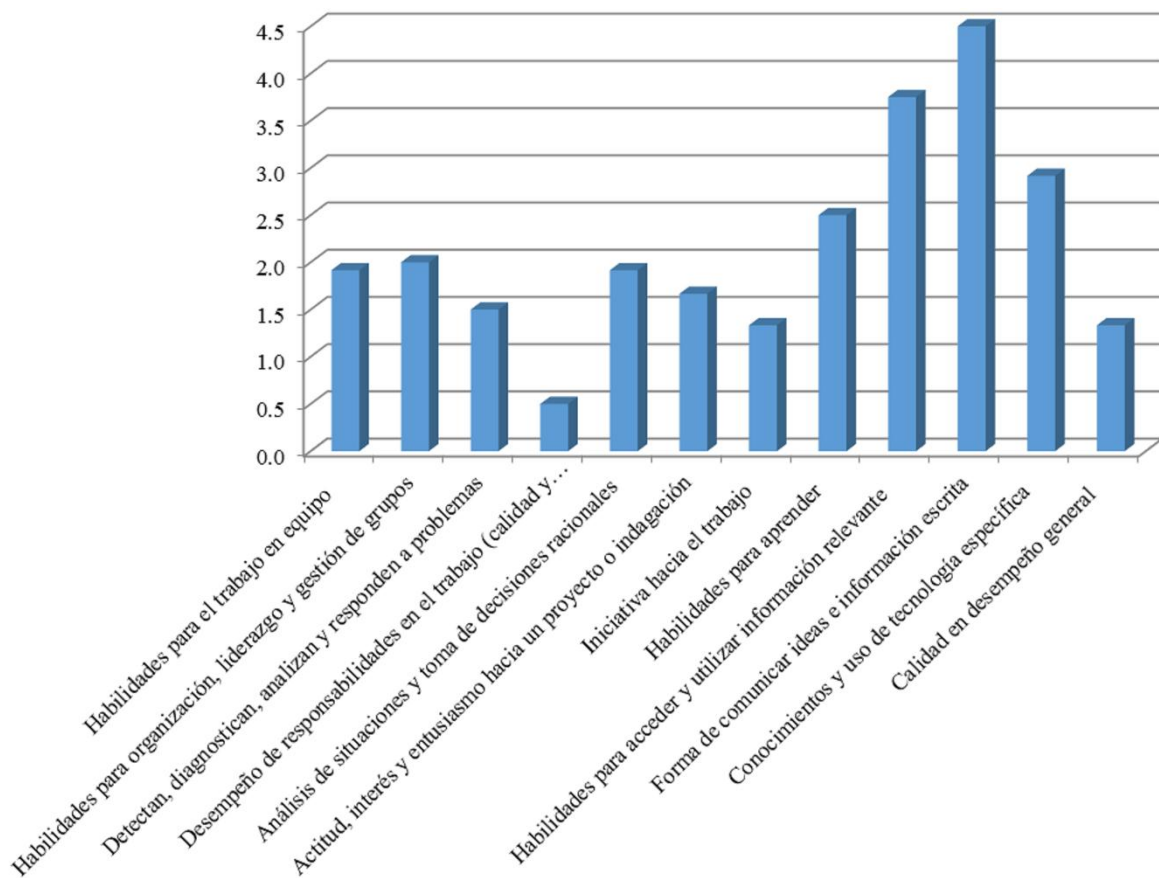
Al indagar sobre los rasgos del investigador en comunicación y de lo que esperan los empleadores de un egresado de este campo de investigación, destacó la frecuencia, contundencia y profundidad con que se refirieron a categorías tales como: la necesidad de contar con las competencias necesarias para la investigación, el manejo de información, la habilidad para presentar los resultados, la creatividad e innovación en el uso de la tecnología, la alta necesidad de adaptación al entorno para captar las necesidades más sentidas de la sociedad y ofrecer soluciones a ellas y la visión de cómo es que el uso de la tecnología puede aportar para la mejora social. La necesidad de alfabetización mediática se hizo presente al mencionar que deben ser personas cuyos conocimientos, credibilidad o aprecio que se tiene a su grado, visión creativa y su solidez teórico-metodológica, los lleve a buscar una mejora en la forma en que la sociedad alimenta, usa, recibe y difunde los contenidos que recibe de instituciones, los medios de comunicación masiva y digitales (figura 2). También se hace presente la habilidad para aprender, aspectos que sin duda refieren la necesidad de la alfabetización digital. Finalmente, también aparecieron otros rasgos como: la curiosidad nata para anticipar y resolver problemas, la importancia del liderazgo y el trabajo en equipo, tal y como se muestra en la gráfica 1.

Figura 2. Nube temática: rasgos del investigador en comunicación



Fuente: CICA, 2015

Gráfica 1. Rasgos del investigador en Comunicación



Fuente: CICA, 2015.

Sobre la importancia de las competencias que se esperan las respuestas apuntaron a habilidades de comunicarse solventemente en forma escrita, seguida del manejo de información especializada. Y en esta respuesta sí aparece referido el conocimiento y uso de la tecnología, lo cual refuerza la importancia que tiene este programa en la alfabetización mediática. Los datos se refuerzan con los argumentos en las respuestas de los informantes:

“Que muestre capacidad para una mayor y mejor comprensión de los problemas de su campo. Uno de los campos en los que debe tener una importante y sustancial formación es en lo relacionado con las tecnologías de la información y la comunicación, ya que hoy en día es uno de

los ámbitos donde se desarrollan gran parte de las actividades de comunicación de los individuos.” (INDIC IM 6).

El foco en el conocimiento, su difusión y comunicación y la tecnología adquiere un peso considerable en lo expresado por los expertos: “Debe tener competencias tecnológicas, dominio de software especializado para producción de contenidos multimedia; pensamiento estratégico, capacidad multifuncional; habilidades en cuestiones relacionadas con relaciones públicas; manejo estratégico de mensajes claves para todo tipo de público.” (INDIC IM 7).

Respecto de las habilidades y saberes necesarios en la formación de investigadores en comunicación para los próximos diez años (Figura 3), destaca la importancia que tiene la tecnología, lo digital, la comunicación por medio de Internet (redes sociales) y la innovación. Esta temática, aunada a la necesidad de tener un amplio conocimiento del entorno y de las necesidades de la sociedad para lograr la aplicación del conocimiento, refleja la preocupación que tienen todos los perfiles de entrevistados respecto al papel que juegan los investigadores en comunicación en la alfabetización mediática. Es decir, el investigador en comunicación debe apoyar al desarrollo de una economía del conocimiento y la consolidación de la ciudadanía en los nuevos esquemas de participación digital.

Figura 3. Nube temática: habilidades y competencias del investigador en comunicación



Fuente: CICA, 2015.

¿De que no puede carecer un investigador en comunicación? Para los informantes: de solidez teórica; de conocimientos sobre metodologías de investigación y de que sea capaz de conocer el contexto (aspectos sociales, culturales, tecnológicos, económicos, etc.) En este ámbito, surge nuevamente la categoría tecnología.

Respecto a las prioridades que tiene un investigador en comunicación, la mayor parte de los entrevistados refería que debe ser la producción de conocimientos, seguido de la formación de otros investigadores y también la divulgación y publicación de resultados en revistas y congresos. Aquí el dato revelador es la ausencia de la relación con la tecnología. En las respuestas a las entrevistas, la investigación adquiere un carácter diferenciador del Doctor en Investigación de la Comunicación, no solo se trata de investigación básica sino que tienda a aplicarse:

“Lo distinto es el área de investigación. El que puedan generar una investigación y que ésta de resultados de las cosas nuevas que se puedan hacer. Que traduzcan la investigación a actividades laborales, que se rompa la brecha entre lo publicado hacia algo que puede aplicarse y generar conocimiento para nuevas forma de trabajo, estrategias o tal vez hacia la productividad.”
(INDIC IM 6).

La investigación da cuenta de cuáles son las problemáticas más relevantes a nivel mundial y nacional sobre el campo y mercado de trabajo de la comunicación. Destaca la mención de la mayor parte de los entrevistados sobre la importancia de atender la necesidad de bienestar social que impera en todo el mundo, seguido de la necesidad de educar a las audiencias en una visión crítica para el consumo de medios con el ingreso de la tecnología, el surgimiento de medios digitales y la necesidad de asegurar el acceso a la información para todos. Otros problemas identificados en las respuestas fueron la sustentabilidad, la pobreza y la educación. Hubo otras menciones a problemáticas diversas tales como: transparencia, seguridad, participación, emprendimiento, interdisciplinariedad, liderazgo, salud, humanismo y ya aparece el trabajo en redes sociales y de investigación, entre otras (ver figura 4).

Figura 4. Nube temática: prioridades de la investigación en comunicación



Fuente: CICA, 2015.

Respecto a cómo debe contribuir (figura 5), en primer lugar se encuentra posicionado que debe generar productos de investigación, en segundo lugar la producción de contenidos para los medios; , también el desarrollo de proyectos de comunicación con causa o responsabilidad e innovar en procesos de comunicación. La temática de la alfabetización mediática queda de manifiesto en la producción de contenidos, aunado a la innovación en comunicación.

Figura 5. Nube temática: contribución del investigador en comunicación a la sociedad



Fuente: CICA, 2015.

En sus respuestas los informantes se mostraron a favor de que se produzca conocimiento o teorías de comunicación para atender las nuevas problemáticas sociales ligadas al desarrollo de la tecnología y la innovación, así como contribuir al bienestar social, la paz y la unión de todos los ciudadanos.

Resumiendo el contenido de los hallazgos son cuatro ejes que se desprenden de las respuestas: innovación tecnológica y desarrollo, solución de problemas con base en el conocimiento generado, diagnósticos e intervención social para la mejora. Y que éstas se crucen en su formación doctoral con cuatro evoluciones que actualmente son incontenibles en su potencial transformador: evolución de la sociedad, evolución de los negocios y mercados; evolución de la tecnología y la inevitable alfabetización mediática y, propiamente, la evolución de las disciplinas de la comunicación y su conexión con otras disciplinas del saber humano. Pero que estos ejes y evoluciones se deben empatar educativamente con cuestiones como el avance tecnológico, la conectividad, el auge e implicaciones sociales y políticas de los usuarios de las redes sociales, lo sustentable, cultural, la responsabilidad social empresarial con los menos favorecidos y de las lógicas específicas de acuerdo a la vocación de las empresas u organizaciones para las que se trabaja.

4. Discusión y conclusiones

La oferta de posgrados en México ha tenido que incorporar entre sus intereses, la educación y alfabetización mediática como “nuevos métodos pedagógicos que toman en consideración las nuevas culturas emergentes de la Sociedad de la Información. Algunos prefieren términos como Educación en (de) Medios, Educomunicación, Alfabetización Audiovisual, Alfabetización Digital, o inclusive Alfabetizaciones del Siglo 21.” (UNAOC, 2015).

Por lo tanto, se realizan acciones formativas y de investigación científica de alto nivel en el posgrado con el objeto de incorporar este desafío digital en comunicación en seminarios de investigación y en otras materias: Creatividad e innovación, Diseño de estrategias multivía, Géneros y contenidos de los medios e hipermedios, etc.

En el DEIC el componente de alfabetización mediática está presente y busca la mejora continua del programa) y otorga un nivel de importancia central al currículo universitario haciendo que éste sea pertinente con las necesidades de la sociedad:

“para fomentar el acceso equitativo a la información y al conocimiento y para promover medios de comunicación y sistemas de información libres, independientes y pluralistas” (UNESCO, 2016).

A nivel doctoral no se considera que sea una condición necesaria la incorporación de asignaturas específicas para educación o alfabetización mediática en el plan de estudios (Wade, 2014), dado que el objetivo del programa es la formación de investigadores con alta sensibilidad social y aportaciones de conocimiento para su desarrollo. En ese sentido, la formación mediática se logra por el involucramiento de los doctorandos en los proyectos y en los procesos de investigación, la celebración de Coloquios Internacionales y otros foros y plataformas, redes en los que se discuta la importancia de las investigaciones que se vayan realizando. En suma, se buscan prácticas pedagógicas complejas que apoyen el aprendizaje sobre los medios, la cultura popular y la tecnología digital (Hobbs, 2011) y muestren el compromiso con el fortalecimiento de la ciencia, la tecnología y la innovación (UNESCO, UNICEF, World Bank, UNFPA, UNDP, UN Women & UNHCR, 2015).

El componente de alfabetización mediática se convierte en el hilo conductor de muchas de las tesis doctorales que se están llevando a cabo en las dos generaciones que tiene actualmente el programa, donde no sólo se reconoce que el significado de un mensaje está en el contexto del receptor (Weintraub, Pinkleton & Patterson, 2007), que es necesario analizar los contenidos de los medios, emisores y efectos de las técnicas de producción (Weintraub, Pinkleton, Austin & Van de Vord, 2012); y que se requiere analizar el diseño de los contenidos y su función social (Fedorov & Levitskaya, 2015). Incorporar de manera crítica las diferentes perspectivas que se generan en torno a la comunicación colectiva e integral, de tal manera que construya un conocimiento que abra posibilidades de estudiar desde otros paradigmas la realidad social y la conformación de instituciones y organizaciones (Rebeil, Hidalgo & Moreno, 2011). La reflexión sobre los procesos sociales (de convergencia digital) y culturales de la sociedad, deben llevar, sin duda, a propuestas de solución para la democracia, el desarrollo local, nacional y global

de instituciones y organizaciones que la sustentan. Se trata de tener a doctores en investigación de la comunicación que sean ciudadanos educados en la comprensión del funcionamiento del mundo mediado (Kamerer, 2013) y que desarrollen las competencias relacionadas con el uso, creación y análisis de los medios de comunicación tanto para su participación en la cultura democrática como para competir en el mercado laboral (Hobbs, 2012). Finalmente, se busca también que el análisis de la educación mediática analice el impacto de los medios digitales en individuos y en la sociedad (Silverblatt, 2013).

En el programa académico la investigación sobre la alfabetización mediática y la ciudadanía digital se ha ubicado en DEIC dentro de la línea de generación del conocimiento e investigación (LGCI) denominada: Realidad social, políticas públicas, tecnología y comunicación. Con el fin de dar marco a ésta se cita un amplio repertorios de teóricos que han dado cuenta de la transformación sufrida por la sociedad occidental en los últimos 26 años, desde la caída del muro de Berlín, que simboliza el fin de la posibilidad del socialismo real como sociedad alternativa y la permanencia de un capitalismo que se fue deshumanizando en forma dramática en el último cuarto de siglo. Entre estos autores se encuentran Kosík (1963), Heller (1977), Berger y Luckmann (1968), Giddens (1972-2010), Lipovetsky (1983-2015), Baudrillard, Chomsky, Klein, Wallestrein, Bauman (2003-2009), García Canclini (1995), etc., todos ellos descriptores y críticos de estos cambios sociales profundos.

En términos de la teoría de la comunicación se recurre a trabajos clásicos del campo como la teoría de las mediaciones (Martín-Barbero, 1987) y de mediaciones múltiples (Orozco, 1991, 1996, 2001), la investigación de la comunicación de masas (Lozano, 1996) y narrativas transmedia (Gallego, 2011; Hidalgo, 2013). Sin embargo, se usarán sólo dos propuestas teóricas en este artículo que ayudarán a vertebrar la línea que como un espinazo se amplía con los aportes de los autores antes referidos y la forma en que ésta responde a las necesidades ya descritas para la alfabetización mediática.

Para entender la importancia de la mutación tecnológica y su presencia en el DEIC nos ha ayudado la teoría de sobremodernidad y el no-lugar de Marc Augé (1993, 2001, 2015) que hemos aplicado por los hallazgos encontrados. El autor describe una sociedad de modernidad excesiva y desbordada en su transitoriedad. Augé señala tres movimientos: a) el cambio de una sociedad con rasgos de modernidad a una de modernidad saturada: de las familias con un auto, un televisión y un consumo limitado a un cambio de posibilidades de adquisición en apariencia sin límite; b) el movimiento de lo real a lo virtual, ahora con modernismos dispositivos móviles que conectan al mundo en cualquier lugar y momento o circunstancia; y c) del lugar (familia, hogar, trabajo, escuela, etc.) al espacio de anonimato (carreteras, transportes públicos, salas de espera, etc.), que define como no lugares. Hay otros movimientos tal vez más sutiles, pero igual de determinantes en la sociedad del conocimiento como: d) de lo formal a lo no formal, desde empleo hasta ciertas relajaciones sociales, e) de lo humano al dominio tecnológico en lo laboral, lo informativo, el ocio y las relaciones, los formas de contacto, etc.; f) de lo permanente a lo fugaz, evidente en todas las artes y otras manifestaciones culturales, comunicativas y sociales; y g) de la identidad a las identidades de las regiones al país, del género al equipo deportivo o partido político, de la raza a los movimientos sociales, de la persona al prosumidor. Cada ser humano carga diversas identidades incluso a lo largo de un día.

Por lo anterior el trabajo de la línea se ha planteado el siguiente propósito general: Colaborar y consolidar con procesos de formación e investigación, profesionales del campo de la investigación en comunicación, con conocimientos, habilidades, métodos y valores que le permitan llevar a cabo

investigaciones originales para la producción de conocimientos nuevos y de alta calidad, fundamentados con base en las metodologías científicas sobre comunicación y la relación de ésta con los procesos económicos, políticos, sociales, tecnológicos y culturales.

De este objetivo de la LGCI se desprenden propósitos particulares:

- Generar conocimiento riguroso con bases científicas y epistémicas de la investigación en comunicación, relacionado con la realidad social, las políticas públicas y el desarrollo tecnológico;
- Tomando en cuenta la dinámica de las variables geopolíticas, conocer y criticar las diferentes prácticas comunicativas con el fin de comprender la interacción de los diferentes agentes sociales y políticos, y con ello generará conocimiento que permita, de manera reflexiva, justa y con fundamento en la ética, mayores niveles de participación democrática;
- Analizar diversas temáticas de los sistemas, las ciencias de la información, la inteligencia artificial, las plataformas educativas, las telecomunicaciones y las funciones actuales y por venir de las redes sociales, con el fin de atender, desde una perspectiva ética e interdisciplinaria y específicamente de la comunicación, a las problemáticas sociales, culturales y de transición hacia la democracia del entorno;

Algunos temas que han emergido como productos, subproductos, ponencias y transversales en las investigaciones de esta línea que tienen implicación en las nuevas formas de apropiación y participación con el uso de los medios son:

- Audiencias, participación social y recepción activa en Internet
- Lo discursivo y narraciones en la virtualidad como método de investigación
- Métodos cualitativos en investigación en comunicación aplicados a las redes sociales
- Análisis comparativos internacionales en comunicación, política y democracia
- Alfabetización mediática e hipermediática
- Contenidos, plataformas y dispositivos diversos no fijos
- Sociedad del entretenimiento: evasión, trivialización, aburrimiento y hedonismos
- Responsabilidad social y usos de la comunicación en red
- La post-sociedad de la información y el conocimiento

Como conclusiones finales se presentan las siguientes:

1.- El contexto general del DEIC, en términos de surgimiento, acceso, disponibilidad, conectividad, efecto, uso y transformación de lo digital y lo tecnológico está impactando en forma incontenible la educación formal de todos los sistemas educativos. Lo anterior hace indispensable la reflexión sobre la virtualidad y la cabal comprensión y aprovechamientos e impactos sociales en las universidades, y en particular en los posgrados.

2.- Se parte de la necesidad sentida en el país del déficit de investigadores formados en la mayoría de los campos y que en la comunicación el rezago es grande. Por lo cual se ve en la formación doctoral una posibilidad de aportar y dar respuesta a los temas urgentes y emergentes. La emergencia de educar y posibilitar la incorporación de la ciudadanía en el mundo digital es uno de los retos asumidos en la formación de doctores en comunicación.

3.- En el DEIC la presencia de la alfabetización mediática y los elementos de cuestionamiento de las nuevas formas de ciudadanía y participación política que llegaron en la era digital, tiene una presencia, evidente, activa y creciente en la demanda de conocimientos, en los procesos formativos, en las líneas de investigación, en los contenidos del programa de estudio y en la conclusión de investigación a nivel de tesis de grado y la publicación de resultados de estudios realizados por investigadores adscritos. Esta es una tendencia que es irreversible y que incluso está llevando a tomar decisiones en la forma de operación e intervención social del programa académico.

4.- Se puede afirmar que la presencia de la alfabetización mediática en los posgrados de comunicación será indispensable para: 1) realizar análisis, síntesis y evaluación de las problemáticas de la comunicación con apego a la ética, la responsabilidad social y el bien común a partir del uso de los medios de comunicación y las TIC; 2) posibilitar conexiones, reflexiones, productos y acciones de manera independiente y crítica frente al conocimiento y los problemas culturales y sociales derivados del uso de la tecnología y la falta de alfabetización mediática; 3) incentivar el desarrollo de investigaciones que contribuyan a la mejora de políticas públicas nacionales y/o internacionales en materia de sociedad y tecnología a favor de la democracia con base en el uso eficiente y responsable de los múltiples dispositivos multimediáticos; 4) conocer y utilizar las diversas metodologías de investigación encaminadas al desarrollo de estudios originales y propuestas y ampliación de la oferta académica y de generación conocimiento en comunicación que soporte el desarrollo de la ciudadanía; 5) colaborar socialmente a detonar y potenciar habilidades para diseñar, organizar y conducir investigaciones científicas para producir conocimiento innovador en comunicación interpersonal, grupal, organizacional/institucional, mediática y virtual; 6) ampliar el número de personas formadas de manera crítica en torno a la comunicación colectiva e integral, lo cual construya un conocimiento interdisciplinario que abra posibilidades de estudiar desde otros paradigmas la realidad social y la conformación de instituciones y organizaciones a partir de las nuevas necesidades que presenta la alfabetización mediática.

5. Referencias

Augé, M. (1993). *Los no lugares. Espacios del anonimato. Antropología sobre la modernidad*. Barcelona: Editorial Gedisa

Augé, M. (2001). *Diario de guerra: El mundo después del 11 de septiembre*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Augé, M. (2015). *Qué paso con la confianza en el futuro*. México: Siglo XXI.

- Bujokas, A. & Rothberg, D. (2014). “Media Education and Brazilian Educational Policies for the Enhancement of Learning”. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, XXII(43), 113-122.
- Coll, C. (2004). “Psicología de la educación y prácticas educativas mediadas por las tecnologías de la información y la comunicación. Una mirada constructivista.” *Revista Electrónica Sinéctica* (25), 1-24.
- CONACYT (2015, Abril 15). *Convocatoria PNPC 2015 - Modalidad Escolarizada: CONACYT*. Recuperado de: <http://www.conacyt.mx/index.php/becas-y-posgrados/programa-nacional-de-posgrados-de-calidad/convocatorias-avisos-y-resultados/convocatorias-abiertas-pnpc>
- Culver, S. & Jacobson, T. (2012). “Alfabetización mediática como método para fomentar la participación cívica”. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, XX (39), 73-80.
- Dawson, S. & Siemens, G. (2014). “Analytics to Literacies: The Development of a Learning Analytics Framework for Multiliteracies Assessment”. *The International Review of Research in Open And Distributed Learning*, 15(4) Recuperado de: <http://www.irrodl.org/index.php/irrodl/article/view/1878/3006>
- Fedorov, A. & Levitskaya, A. (2015). “The framework of Media Education and Media Criticism in the Contemporary World: The opinión of International Experts”. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, XXIII (45) 107-115.
- Fuentes, R. & Sánchez, E. (1989). *Algunas condiciones para la investigación científica de la comunicación en México*. Tlaquepaque: ITESO
- Fuentes, R. (2007). “La triple marginalidad de los estudios sobre comunicación en México: una revisión actual”. *Revista Estudios Culturales*, III(6), 27-48.
- García-Ruiz, R., Ramírez-García, A. & Rodríguez-Rosell, M. (2014). “Media Literacy Education for a New Prosumer Citizenship”. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, XXII(43), 15-23.
- Gozálvez, V., González, N. & Caldeiro, M. C. (2014). “La competencia mediática del profesorado: un instrumento para su evaluación”. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 16(3), 129-146. Recuperado de: <http://redie.uabc.mx/vol16no3/contenido-gonzalvez-glez-caldeiro.html>
- Greenhow, C., Hughes, J. & Robelia, B. (2009). “Learning, Teaching, and Scholarship in a Digital Age Web 2.0 and Classroom Research: What Path Should We Take Now?”. *Educational Researcher*, 39(4), 246-259.
- Gutiérrez, A., & Tyner, K. (2012). “Alfabetización mediática en contextos múltiples”. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 38(XIX),10-12.
- Hobbs, R. (2011). “The State of Media Literacy: A Response to Potter”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 55(3), 419-430.

Kamerer, D. (2013). "Media Literacy". *Communication Research Trends*. 32(1), 4-25.

Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2008). "Converging traditions of research on media and information literacies: disciplinary, critical, and methodological issues". En J. Coiro, M. Knobel, C. Lankshear, & D. J. Leu (Coords.), *Handbook of research on new literacies* (pp. 103-132). New York: Routledge.

López, L. & Aguaded, M. (2015). "La docencia sobre alfabetización mediática en las facultades de Educación y Comunicación". *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, XXII(44), 187-195.

Montoya, A. (2015, Marzo 9). Pertinencia Geopolítica del Doctorado en Investigación de la Comunicación. Huixquilucan: Universidad Anáhuac.

Nasah, A., DaCosta, B., Kinsell, C. & Seok, S. (2010). "The digital literacy debate: an investigation of digital propensity and information and communication technology". *Educational Technology Research and Development*, 58(5), 531-555.

Pérez, M. A., & Delgado, A. (2012). "De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores". *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, XX (39), 25-34

Rebeil, M.A. (2009). *Mapeo de los Programas de la Formación del Periodismo y la Comunicación para América Latina*. Cuba: UNESCO- FELAFACS.

Rebeil, M. A., Hidalgo, J.A., & Moreno, M. (2011). "Gestión de la comunicación integrada en las organizaciones: competencias básicas para la formación del gestor". En G. A. León (coord.), *Estudios de la comunicación* (pp. 51-82). México: Pearson y Universidad de Sonora.

Schmidt, H. (2012). "Media Literacy Education at the University Level". *The Journal of Effective Teaching*, 12(1), 64-77.

Schmidt, H. (2013). "Media Literacy Education from Kindergarten to College: A Comparison of How Media Literacy Is Addressed across the Educational System". *Journal of Media Literacy Education*, 5(1), 295-309.

Silverblatt, A. (2013). *The Praeger Handbook of Media Literacy*. Santa Barbara: Praeger ABC-CLIO.

Stephens, M., Wedaman, D., Freeman, E., Hicks, A., Matthews-DeNatale, G., Wahl, D., & Spiro, L. (2014). "Academic 15: Evaluating library and IT staff responses to disruption and change in higher education". *First Monday*, 19(5).

UNAO (2015). *Educación y Alfabetización Mediáticas: UNAO*. Recuperado de: <http://www.unaoc.org/educacion-y-alfabetizacion-mediaticas/>

UNESCO (7 de Noviembre de 2013). *Pune Model United Nations, 2016. Official Background Guide. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization - General Conference: Pune Model*

United Nations. Obtenido de Pune Model United Nations: <https://www.punemodelun.org/wp-content/uploads/2014/10/UNESCO-GC-Final.pdf>

UNESCO (2016). *Alfabetización mediática e informacional: UNESCO*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/media-development/media-literacy/milas-composite-concept/>

UNESCO, UNICEF, World Bank, UNFPA, UNDP, UN Women & UNHCR (Mayo de 2015). *Education 2030. Incheon Declaration and Framework for Action. Towards inclusive and equitable quality education and lifelong learning for all (Final draft for adoption): UNESCO*. Recuperado de: http://unesco.org.pk/education/documents/2015/SDG-4/Framework_for_Action_Education_2030.pdf

Universidad Anáhuac. (2015). Sistema Interno de Aseguramiento de la Calidad. Huixquilucan: Universidad Anáhuac.

Wade, W. P. (2014). “Bridging critical thinking and media literacy through integrated courses”. *CDTL Brief*, 17(2), 2-5.

Weintraub, E., Pinkleton, B., Austin, B., & Van de Vord, R. (2012). “The Relationships of Information Efficacy and Media Literacy Skills to Knowledge and Self-efficacy for Health-Related Decision Making”. *Journal of American College Health*, 60(8), 548-554.

Weintraub, E., Pinkleton, B., & Patterson, R. (2007). “The Desirability Paradox in the Effects of Media Literacy Training”. *Communication Research*. 34(5), 483-506.

Cómo citar este artículo / Referencia normalizada

RI Arévalo-Martínez, R Del Prado-Flores, RT Ramírez-Beltrán (2016): “La formación institucional de investigadores en comunicación y la alfabetización mediática. El caso del Doctorado en Investigación de la Comunicación”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 800 a 817

<http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1121/41es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2016-1121](https://doi.org/10.4185/RLCS-2016-1121)

- En el interior de un texto:

... RI Arévalo-Martínez, R Del Prado-Flores, RT Ramírez-Beltrán (2016: 800 a 817)...

o

... RI Arévalo-Martínez *et al*, 2016 (800 a 817)...

Artículo recibido el 25 de abril de 2016. Aceptado el 28 de julio.
Publicado el 1 de septiembre de 2016.