

¿Qué enseñamos las escuelas de comunicación?

IV Encuentro Docente - Vocalía Valle de México

Coordinadores:

Ma. de Lourdes López Gutiérrez, Carlos Adolfo
Gutiérrez Vidal y Carlos Camacho Echegaray



CONEICC

Consejo Nacional
para la Enseñanza y la Investigación
de las Ciencias de la Comunicación



UNIVERSIDAD DEL
CLAUSTRO DE SOR JUANA

Índice

[Presentación](#)

[Palabras de bienvenida](#) - Carmen Beatriz López Portillo Romano

[Enseñar Comunicación en tiempos de crisis](#) - María de Lourdes López Gutiérrez

[Fuentes consultadas](#)

[Notas](#)

[Sobre la autora](#)

[La enseñanza de la comunicación en América Latina, México y el Valle de México](#) - María Antonieta

Rebeil Corella y Rebeca Iliana Arévalo Martínez

[Referencia](#)

[Sobre las autoras](#)

[Las demandas del mercado laboral de la Comunicación](#) - Enrique Bustamante Martínez

[Sobre el autor](#)

[La Modernidad y el Modelo Nini de las escuelas de comunicación en México](#) - Javier Esteinou

Madrid

[Referencias](#)

[Sobre el autor](#)

[¿Quién, Qué, a Quién?](#) - Claudia Benassini Félix

[Sobre la autora](#)

[La Enseñanza de la Comunicación en el Diseño](#) - Olivia Fragoso Susunaga

[Bibliografía](#)

[Sobre la autora](#)

[¿Qué comunicamos cuando enseñamos?](#) - Abraham Nosnik Ostrowiak

[Referencias](#)

[Resultados Preliminares del Estudio “Estilos Docentes en la Enseñanza de la Comunicación”](#),

[Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte, realizado](#)

[durante el mes de septiembre de 2011 con 86 profesores](#)

[Sobre el autor](#)

[El Análisis Crítico del Discurso como un nuevo modelo de la investigación y de la enseñanza](#) -

Jolanta Klyszcz Gasz

[Bibliografía básica](#)

[Sobre la autora](#)

[Metodología de la investigación en Comunicación](#) - María Belén Fernández Fuentes

[Sobre la autora](#)

[Los Observatorios de lo Social desde la Perspectiva de la Comunicología y la Ingeniería en](#)

[Comunicación Social. El caso particular de los observatorios del ciberespacio](#) - Jesús Galindo

Cáceres

[Nota Bibliográfica](#)

[Sobre el autor](#)

[Cuerpo, Comunicabilidad y Orden Social](#) - Jesús Alberto Cabañas Osorio

[Bibliografía](#)

[Notas](#)

Presentación

El Encuentro Docente de la Vocalía Valle de México de CONEICC se ha venido realizando desde 2006 con el propósito de atender a las necesidades de los maestros y abrir espacios de diálogo que nos permitan hacer comunidad y fortalecer nuestro quehacer en el aula. Desde su primera edición, la convocatoria ha sido nutrida y ha puesto en evidencia aquello que compartimos quienes tenemos la mira en la formación de profesionales de la comunicación: la preocupación por hacer frente a una realidad compleja y cambiante, que demanda acciones diferentes, tanto en lo profesional como en lo académico.

La temática de los encuentros ha ido focalizando las aristas de esta realidad. La primera evidencia que saltó a la vista fue la necesidad de reunirnos para compartir experiencias, penurias y logros, esto nos ha permitido ampliar la mirada de lo que implica la docencia en esta disciplina en sus diferentes niveles de concreción: globales, nacionales, locales e institucionales. Abordamos en su momento las problemáticas de las áreas que tradicionalmente conforman el currículum de la carrera: teorías, investigación, periodismo, comunicación organizacional, producción de medios, mercadotecnia y publicidad, etcétera. En esos encuentros entre pares encontramos felices coincidencias y sanas divergencias así como necesidades claras de especialización y actualización docente ante las cuales hemos ido dando respuesta con la realización de talleres y seminarios.

El Encuentro ha sido también espacio para presentación de ponencias que dan cuenta de la variedad de temáticas estudiadas desde la investigación en temas relacionados con la enseñanza y que van desde los métodos en el aula hasta las grandes necesidades sociales que han de tomarse en cuenta para integrar el currículum.

Ha sido también motivo del Encuentro la necesidad de entender los nuevos perfiles de nuestro principal interlocutor, el estudiante. Todos enfrentamos el reto de atender a jóvenes con múltiples estilos de aprendizaje cuya concepción misma de la escuela ha variado. Ajustar la enseñanza para trascender modelos anacrónicos implica no sólo la capacitación en cuestiones didácticas o la actualización temática sino una profunda reflexión del sentido que debe tener la universidad en los tiempos que corren y, con ello, la pertinencia que para los jóvenes pueden, o no, tener los estudios profesionales.

Este libro reúne los trabajos presentados en el IV Encuentro Docente, realizado en la Universidad del Claustro de Sor Juana y la Universidad La Salle con el tema “Qué enseñamos las escuelas de Comunicación” en septiembre de 2011. El encuentro ha reunido a más de 120 profesores para reflexionar sobre la labor que desempeñamos las escuelas de comunicación y nuestro impacto en la sociedad. Presentamos aquí las conferencias dictadas por colegas expertos así como los materiales de algunos de los talleres impartidos en el encuentro.

Después de las palabras de bienvenida de la Mtra. Carmen Beatriz López Portillo Romano, a quien agradecemos el habernos acogido en sus instalaciones el primer día de trabajo, tenemos la visión macro sobre la oferta de escuelas de comunicación que arrojó el estudio realizado por FELAFACS y la UNESCO, cuyo capítulo México estuvo a cargo de la Dra. Antonieta Rebeil Corella.

Presentamos a continuación los trabajos del panel denominado “Perspectivas desde las cuales se enseña la Comunicación en México” en el que participaron la Mtra. Claudia Benassini Félix, la Dra. Olivia Fragoso, el Dr. Javier Esteinou y el Dr. Abraham Nosnik. La participación de la Academia Mexicana de la Comunicación tiene lugar también en esta compilación en las palabras presentadas por su presidente el Mtro. Enrique Bustamante.

El segundo día de trabajo congregó a los maestros en la Universidad La Salle, a cuyo rector, el Mtro. Enrique Alejandro González Álvarez también agradecemos su hospitalidad para la impartición de los talleres. De estos últimos, compartimos aquellos que, por su naturaleza fue posible presentar en forma de texto.

Quienes conformamos el comité organizador del IV Encuentro Docente agradecemos a las universidades sede, a los conferencistas y a los talleristas que generosamente han participado en la realización de este evento.

Mtra. Ma. de Lourdes López Gutiérrez

Dr. Carlos Adolfo Gutiérrez Vidal

Lic. Carlos Camacho Echegaray

Palabras de bienvenida

A nombre de la Universidad del Claustro de Sor Juana quiero darles la bienvenida. Para nuestra casa de estudios en un gusto poder cobijar, junto con la Universidad La Salle, este 4° Encuentro Docente de la Vocalía Valle de México del CONEICC, y participar en este diálogo que nos permitirá conocer los retos a los que día a día se enfrentan ustedes, que se dedican a enseñar la riqueza de la comunicación, sus posibilidades, sus limitaciones, y compartir sus experiencias docentes. Festejamos la posibilidad de participar en el diagnóstico de los distintos modelos de enseñanza de la comunicación y su relación con el campo laboral.

Seguramente ustedes lo han pensado ya, pero me gustaría subrayar el hecho de que la palabra comunicación comparte radical con comunidad: lo común, eso que se comparte, ya sea el símbolo, en el lenguaje, ya sea la realidad creada, en la comunidad, eso de lo cual las partes participan. Ambas, comunidad y comunicación implican un doble fenómeno: *conciencia* y *libertas*, explican lo que el ser humano es y la manera en que se relaciona consigo mismo, con el otro, con el mundo y con lo que trasciende.

La idea de comunidad parte de un fundamento histórico en función de vínculos que se dan en el tiempo y en el espacio, vínculos que fortalecen al grupo en cuanto lo identifican, en cuanto lo explican y le dan sentido. Ese es el sentido de la cultura, el sistema de símbolos que se comparte, del que participan todos. Si esto es así, toda representación abstracta tiene eficacia física, puede cambiar el mundo, lo ha cambiado; los símbolos son tan reales y concretos como la fuerza de gravedad, como la bomba atómica, como una brújula o una computadora, tan reales como la tierra donde reposan los restos de nuestros muertos y donde crecen nuestros hijos y nuestros nietos.

Me parece que el proceso de comunicación no sólo abarca toda la vida comunitaria sino que la permite; significa de alguna manera un aglutinante social, aquello que hace que los seres humanos se reconozcan y se distingan, se identifiquen en aquello que les es común, aunque sea el derecho a la diferencia, el derecho a ser distintos, el derecho a este respeto, el derecho a expresarse libremente. El sustrato último de la comunicación debe ser la libertad.

La comunicación es también un intento para aproximarnos al otro, a su vida, a sus palabras, con la esperanza de vislumbrar acaso su contradictoria complejidad. Tal vez ése es el vértice de la intuición que se entiende como *sim-pathía*, que quiere tender al otro para coincidir con lo que tiene de único e inexpresable.

La palabra es también la manera de aproximarnos nosotros mismos. Hablar es la primera de las bondades; el lenguaje es, efectivamente, una primera donación ya que funda un mundo común. Tanto la ciencia como la filosofía coinciden en considerar a la palabra la manifestación más acabada de lo que nos hace humanos. La palabra es el medio que nos transporta al otro, es la capacidad de transmigración que poseemos y que permite que nuestros *yos* simbólicos sean compartidos por nuestros semejantes. Tal vez en eso radique el milagro de la existencia humana, en la posibilidad de darnos la palabra.

Y es que si no son las palabras, sería el silencio, “la tumba de dios” como dijera el poeta. No podemos permitir por eso que la palabra se retire banalizada a ese umbral en el que se rompe el

sentido, a ese sitio donde resentimos el bombardeo constante de mensajes y el constante intento de ser comprados, consumidos, trabajados, votados, influidos, controlados, convencidos. A veces parece que nos hemos vuelto una masa silenciosa indiferente que todo lo deglute; toda solicitud es devorada como por un agujero negro. El parloteo permanente se atraganta el sentido de las palabras, la papilla de imágenes anula toda referencialidad y convierte lo real en un todo informe, plano; homogenización de una realidad creada a base simulacros; suplantación constante del otro que ha perdido el rostro, el nombre, el cuerpo.

A veces hacemos de la tecnología el medio de igualar los planos y la voces, universo de simulacros sin referentes, sin ataduras, que fluye vertiginoso y que se desvanece en un haz de imágenes y signos, que permite, dislocado y disperso, la opresión sofisticada que iguala, integra, homogeniza y contiene. A lo mejor vale la pena pensar que la comunicación es más que tecnología, es más que pretender convertirnos, soberbios, en demiurgos que hacen que las cosas existan porque se transmiten, porque aparecen en la pantalla o se dicen en la frecuencia. Acaso romper la indiferencia del mundo que nos rodea constituye el acontecimiento ético último que les queda a los comunicólogos, a los comunicadores, como compromiso.

La comunicación es pues de manera fundamental, fundante, cultura es la manera en que el ser humano explica y simboliza el cosmos. La palabra griega *sumbolon* suele traducirse por contraseña, se refiere a la tablilla que, partida en dos, guardaban dos personas unidas por el vínculo de la amistad y que ayudaba a reconocer la unidad. El ser humano es un ser simbólico, es un ser que se reconoce al mirar a otro ser humano, aunque nuestra mirada no lo abarque y sea sólo mirada anhelante, aunque nuestra caricia no lo aprehenda si acaso sólo lo roce. Al otro no lo abarcamos tampoco con la palabra, al otro simplemente le hablamos y esperamos que nos hable también. Y es que la interioridad del ser humano es libertad que se ejerce. Tal vez, sólo para producir lo evanescente. Esa es la importancia de la comunicación cuya forma acabada es la palabra.

Con palabras sostenemos los sueños que nos atraviesan; sueños, es cierto, sueños que le dan sentido a la vida, a lo que hacemos. Con palabras construimos la propia existencia, con palabras dichas o calladas, con palabras huidizas, fugaces, instantáneas, construimos esta realidad indefinible, inapresable y maravillosa. Con palabras salvamos la distancia, el infinito que nos separa, para confesar el milagro de la coincidencia. Sin palabras aceptaríamos el exilio interior, la condición solitaria que nos reduce, que mutila de nosotros al otro que somos. Si nos olvidamos de cultivar la palabra borraríamos de nosotros al universo entero. No podemos desertar de la palabra. Sería negar lo mejor que somos, la posibilidad de lo posible.

Con palabras compartirán ustedes sus experiencias y sus inquietudes, los retos a los que se enfrentan cada día, con palabras definirán su quehacer y, estoy segura, llegarán a conclusiones que lo enriquezcan; con palabras aproximarán su vocación a esta realidad difícil en la que vivimos.

Quiero agradecer al CONEICC la confianza depositada en el Colegio de Comunicación de nuestra Casa de Estudios para la organización del IV Encuentro Docente. De manera especial, agradezco también al Dr. Carlos Gutiérrez Vidal, a los miembros de su equipo y a nuestros maestros y alumnos que están apoyando para que este evento, organizado junto con la Universidad La Salle, sea un éxito.

Sean ustedes bienvenidos. Deseo que los trabajos de este Encuentro sean benéficos para nuestras

instituciones, para nuestros docentes y alumnos y, sobre todo, para nuestra comunidad y nuestro país.

Mtra. Carmen Beatriz López Portillo Romano
Rectora de la Universidad del Claustro de Sor Juana

Enseñar Comunicación en tiempos de crisis

Mtra. María de Lourdes López Gutiérrez

Universidad del Valle de México, Campus Tlalpan

Vocalía Valle de México. CONEICC

Las sociedades contemporáneas nos hemos habituado de tal manera a vivir en estados de crisis que el término ha perdido significado: se ha convertido en un calificativo de la cotidianeidad en donde caben todas las contradicciones, atrasos e inconsistencias de nuestro desarrollo como individuos y como grupos sociales. No hay aspecto del quehacer humano del que no se diga, con más o menos ligereza, que atraviesa por una crisis. Desde la economía, que de manera periódica se declara en dicho estado, hasta los valores que norman la conducta de las personas.

No es mi intención referirme a las crisis que a nivel macro nos hacen vivir en cierto desasosiego del día a día, ni tampoco agotar todos los ámbitos en las que se presenta. Pretendo aquí invitar a la reflexión sobre la crisis que atraviesa la enseñanza, en específico la tarea docente, que se ve afectada por la situación económica, el impacto de la tecnología, la reorientación de la familia, la incertidumbre del mercado laboral, la escasa calidad de la educación en niveles previos y la variedad de problemáticas por las que atraviesa la propia Educación Superior en México.

La docencia es una actividad compleja, sujeta al permanente juicio social, valorada bajo criterios diferenciados que la ponen en el centro de la discusión de problemáticas actuales sin que ello, necesariamente, le adjudique un status importante en las soluciones. De ahí la necesidad de abrir el tema de la especialización del profesor como tarea pendiente de las Instituciones de Educación Superior, de los factores que inciden en su práctica cotidiana en las aulas y fuera de ellas, como causantes del *burn out* propio de cualquier actividad profesional y del reto que supone la enseñanza a jóvenes que han desarrollado estilos diferentes de aprendizaje e incluso tienen otros paradigmas de lo que es el hecho educativo.

Esto recae en el profesor sin negar su trascendencia, reconocida tarde que temprano, en la formación de individuos que a lo largo de la vida cargan y movilizan el bagaje que los maestros fueron depositando en ellos durante su vida escolar.

Profesionalizar la docencia, una demanda urgente de la educación superior

Si atendemos a la definición que desde la Sociología de las Profesiones han establecido autores reconocidos en la materia, encontramos que la profesión no es un término sobre el cual haya consenso. En una visión general pueden ser consideradas como "...ocupaciones especialmente distintas de otras por su orientación al servicio de las necesidades del público" (Freidson, 2001:

30). En la trayectoria de los estudios sobre la profesión, podemos encontrar perspectivas desde las cuales se le identifica como un grupo con una ocupación similar, entendiéndolo así como un gremio o bien un estrato social que ha pasado por las instituciones educativas y cuyo común denominador es el conocimiento especializado. (Freidson, 2001).

Entre las primeras concepciones de la profesión encontramos la de Talcott Parsons, para quien un profesionalista es el individuo que, legitimado por las instituciones, desarrolla una actividad al servicio de la colectividad, es decir, un individuo socialmente responsable diferenciado por la función que realiza al satisfacer las necesidades del grupo social. (Parsons, 1979). En oposición a la visión funcionalista de Parsons, corrientes críticas ubican a las profesiones como derivaciones de un sistema productivo, que funciona bajo la división social del trabajo. La creciente complejidad de la estructura social otorga al trabajo especializado un valor de cambio determinado, el cual se sustenta en el carácter de la organización en la cual el profesionalista presta sus servicios. (Latapí, 1982).

Sea cual fuere la plataforma desde la cual se estudie una profesión, lo cierto es que en el imaginario social hay cierta claridad sobre las funciones y actividades que realiza un profesionalista, y si bien también hay claridad en el papel de un profesor, éste no se contempla como un profesional de la educación. El hecho de que la docencia no se considere una profesión la coloca en un estado de indefinición, en el que no goza de los atributos ni de un saber especializado ni de un trabajo con un valor de cambio considerable.

Me refiero aquí a la docencia en el nivel superior, en la que es ya un lugar común el reconocimiento de que los profesores llegan a las aulas con un título universitario pero sin herramientas para la enseñanza. Éstas se adquieren en la experiencia, con el costo que ello conlleva, o con los programas de formación y especialización docente que proveen las instituciones, los que no tienen en ocasiones ni la frecuencia ni el alcance deseables para la formación de su planta docente.

En este contexto, profesionalizar la docencia supone dotarla de una identidad gremial, del conocimiento especializado y de la legitimación institucional vía la certificación de sus competencias docentes. La complejidad de la labor educativa actual hace impensable la práctica docente en solitario. Se requiere del trabajo colegiado que permita la integración horizontal y transversal del currículum para que al estudiante le haga sentido lo que aprende y pueda correlacionar unos saberes con otros, unas habilidades con otras. Esta articulación no se logra si no es a partir de referentes didácticos y pedagógicos que se adquieren vía la formación especializada, no sólo por la experiencia.

Que el docente se convierta en un profesional de la enseñanza depende no sólo de su disposición para formarse y especializarse, sino de la voluntad política e institucional de que ello suceda. La tasa más alta de expansión de la Educación Superior la han registrado en últimas décadas los países en vías de desarrollo, como el nuestro (Altbach, 2004), el acelerado crecimiento de la demanda educativa, aun con los bajos índices de eficiencia de los niveles anteriores, hizo crecer la necesidad de maestros universitarios a un ritmo para el cual la infraestructura para formación docente en las propias universidades no estaba preparada.

Tenemos un punto de partida para dimensionar el crecimiento: de 10 mil puestos de profesor en 1969, hacia final de los noventa había 192 mil (Gil Antón, 2004). Estas cifras fueron consignadas

antes de la década en la que México registra la mayor población en edades de acceso a la Educación Media superior y Superior, es decir, la primera década del siglo XXI. Entre la masificación de la educación y la creciente privatización y comercialización de los estudios, la planta docente resulta en un conglomerado poco reconocible y poco estudiado, al menos con respecto a otros factores del proceso educativo. Estas condiciones no favorecen procesos de formación o especialización docente sistematizados y acordes a la necesidades educativa en México.

Los factores de *burn-out* en la docencia

Me permito el uso del término *burn-out* por su claridad para definir los factores de *stress* o desgaste de una ocupación. Aun cuando no se considera una profesión y no está contenida por referentes claros, la docencia es sin duda una actividad gratificante pero con múltiples factores de desgaste que no son atendidos dentro del tiempo de descarga. De hecho, en el caso de los maestros que imparten clases por hora, y que dicho sea de paso son la mayoría en el caso de Comunicación (1), las horas destinadas a preparación de clases, búsqueda de materiales, calificación y revisión de trabajos y exámenes e incluso las de formación, no están contempladas como parte de su jornada laboral. Es decir, el maestro trabaja dentro y fuera de la escuela, de manera indistinta.

Los factores del desgaste docente se acumulan en esta doble jornada. Algunos autores han abordado el tema de manera frontal, retomo aquí algunos puntos que me parecen relevantes y que podemos confrontar con la percepción de los profesores de Comunicación que en el marco del Primer Encuentro Docente de la Vocalía Valle de México, realizado en el 2006, participaron en una encuesta sobre su propio ejercicio.

a) Factores de primer orden. Se consideran así los directamente relacionados con el trabajo en el aula, como los recursos materiales y las condiciones de trabajo (Esteve, 1995). El profesor se encuentra aquí con una fuerte demanda de innovación metodológica que debe contemplar por un lado el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación de manera cada vez más contundente y por otro lado el implemento de un modelo de docencia basado en el estudiante, que requiere estrategias didácticas diversificadas. El reto del equipamiento y los recursos didácticos incide directamente sobre el profesor, cuya labor se ve entredicho si no cuenta con las condiciones idóneas para satisfacer estas necesidades.

Otro factor de desgaste de primer orden radica en la diversificación de actividades que requiere la educación contemporánea: son múltiples los roles que un docente desempeña toda vez que se le solicitan actividades de tutoría, asesoría, innovación tecnológica, participación en proyectos institucionales, seguimiento a dichos proyectos, etcétera.

Por último, Esteve encuentra como factor de *stress* el ajuste periódico que tiene que hacer un docente en su propio habitus al enfrentar nuevos grupos y situaciones de interacción cada período escolar. Esto implica que cada nuevo curso demanda atención a las necesidades de nuevos estudiantes, y si tomamos en cuenta la rapidez con la que ha venido modificándose el

perfil de los educandos, queda clara la urgencia con la que cada semestre el maestro tiene que comprender y responder a los estilos de aprendizaje de quienes van ingresando a sus aulas. Al respecto, es importante mencionar también el intenso intercambio de emociones que provoca la interacción docente – estudiantes (Díaz Barriga, 1985), considerado un factor de stress del profesor que se ve incrementado por el cambio periódico de los sujetos con los que interactúa.

b) Factores de segundo orden o contextuales. Encontramos aquí la reorganización de la estructura familiar (no quiero caer en el maniqueísmo de términos como desintegración o disfuncionalidad), que ha conferido a la escuela ciertas tareas en la formación del individuo que antes eran asunto de la educación en casa. Tal es el caso del crecimiento de la educación en valores o de la necesidad de dar atención a situaciones conflictivas.

Otro factor contextual lo constituye el acelerado crecimiento y difusión del conocimiento, que causa la rápida obsolescencia de saberes y formas de enseñar. El profesor está obligado a la actualización y a la rápida incorporación de nuevos contenidos y actividades en sus clases. Uno de los factores que merecerían la atención de un estudio más detallado es lo que Esteve presenta como el “juicio a la docencia”: se le adjudican a la educación y en especial a la calidad de la atención de los maestros problemáticas sociales tales como la creciente violencia entre los jóvenes, la falta de motivación para el estudio o el fracaso escolar. Este juicio tiene como telón de fondo ciertas reminiscencias históricas de la concepción del profesor (Díaz Barriga, 1985): el maestro como heredero del monje, del guía espiritual, que debe dedicar su vida a los otros de manera desinteresada.

En los factores del *stress* docente encontrados por Ángel Díaz Barriga (Díaz Barriga, 1985) se encuentra el status que guarda la docencia frente a la figura del investigador. En este sentido, no sólo ha impactado la figura del profesor investigador, que ha dejado a la docencia en desventaja frente a la investigación, sino la valorización de grados obtenidos en el extranjero, la cantidad de publicaciones o participaciones en congresos como criterios de evaluación del maestro, actividades poco asequibles para quienes se dedican a la docencia exclusivamente.

La valoración de la actividad docente

Si tomamos como marco referencial los factores mencionados, podemos hacer inferencias interesantes con las respuestas de los profesores de Comunicación sobre su propia experiencia. El 92% (de la muestra de 135 maestros) afirma estar satisfecho con su actividad docente y el 97% considera a la docencia como una actividad de realización profesional. (El término es ambiguo, pero refleja el grado de satisfacción que produce la docencia como algo más que un servicio social).

Las respuestas son menos entusiastas, sin embargo, cuando se aborda la importancia que tiene la labor del profesor para la institución. Aquí sólo el 82% considera que su actividad es importante para su propia universidad. En este tenor, el 73% siente que la labor docente es reconocida socialmente y sólo el 40% afirma contar con los apoyos institucionales para el ejercicio de la docencia. En una serie de preguntas abiertas, se pidió a los profesores que indicaran el mayor obstáculo para su actividad docente. Las respuestas fueron las siguientes:

- 29% bajo nivel de los estudiantes. (¿Es el nivel o es el cambio en los estilos de aprendizaje de las nuevas generaciones?)
- 14% no cuenta con la tecnología suficiente
- 14% grupos numerosos
- 12% baja remuneración económica. (Un punto discutible si se toma en cuenta el nivel de salarios de los profesionistas en México)
- 12% falta de recursos. (No necesariamente tecnológicos)

El resto de las respuestas se refieren en menores porcentajes a cuestiones administrativas, horarios incompatibles o programas curriculares mal diseñados. Los obstáculos, como era previsible y dado que fueron expresados en preguntas abiertas, se adjudican a la institución o al contexto. En cambio, los factores de satisfacción fueron expresados en los siguientes términos:

- La posibilidad de aportar al individuo y a la sociedad
- El contacto con los jóvenes. (Paradójico cuando encuentran en ellos el principal obstáculo)
- La oportunidad de aprender y crecer a través de la enseñanza

Por último, y esto es motivo también de un estudio más profundo, menciono la parte de la encuesta en la que se abordaron las causas por las que los maestros se iniciaron en la docencia:

- 54% por necesidad económica
- 17% porque no encontró trabajo en el ámbito profesional
- 15% como complemento a su profesión
- 11% por ofrecimiento directo
- 3% por vocación

Lo interesante de estas respuestas es que el 96% de los profesores afirman que no estarían dispuestos a dejar la enseñanza por otra actividad; es decir, que sea cual fuere el camino por el cual llegaron a las aulas, la actividad docente ha sido más gratificante que desgastante. Cabe mencionar, además, que la falta de herramientas didácticas o pedagógicas para la enseñanza en la Educación Superior se debe precisamente a que durante el curso de los estudios universitarios no se considera a la docencia como un escenario profesional posible. De hecho, son escasos los currícula que ofrecen asignaturas o cursos directamente relacionados con el ejercicio docente. Encontramos áreas de especialización en medios, publicidad, periodismo, investigación, comunicación organizacional y otras que son clásicas en la estructura curricular de la carrera. Valdría la pena la reflexión sobre este punto, si consideramos que la educación es, con mucho, el ámbito más grande de trabajo en México.

Los nuevos perfiles: enseñar a nativos digitales

Entre los temas que más se discuten en encuentros docentes, juntas de academia, charlas informales o congresos sobre educación está precisamente el perfil de los jóvenes que ingresan a las aulas cuya relación con la tecnología ha movido sus paradigmas sobre la educación y sobre el mundo en general

y ha impulsado el desarrollo de nuevas formas de aprendizaje a las cuales la escuela debe responder con urgencia.

Suele aflorar en primera instancia el juicio negativo: ya no saben leer, son dependientes de la tecnología, todo lo quieren fácil, ya no se comunican mas que a través de sus aparatos, etcétera. Estas frases coloquiales encierran uno de los más grandes retos en la enseñanza. Primero habrá que considerar que no hay vuelta atrás, es decir, que el acceso a redes de información, la comunicación virtual y este sentimiento de dependencia hacia la tecnología ha ido e irá in crescendo. Por otro, descalificar a los estudiantes bajo la nostalgia de formas educativas que ya no son operantes no hace sino incrementar la frustración docente y la poca pertinencia que el estudiante encuentra en sus estudios.

En este escenario, retomo aquí el concepto de Nativos digitales aludiendo a una generación que nació en la era de la tecnologías en información y comunicación, que ha tenido acceso a Internet desde la infancia, que consume productos audiovisuales portátiles (desde películas en DVD hasta videos descargables en un smartphone) y que ha crecido con su propia computadora en la que encuentra al mismo tiempo el entretenimiento y la herramienta escolar. Estos “nuevos usuarios enfocan su trabajo, el aprendizaje y los juegos de nuevas formas: absorben rápidamente la información multimedia de imágenes y videos, igual o mejor que si fuera texto; consumen datos simultáneamente de múltiples fuentes; esperan respuestas instantáneas; permanecen comunicados permanentemente y crean también sus propios contenidos”. (García, Portillo y otros. 2009: 11)

Una de las premisas del estudio del aprendizaje es que los métodos de enseñanza deben ajustarse a las características de los individuos y no al revés. (García, Portillo y otros. 2009). Además, el plano educativo y el tecnológico son ya indisolubles. La tecnología ha dejado de ser una herramienta de apoyo para convertirse en el medio principal de la transmisión de saberes y desarrollo de habilidades de los estudiantes. La cercana relación con la tecnología de los jóvenes ha diluido las fronteras entre el entretenimiento y el juego con el estudio, ya que abrevan del mismo dispositivo la información para estas actividades. Si un alumno en una biblioteca consulta uno o varios libros la información unidireccional de la fuente con el sujeto es unívoca. Sin embargo, si consulta fuentes en la red, tiene la posibilidad al mismo tiempo de atender a otros frentes: redes sociales, juegos de rol, videos, música, chats, etcétera.

Esto no es nuevo para nadie, pero ha sido poco abordado desde quienes diseñamos sistemas de enseñanza pensando en que la delimitación de ambos mundos, entretenimiento y estudio, es obligada, es decir, que el estudiante debe “desconectarse” de esos estímulos durante las actividades escolares o de estudio. Sin duda ése sería el escenario idóneo para poder avanzar en las labores educativas. Pero si no está sucediendo es porque el estudiante y ahora también el profesor (generalmente Inmigrante digital) vive en permanente conexión a más de un sitio en la red.

El aula se vuelve escenario del entretenimiento en el momento en el que el estudiante trae consigo la manera de acceder a él y viceversa, el ámbito escolar se amplía al tener conexión permanente a las redes. Muchas escuelas tienen proyectos tipo “aula 24 horas” en los que el estudiante puede desarrollar actividades de aprendizaje desde puntos remotos y en cualquier horario. Las condiciones en las que se han desarrollado estos estudiantes han provocado que sus períodos de concentración sean cortos, que muestren poca productividad y que su atención esté diversificada en estímulos

múltiples. Las tareas escolares no resultan tan atractivas como la oferta de entretenimiento que encuentran en la tecnología.

Otro factor que los define es su postura con respecto a la información: si en las generaciones anteriores, llamadas por los autores “inmigrantes digitales”, la información era un bien que poseía el docente y en ocasiones constituía un valor de cambio importante, para los jóvenes nativos digitales la información es considerada un bien común, público, accesible y fácilmente manipulable. Esto lo observamos no solo en la información que conforma los contenidos de los programas educativos sino con todo tipo: baste ver la soltura con la que exponen información personal en las redes sociales sin ese temor “adulto” a que su privacidad sea violada.

¿Cómo enseñar a los nativos digitales? La pregunta se torna doblemente importante para la enseñanza de la Comunicación, indisociable de la tecnología y en la que uno de los ejes principales es precisamente la generación y manejo de información. En nuestras aulas, compartir archivos digitales, generar espacios virtuales para publicar contenidos, generar, recibir, transformar y difundir información es una acción obligada. Necesitamos un modelo de docencia adaptable y dinámico, que asimile la tecnología sin perder de vista la conceptualización; que promueva y explote la comunicación virtual pero que en ese entorno logre el análisis, la capacidad de discernimiento y la conducta ética; que atienda a múltiples ambientes de aprendizaje, basados en la experiencia, sin prescindir de la crítica, la discusión y la lectura, (aun cuando la capacidad y la disposición a asimilar contenidos audiovisuales es mayor, esta profesión no puede descuidar la materia prima de la comunicación, la palabra).

Formar y especializar a los profesores en esta dimensión de la docencia es responsabilidad de las instituciones y los organismos académicos. Si bien el docente ha sido el principal impulsor de su especialización, a veces sólo por ensayo y error, es clara la necesidad de programas articulados al currículum orientados a la preparación del profesor para estos nuevos paradigmas del proceso enseñanza-aprendizaje.

Reflexiones finales

En el transcurso de los últimos seis años, desde la realización del primer Encuentro Docente de la Vocalía, las problemáticas han sido focalizadas hacia puntos que nos preocupan: competencias docentes, nuevos perfiles, retos y condiciones en las que se enseña la Comunicación. La experiencia ha sido enriquecedora por la variedad de percepciones, puntos de vista, vivencias y saberes compartidos en estos foros. De la experiencia podemos recuperar la insistente demanda de los profesores para que las problemáticas sean atendidas de manera sistemática y profunda. La propia identificación como gremio en el campo académico de la Comunicación es el primer paso para fortalecer nuestra práctica docente y desarrollar las competencias que nos demandan los escenarios educativos actuales. Tendríamos que ser los primeros en explotar la tecnología de las redes para la conformación de grupos colaborativos especializados en la enseñanza de la Comunicación.

Nuestra postura ante los problemas del país y del mundo tendría que ser contundente: estamos formando a quienes pueden tener incidencia en el pensar y el actuar de las personas. No es menor la tarea, sobre todo si tomamos en cuenta otra crisis, la de valores, que tiene al individuo contra la pared de sus propias carencias en términos de claridad para saber como conducirse. No se trata de promover moralinas educacionales, sino de comprender el alcance de nuestra tarea a nivel social. Si la docencia no es una profesión reconocida, no podemos negar que su impacto en la comunidad es mayor, y que ello nos obliga a ser maestros profesionales.

Fuentes consultadas

Altbach, Philip. (2004) *El ocaso del gurú. La profesión académica en el tercer mundo*. Universidad Autónoma Metropolitana. México.

Díaz Barriga, Ángel. (1985) Los procesos de frustración en la tarea docente. Capítulo 4 del libro *Tarea Docente. Una perspectiva grupal y Psicosocial*. Ed. Nueva Imagen, Universidad Nacional Autónoma de México, México.

Esteve, José (1995). “La salud mental de los profesores y sus relaciones con las condiciones de trabajo”. Jornadas sobre la Salud Mental del Profesorado. Málaga, 28 de abril.

Esteve, José. (2003). La aventura de ser maestro. Ponencia presentada en las XXI Jornadas de Centros Educativos. Universidad de Navarra.

Freidson, Elliot. (2001). La Teoría de las profesiones. Estado del arte en Perfiles Educativos. Volumen 23, número 093. Universidad Nacional Autónoma de México.

García, Felipe, Javier Portillo, Jesús Romo y Manuel Benito (2010). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. Universidad del país Vasco.

Latapí, Pablo. (1982). *La investigación educativa en México*. Fondo de Cultura Económica. México.

Parsons, Talcott (1979), "Profesiones liberales", en *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, tomo 8. España, editorial Aguilar.

Piscitelli, Alejandro. Nativos e inmigrantes digitales: ¿brecha generacional, brecha cognitiva, o las dos juntas y más aún? Revista mexicana de Investigación Educativa, enero-marzo, año/vol.11, nº 028

Notas

(1) Al respecto, la conformación de la planta docente de las escuelas de la Vocalía Valle de México, en el año 2007, estaba conformada en un 80% por profesores de cátedra o asignatura, de los cuales el 56% impartían clases en 2 o más universidades. (Encuesta docente 2007, elaborada por Imelda Hernández y Ma. de Lourdes López para la Vocalía Valle de México de CONEICC).

Sobre la autora

Licenciada en Comunicación por la UIA, Maestra en Ciencias de la Educación Superior. Docente e investigadora desde hace 25 años en el ámbito del Diseño Curricular y la Formación de profesores en la Universidad del Valle de México. Docente en áreas de Cine, Cultura, Arte, Guionismo y Ética de la Comunicación en la Universidad del Valle de México, ITESM Campus Ciudad de México, Universidad de la Comunicación y Universidad Panamericana. Titular de la Vocalía Valle de México de CONEICC en la gestión 2009-2012.

La enseñanza de la comunicación en América Latina, México y el Valle de México

Dra. María Antonieta Rebeil Corella y Mtra. Rebeca Iliana Arévalo Martínez

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

Quiero compartir con ustedes los datos más relevantes obtenidos en el estudio denominado *Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe* que auspició la UNESCO conjuntamente con la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) en 2009. Empecemos por comentar que en las 32 Entidades Federativas que constituyen la República Mexicana se han detectado 1,006 escuelas y centros de formación en comunicación y disciplinas aledañas como son la publicidad, el periodismo, las relaciones públicas y la mercadotecnia, entre otras.

Con respecto a la metodología del estudio, es importante comentar que la manera como la consultoría por parte de México obtuvo una base de datos confiable, fue nombrando a un investigador-validador en cada Entidad Federativa. Ellos proporcionaron los datos de cada Estado de la República. En el caso de México, fueron 33 investigadores del CONEICC los que, distribuidos a lo largo y ancho del país, contribuyeron con sus esfuerzos al estudio de la formación de comunicadores y periodistas.

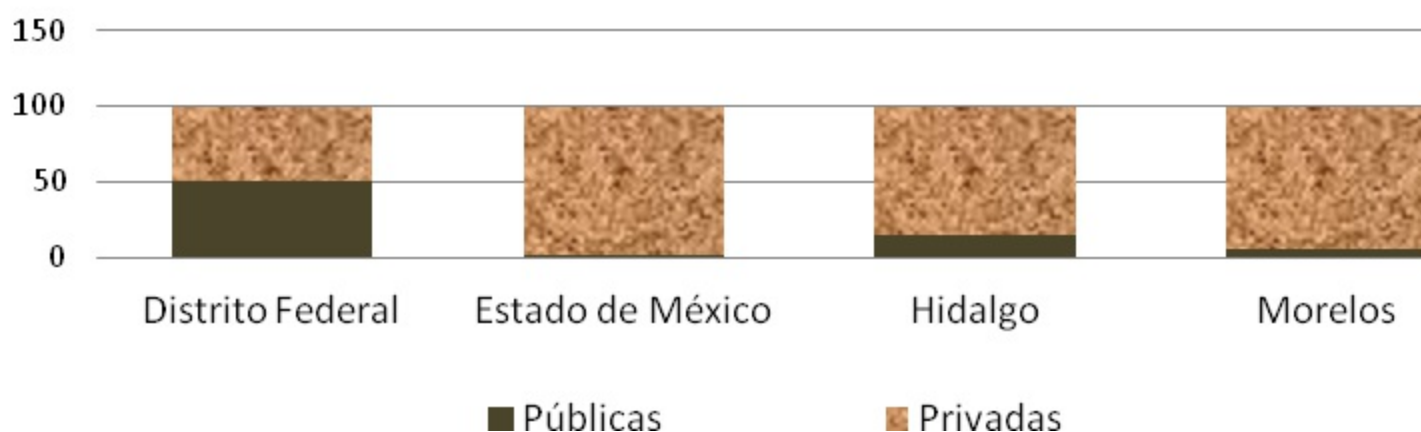
El universo de programas detectados en México equivale a 1,006; sin embargo, una reflexión que parece clave en esta parte es que muchos de los programas educativos que surgen en el contexto de instituciones de educación privadas, no tienen el registro correspondiente ante la Secretaría de Educación Pública, ni están reconocidas por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES). Al respecto, basta señalar que la ANUIES, en el año 2007, tenía registrados 512 Universidades que cuentan con programas educativos de Comunicación. No obstante, en este estudio, gracias al esfuerzo de las Instituciones integrantes del CONEICC, fue posible detectar hasta 1,006 en el territorio nacional. Ello da como resultado que prácticamente el 50% de estos programas han sido fundados y se desarrollan al margen de todo registro oficial.

En cuanto a los resultados, empezando por los referentes al Modelo Administrativo, se encontró que la mayor parte de los programas de Comunicación que respondieron al estudio, se encuentran en Escuelas, constituyendo un 43%. Le sigue en cantidad la modalidad departamental, con un 24%. Finalmente, el 18%, casi una quinta parte de las unidades en la muestra, son Facultades. Ello implica que al interior de sus muros incluyen programas de maestría y, en pocos casos, de Doctorado. De los resultados referentes al Régimen de los Programas de Estudio, los investigadores de las distintas regiones de América Latina y el Caribe donde se llevó a cabo el estudio, dieron a conocer un poco más acerca de la naturaleza de los programas educativos analizados, incluyendo datos que no necesariamente aparecen en el Reporte final de UNESCO y FELAFACS. Entre otras cuestiones, se ofrecen los datos acerca del tipo de institución a la que pertenecen las escuelas de Comunicación, y en este sentido, con variantes mínimas entre las Regiones, se puede hablar de que la enseñanza de la Comunicación en América Latina es predominantemente una aportación del sector educativo que

proviene de la iniciativa privada. México, no es la excepción, pues la gran mayoría de las Escuelas que respondieron a la encuesta de la UNESCO y FELAFACS, son instituciones privadas, es decir, un 76% de las respuestas.

Particularmente en la Región del Valle de México, la distribución entre Instituciones Educativas públicas y privadas no es igual en los diferentes estados. En el Distrito Federal están divididas en un 50% cada sector; sin embargo, en el Estado de México el 99% es de instituciones privadas y únicamente el 1% es de instituciones públicas. En el estado de Hidalgo la distribución es del 85% de privadas y el 15% de públicas, mientras que en el estado de Morelos el 95% es de índole privado y el 5% de instituciones públicas (Gráfica 1).

Gráfica 1
Distribución Instituciones Educativas Públicas vs. Privadas
Región Valle de México



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

Hay que subrayar el hecho de que no porque existan más instituciones privadas necesariamente habrá un mayor número de egresados de programas educativos procedentes de las mismas escuelas privadas. Hay que considerar que las instituciones públicas casi siempre son capaces de absorber una porción más amplia de la demanda que las privadas y, por lo tanto, pueden estar contribuyendo en substancial medida, a engrosar las filas de la fuerza de trabajo que penetra en el mercado laboral.

Ubicación geográfica de la enseñanza de la comunicación

La enseñanza formal de la Comunicación y del Periodismo, al igual que muchas otras disciplinas, es una actividad que se centra en las ciudades capitales y en los principales centros urbanos de cada país. Por lo menos los datos que se obtuvieron de México así lo evidencian. Ello habla de la

búsqueda, por parte de estos programas, de mercados amplios de estudiantes. No obstante, ello también manifiesta que las tareas de la comunicación, en el momento actual, tienen campos más amplios de expresión en el marco de las grandes urbes. Las correlaciones más frecuentes de la Comunicación en la Región México, tienen que ver con el desarrollo de la industria, el comercio, los servicios y el turismo. Particularmente, en la Región del Valle de México se ubica el 38% de las Escuelas de Comunicación. Ello se deriva del hecho de que en esta región urbana se cuenta con parques de manufactura e industria, que tienen una oferta amplia de servicios en general y de turismo, en particular. El sector turístico absorbe un número importante de comunicólogos en particular a quienes se especializan en Relaciones Públicas y Comunicación Integral de las Organizaciones.

Sin embargo, dentro de la propia Región Valle de México, la distribución por ciudades capitales no es homogénea, ya que en el caso del Estado de México tan sólo el 7% se ofrecen en Toluca, capital del Estado, mientras que en el resto de los estados que conforman la Región Valle de México, la proporción va del 90 al 100% de ubicación en la capital de cada entidad federativa.

En cuanto a la distribución de las instituciones educativas que ofrecen programas de estudio en Comunicación en la región del Valle de México, destaca el Distrito Federal con 199 instituciones, seguido por el Estado de México con 127, el estado de Hidalgo con 33 y el estado de Morelos con 20 instituciones. Los datos muestran la ubicación y oferta de programas en cada Estado de la Región Valle de México (Cuadro 1).

Cuadro 1
Ubicación y oferta de programas de estudio por Estado
Región Valle de México

Estado de la República Mexicana	Número de programas por Estado Región Valle de México				Programas en la Capital del Estado	
	Comunicación	Mercadotecnia	Periodismo	Total	Número	Porcentaje
Distrito Federal	189	5	5	199	199	100%
Estado de México	74	47	6	127	9	7%
Hidalgo	17	16	0	33	30	91%
Morelos	18	0	2	20	18	90%

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

Relación entre alumnos inscritos y alumnos graduados

Los datos que se discuten a continuación pertenecen a un total de 74 escuelas que respondieron a un cuestionario como parte complementaria del estudio de la UNESCO y FELAFACS. En cuanto a los programas de pregrado o licenciatura, en promedio tienen una duración de tres años y medio, o sea siete semestres. Los programas de mayor exigencia, ofrecen duración mínima de ocho semestres y hasta nueve o diez. La relación existente entre alumnos matriculados y alumnos graduados en el nivel de la Licenciatura (Pregrado) es bastante equivalente. Es decir, prácticamente todo alumno que se matricula, se gradúa (Gráfica 1).

En los programas de extensión, la cantidad de alumnos que ingresan a estos programas es alta, un 58%, frente a la cantidad que logra graduarse que son un total de 42%. Ello podría estar señalando el hecho de que la entrada de los egresados de las licenciaturas (pregrado) al mercado laboral se une a los esfuerzos que hacen por combinar el trabajo con algún estudio de especialización o diplomado. En el caso de los Diplomados, el total de alumnos inscritos en el último semestre es de 7,453 para las 74 escuelas en el estudio. La relación entre alumnos matriculados y graduados es aproximadamente de cada siete alumnos, cinco llegan a graduarse.

Para los programas de Maestría, se registró un total de 1,193 alumnos, de los cuales 263 alumnos están cursando programas inscritos en el Programa Nacional de Posgrado de Calidad del CONACYT, según datos de Raúl Fuentes Navarro del ITESO, presentados en agosto del presente año. Del total de 1,193 alumnos, un número significativo de 1,022 se graduó en el último semestre. Considerando el grado de dificultad que implica la realización de la Maestría, estas cifras señalan que existe un índice de eficiencia terminal bastante satisfactorio en este nivel de posgrado. En cuanto a los programas de Doctorado, se tiene un total de 161 alumnos inscritos en este nivel de posgrado para las 74 escuelas. Considerando que en la licenciatura se tienen más de 30,000 alumnos, realmente se puede decir que aquellos alumnos que llegan al nivel de doctorado es un número reducido. Adicionalmente, el Índice de Eficiencia Terminal es alarmante, más o menos de 16 a 1. Como se puede observar, la diferencia en la eficiencia terminal de los diferentes grados de estudio es significativa (Gráfica 1).



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

Nivel de estudios del profesorado

En el nivel de estudios del profesorado, las cifras señalan que casi el 50% de éstos tienen nivel licenciatura, seguido del nivel de Maestría con 40.67% y con un mínimo de 9.25% de Doctores. Estos datos señalan que la obtención de una licenciatura en México está predominantemente en manos de profesores que tienen el mismo nivel en que imparten clases. Existe la tendencia a que los profesores vayan cumpliendo el grado de maestría y que el nivel del doctorado aún tenga un grado mayor de dificultad.

Equipo e infraestructura de los programas de Comunicación

Con respecto al tema de equipo e infraestructura, la mayor presencia la tienen las salas de cómputo en primer lugar, seguidas de las cabinas de radio. A ello le sigue el equipamiento del personal administrativo con correo electrónico, los equipos de edición de video, y en quinto lugar el uso de correo electrónico entre profesores y alumnos. Hay una tendencia en el uso de los equipos e infraestructura en las Instituciones Educativas; de la cual es importante destacar que los equipos en menor existencia son los laboratorios de cine, los cuales se encuentran solamente en el 17.56% de las licenciaturas analizadas en 2009 (Gráfica 2).



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

Hay una cuestión que sobresale y que es fundamental para las Escuelas de la Comunicación, y es precisamente la cuestión de la cibercultura, y ésta es precisamente la que emerge del uso de las computadoras con fines educativos y de comunicación, entre otros. Se trata de la cultura basada en la Internet que involucra tres aspectos: 1) la Interactividad, que implica una nueva interacción entre persona y entorno; 2) la hipertextualidad que supone el acceso a cualquier cosa desde cualquier punto y; 3) la conectividad potenciada por las nuevas tecnologías como Internet. Toda esta capacidad de Interactividad digital, brinda la posibilidad de trabajar cooperativamente, de producir de manera colectiva los conocimientos, y satisface la necesidad de innovación.

En este cambio o nueva relación con el mundo y las personas, que se introduce a través de las computadoras y la multiplicidad de funciones de Internet, se puede decir que son más aptos los jóvenes que la población adulta. Ello se ha hecho evidente de manera muy particular en las escuelas de comunicación en las cuales no solamente se ha iniciado el uso de estas tecnologías, dadas las ventajas prácticas que éstas traen para la realización del trabajo intelectual. En el caso de los programas de comunicación, resulta importante señalar que las nuevas tecnologías y la cibercultura se han convertido en el objeto de estudio mismo de la comunicación. Es por ello que para los profesores el tema de las nuevas tecnologías implica un doble esfuerzo, por una parte dominar los nuevos lenguajes y el uso de herramientas, y por la otra, poder emplearlas con finalidades educativas.

En cuanto a las actividades y servicios académicos, una gran cantidad de las universidades encuestadas cuentan con algún medio o programa de proyección hacia el exterior. Entre estos están los programas de proyección social, la producción de programas radiofónicos, revistas académicas, portales web autónomos, producción televisiva, una estación radial, el periódico universitario, así como un canal propio de televisión en 18 de las universidades encuestadas. En muchos de estos casos se trata de radiodifusoras, televisoras y otros medios apoyados por los gobiernos de las entidades federativas, quienes contratan los servicios de las Universidades para mantener y llenar sus barras programáticas; invirtiendo fuertes sumas de dinero y de recursos humanos al sostenimiento de

estas actividades que permiten la presencia de la Universidad y de sus estudiantes (Gráfica 3).



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

Acreditación de los programas de Comunicación

Por otra parte, la acreditación es un proceso mediante el cual las universidades y las unidades de comunicación se someten a una valoración de la calidad con que realizan sus trabajos. Las licenciaturas encuestadas, en su gran mayoría, afirman contar con acreditaciones nacionales que suman, y un número menor afirma tener alguna acreditación internacional.

Desde su seno, el CONEICC promovió el nacimiento del Consejo de Acreditación de la Comunicación A.C. (CONAC), precisamente para que más Escuelas se sometieran a procesos de perfeccionamiento, que eventualmente las llevaran a ser acreditadas por el CONAC. En México, en cuanto a las acreditaciones nacionales, se tienen 29 programas acreditados por la Asociación para la Acreditación y Certificación en Ciencias Sociales (ACCECISO), 45 acreditados por los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) y 30 programas acreditados por el Consejo de Acreditación de la Comunicación (CONAC); siendo el país de Latinoamérica con el mayor número de programas acreditados. En cuanto a las acreditaciones a nivel Latinoamérica, se cuenta con dos programas que tienen la acreditación del Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP).

Redes de colaboración e intercambio académico

En el tema de redes, las estadísticas marcan una tendencia muy clara, por parte de estos programas de comunicación, a integrarse en redes nacionales, siendo el 81.1% los que se encuentran en este caso, mientras que en redes internacionales está un 44.6%. Esta tendencia va en aumento, pues se ha descubierto el valor que tiene entrar en contacto, hacer intercambios y trabajar entre grupos interdisciplinarios e interinstitucionales e internacionales.

Vinculación de los programas con la sociedad

Otra cuestión que vale la pena mencionar en términos de calidad de la educación, es el aspecto de la vinculación que tienen las escuelas de comunicación con la sociedad del continente latinoamericano.

En términos generales, se puede hablar de tres tipos de incidencia en la sociedad. En primer lugar están las vinculaciones que buscan finalidades académicas de intercambio, acercamiento e involucramiento con los distintos sectores (económico, político, social, cultural) de la sociedad; en segundo lugar aquéllas que hacen voluntariado y proyectos de asistencia social; y en tercer lugar las que buscan tener incidencia en la elaboración de leyes, políticas de comunicación, libertad de expresión, entre otras cuestiones. Se trata de la búsqueda de distintos ámbitos de comunicación social.

Los programas y sus egresados

Hoy en día existe la tendencia de que las universidades, escuelas y centros de gran tradición y calidad buscan retener lo más posible a sus egresados en el interior de sus muros. Algunos factores en este sentido son: 1) la reducción de jóvenes en el espectro nacional y el cada vez más decadente índice de natalidad; 2) la fidelización del egresado de licenciatura para que siga alimentando la base de la matrícula de su alma máter; 3) el hecho de que suele ser más fácil retener a los egresados con un lazo emotivo que atraer nuevos estudiantes; 4) la oferta de programas más agresivos de planes de beca y financiamiento para retener alumnos en la continuidad académica; 5) el desempleo que viven 8.5 millones de jóvenes quienes se encuentran sin posibilidad de realizar estudios excepto en escuelas de bajo costo o micro programas de adiestramiento rápido ofertados por las universidades de calidad; 6) y finalmente, la tendencia a ofrecer empleo a los egresados de la misma institución por sobre los egresados de otras instituciones.

Con todas estas tendencias y estadísticas, ¿cuáles son las perspectivas generales que tiene la enseñanza de la Comunicación en este país? A manera de lista, éstas son las perspectivas más relevantes a considerar en el trabajo que realizan los académicos:

- Impulsar la acreditación de las escuelas de comunicación con la difusión de la experiencia de instituciones acreditadas
- Generar una bolsa de trabajo, servicio social y prácticas profesionales para los estudiantes y egresados para ampliar la oferta de trabajo
- Generar una vinculación entre la universidad y los sectores empresarial, público y social para la aplicación en el alumno de sus habilidades y competencias en el sector laboral
- Incorporar cada vez más los alumnos a las tareas de producción de conocimiento e investigación con apoyo del CONACYT y el CONEICC
- Finalmente, la Universidad debe responder a demandas cada vez más complejas propias del mercado laboral y de la globalización, y a la vez subsanar las deficiencias de niveles educativos anteriores.

Sin duda, el panorama que brinda el estudio, permite ver a grosso modo algunos de los problemas centrales de la formación de la Comunicación en México. Ello trae consigo nuevos niveles de compromiso y de acción por parte de la comunidad académica que pretende mantener y hacer mejor la enseñanza de la Comunicación.

Referencia

UNESCO y FELAFACS: 2009. Mapa Integral de la enseñanza de la Comunicación en América Latina. Extraído el 9 de febrero de 2011 desde www.felafacs.org/unesco

Sobre las autoras

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

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

Las demandas del mercado laboral de la Comunicación

Enrique Bustamante Martínez

Presidente de la Academia Mexicana de la Comunicación

En la Academia Mexicana de la Comunicación buscamos promover e impulsar la investigación, el estudio y la evaluación de la comunicación en sus diversas formas de ejercicio profesional; es por eso que celebramos el hecho de reunirnos con ustedes para escuchar, comparar y proponer acciones de beneficio social a partir de la comunicación, que permitan guiarnos hacia un mejor aprovechamiento de nuestra industria y la solución de los grandes problemas nacionales.

En la actualidad México presenta el incremento acelerado de las escuelas de Comunicación y por ende, un número considerable de egresados de la carrera van y vienen y en ocasiones no sabemos mucho de ellos. Algunos quizá sean absorbidos por el *star system* del que habla Javier Esteinou, pero otros más ingresan en las filas del subempleo y del desempleo. Esta situación provoca que Instituciones de educación superior y asociaciones civiles como la que hoy represento, nos preguntemos sobre el balance entre la oferta de comunicólogos egresados y la demanda laboral que les ofrece el mercado en la actualidad.

¿Dónde puede trabajar quien se inicia en las Ciencias de la Comunicación? ¿Hacia dónde se dirige la carrera? ¿Existen áreas laborales no explotadas por el comunicólogo? El estudiante que recién ingresa a la carrera de Ciencias de la Comunicación tiene una clara tendencia hacia los medios masivos. La principal rama es la electrónica, pero los medios impresos tienen una presencia considerable, mientras que existe un pequeño segmento que declara tener un gusto hacia la parte social y política.

Vemos entonces cómo todavía prevalece la visión de los estudiantes y egresados de comunicación de que la carrera está diseñada para trabajar en algún medio, creando con ello imaginarios colectivos y la ilusión en los empleadores, estudiantes y padres de familia que el comunicólogo va enfocado a los medios electrónicos. Esto de alguna manera conlleva el desconocimiento de las habilidades, destrezas y conocimientos con los que egresa un estudiante de comunicación.

Más allá de la catalogación, los empleadores deben considerar que la formación profesional del futuro comunicólogo le permite desarrollarse en ámbitos más complejos que el aparecer a cuadro, elaborar guiones, monitorear medios o manejar una cámara. En un sentido más amplio, el comunicólogo tiene capacidad de detectar los factores sociopolíticos, políticos y culturales que le permiten incidir en la sociedad para plantear soluciones de comunicación más adecuadas al entorno en que se desarrollan. Tiene la habilidad de diseñar estrategias de comunicación y seleccionar los medios adecuados para su ejecución.

Si bien es cierto que el comunicólogo puede diseñar mensajes escritos y orales para cualquiera de los medios masivos de comunicación y participa en el proceso de producción en áreas como radio, televisión y medios impresos; también sabe analizar, interpretar y evaluar los contenidos de los

mensajes dirigidos a públicos específicos y motiva de esta manera su asimilación y respuesta; organiza y coordina grupos de trabajo dentro del área de comunicación.

Aunque se sabe que en México apenas está despertando una cultura laboral donde se comparte información y se manejan profesionalmente los procesos comunicativos, es evidente que en la práctica, los comunicólogos, pasantes o egresados, no han logrado posicionarse en el campo laboral para llevar a cabo esas actividades. Se requieren sistemas de información y control, así como la evaluación y seguimiento para lograr que el perfil ideal del comunicólogo incida no solo en las materias sino hacia el interior de todos los organismos involucrados en los procesos de enseñanza-aprendizaje y en los procesos que enmarcan el desarrollo de las funciones sustantivas de la universidad, promoviendo una educación formativa integral.

Por tal motivo considero importante reflexionar sobre los retos de las Ciencias de la Comunicación como profesión, ante nuevos cambios económicos, sociales y tecnológicos y las prácticas profesionales emergentes del comunicólogo. Ahora vemos cómo los procesos de integración económica van acompañados de acelerados adelantos en el desarrollo de la tecnología, lo cual ha permitido potenciar ventajas de la integración.

El escenario y los actores de la comunicación en México están modificándose muy rápido y frente a esta tendencia, los requerimientos de profesionistas que se desempeñan en sectores redimensionados estarán enmarcados en la exigencia de una formación académica más profesionalizada y competitiva, para que su participación en los medios tecnológicamente más desarrollados y con cobertura más amplia, responda las expectativas de los empleados.

Las escuelas de comunicación en América Latina y México tienen como reto fundamental la revisión y reestructuración de sus planes de estudio, con el propósito de formar comunicólogos con nuevos perfiles profesionales y por lo tanto, con prácticas profesionales emergentes que permitan su competitividad dentro de los nuevos esquemas económicos, políticos y sociales. Desde la Academia Mexicana de la Comunicación consideramos que las nuevas prácticas profesionales se presentan debido a la diversificación de las áreas del mercado de trabajo, y al acelerado desarrollo tecnológico, lo cual se manifiesta en nuevas formas de hacer comunicación.

En la enseñanza actual de la comunicación requerimos definir y contextualizar el nuevo modelo de sociedad para reinterpretar las funciones y los usos de los medios. La formación académica debe considerar los modelos de comunicación emergentes a partir de la Internet y al mismo tiempo tener la capacidad de analizar los efectos de las transformaciones tecnológicas sobre los medios convencionales. Hasta ahora la formación de comunicadores se ha visto permanentemente en la lucha entre una tendencia fundamentalista y otra practicista, así como una clara desvinculación entre la teoría y la práctica, problema que no es nuevo en la formación de los comunicadores. Además de una semejanza entre planes de estudio que reduce en homogeneidad los objetivos, perfil de ingreso y egreso, así como en las modalidades del ejercicio profesional.

Las relaciones públicas, la comunicación organizacional y educativa, la promoción, el diseño de imagen y el campo de las nuevas tecnologías son algunas de las nuevas áreas de oportunidades para profesionales. Pese a ello, muchas universidades aun no las consideran como especialidad, no obstante que en esos campos existe la posibilidad de que egresados trabajen por su cuenta. Otros

campos emergentes que tendrían que ser considerados de manera prioritaria por las escuelas del país, son la comunicación con comunidades y grupos minoritarios, la salud, la ecología, el turismo y los espacios que suponen los nuevos medios de comunicación.

Hablar de comunicación en estos tiempos implica hablar de nuevos espacios-plataformas, nuevos protagonistas. Por lo que respecta a la comunicación digital, las posibilidades son múltiples gracias a las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación. El futuro comunicólogo debe ser ágil en el manejo de herramientas de la web, tener conocimientos básicos de fotografía, producción y edición de audio y video, así como conocer el lenguaje propio de la red. No debemos ver la comunicación digital como una amenaza para el periodismo convencional, sino como una gran ventaja que debe ser acogida como una innovación para mejorar el trabajo que a diario se realiza. Como dijera el maestro José Luis Orihuela de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra: “Un buen periodista debe ser diestro en el manejo del lenguaje adecuado a cada plataforma y debe ser capaz de explicar con elocuencia lo que pasa en cualquier medio”.

Saber lo que sucede a nuestro alrededor, así como también en la red, es elemental. Escoger las fuentes de información en la Internet, construir audiencias virtuales, trabajar con las noticias que se publican minuto a minuto en los portales de las grandes Agencias Informativas, usar la web 2.0 y sus herramientas que permiten hacer nuevos contactos, compartir y recibir información oportuna, sumarse a las redes sociales y profesionales virtuales que existen, etcétera, todo esto es de vital importancia hoy en día para un adecuado perfil del egresado de Comunicación.

El nuevo comunicador aun cuando no trabaje en un medio digital, debe tener una noción de los instrumentos digitales y construir su propio espacio en la Red, hacer de la Web un medio más para adquirir información, para contrastarla con sus fuentes y poder trasmitirla. A diferencia del resto de los medios de comunicación, que sirven de intermediario entre el emisor y los receptores, las Nuevas tecnologías digitales se caracterizan por posibilitar la interactividad *on-line*, es decir, frente a la radio, televisión y prensa controlados por editores y empresarios, Internet crea una comunicación infinita de uno con uno (mediante el correo electrónico), de uno con muchos (mediante una página web), de muchos con uno (por medio de una difusión electrónica o de una sindicación de contenidos), y especialmente, de muchos con muchos (mediante el chat, los blogs, los grupos de discusión y las redes sociales).

En la comunicación digital todos son emisores y receptores, dejando de ser imprescindibles los intermediarios. Como ha sucedido en otras etapas de la historia, la Revolución Comunicativa de la Interactividad no suprime los otros medios de comunicación social, sino que los modifica. Internet no es un medio de comunicación de masas sino una plataforma de comunicación de personas. Esta característica supone una ampliación gigantesca de la libertad de expresión.

A todo esto podemos añadir que la comunicación digital exige mayor cuidado y creatividad y se presenta como un reto para los comunicadores: “La comunicación ciudadana y participativa se convierte por regla en comunicación integradora”. En la actualidad no hay emisores estáticos y receptores pasivos que se limiten a consumir los contenidos culturales que ofrecen los medios convencionales en horarios determinados, por simples razones del *rafting*. La movilidad de las personas observa hoy un papel central en el desarrollo de los sistemas de comunicaciones propios de la bien llamada “sociedad de la ubicuidad” a la que refiere nuestro amigo y académico, el Dr.

Octavio Islas.

La Sociedad de la Ubicuidad propone un nuevo actor comunicativo: el *prosumer*, quien en cualquier momento y desde cualquier lugar resulta capaz de producir y consumir la información que circula en los medios de la comunicación y en la Internet, a través de una computadora y de avanzados dispositivos digitales. La figura de *prosumer* evidentemente nos obliga a actualizar los modelos de educación que aprenden los estudiantes de las Ciencias de la Comunicación. Ahora el egresado de esta carrera puede ante las demandas del mercado laboral, desenvolverse simultáneamente tanto en ambientes analógicos como ambientes digitales; en el mundo real y en el mundo virtual.

El concepto *On Demand* resulta fundamental en la comprensión de la dinámica de la sociedad como en el consumo cultural, información y entretenimiento de los *prosumers*, por lo tanto los nuevos medios digitales deberán producir contenidos relevantes para redes sociales contemplando la necesidad de que dichos contenidos resulten accesibles en todo momento y en todo lugar. La radio y la televisión en Internet no podrán imponer los horarios establecidos para transmisiones ordinarias, y se perderá en todo sentido la dictadura de los ratings sobre los *postumers*. Para poder sobrevivir, la publicidad convencional tendrá que adaptarse a las nuevas condiciones de consumo cultural y de entretenimiento.

Hoy, las avanzadas tecnologías de información y comunicaciones son capaces de transformar nuestra percepción del tiempo y el espacio, imponiendo además nuevas prácticas de entretenimiento para el tiempo libre y el consumo cultural de las sociedades. En la actualidad un gran número de nuestras comunicaciones ordinarias las realizamos a través de interfases inteligentes, las cuales desplazamos con nosotros a cualquier parte. Avanzados dispositivos multimedia y portátiles, permiten integrar el teléfono celular, la cámara digital, la grabadora de voz, el reproductor de MP3 y navegar en Internet.

En la actualidad los comunicadores estrictamente “analógicos” resultan poco competitivos en el ámbito laboral. Quienes se desempeñan como responsables de cualquier unidad de comunicación institucional también deben dominar el “hemisferio digital” de los procesos comunicativos, pues un considerable número de acciones comunicativas institucionales suponen el inteligente empleo de Internet, de sus múltiples herramientas de comunicaciones, y en general, de avanzadas tecnologías de información y comunicación multimedia.

El tránsito a la Sociedad de la Información y el Conocimiento, efectivamente impone nuevas exigencias formativas a los profesionales del periodismo y la información. En la academia es imperativo reconocer la necesidad de formar un nuevo tipo de profesionales de la información: los periodistas multimedia, quienes habrán de realizar sus labores informativas empleando las más avanzadas tecnologías de información y comunicaciones. A diferencia de quienes afirman que Internet terminará por extinguir al periodista profesional, es posible confiar en que el periodista multimedia se perfilará como el profesional de la información en las “Sociedades de la Información y el Conocimiento”.

En nuestra profesión ya es posible advertir la presencia de sensibles “brechas profesionales”, las cuales agudizan las crisis epistemológicas que perturban hasta la definición misma de nuestra disciplina. La expansión del periodismo digital se perfila como un proceso que definitivamente admite ser reconocido como irreversible. En la mayoría de las universidades latinoamericanas en las

cuales se imparten programas de licenciatura o posgrado en Ciencias de la Comunicación, no hemos reparado en la necesidad de realizar las adecuaciones pertinentes a nuestros programas de estudios para incorporar todas aquellas asignaturas o especialidades que pudieran elevar la eficiencia terminal y la competitividad de nuestros egresados y responder así a las nuevas exigencias profesionales que ha impuesto el acelerado desarrollo de las comunicaciones digitales.

Frente a las demandas del mercado laboral al profesional de la comunicación, los egresados de las Ciencias de la Comunicación tienen el gran reto de sumergirse en la Revolución Tecnológica, al mismo tiempo que las Instituciones de Educación Superior, deben incentivar la alfabetización digital y audiovisual del comunicador social, del periodista convencional. La constante actualización y la innovación son las claves en esta Era Digital de la Comunicación.

En la Sociedad de la Información y el Conocimiento, el periodista será un profesional multimedia, capaz de realizar su trabajo en todos los medios y con todos los medios. Su sólida formación ética y profesional le permitirá distinguirse de las tareas informativas que asumirán entusiastas cibernautas, quienes con el paso de los años seguramente conformarán una extensa red de corresponsales autónomos que disputarán a periodistas profesionales el privilegio de referir hechos noticiosos de interés mundial.

La competitividad de los egresados de las escuelas de comunicación y periodismo de ninguna manera podrán depender del prestigio que han logrado acumular los claustros de profesores de determinadas universidades. Nuestro trabajo como académicos e investigadores de la comunicación, es proporcionarles la mejor preparación a nuestros alumnos, para que ellos efectivamente puedan encontrar trabajo, realizándose plenamente como seres humanos y profesionales de la comunicación. Es tiempo de ser más humildes y reconocer que el aprendizaje es dialéctica pura, y que los cambios son tan necesarios como inevitables. Debemos aprender a cambiar.

Para superar la crisis que hoy perturba el devenir de las Ciencias de la Comunicación, resulta indispensable atender el llamado de la realidad. Aun nos queda tiempo, debemos reaccionar.

Sobre el autor

Licenciado en Comunicación por la Universidad Anáhuac. Ha realizado estudios de posgrado como el de Fund Raising Management en la Universidad de Indiana, Strategic Uses of Information Technology en la Universidad de Stanford y La tecnología Informática aplicada al Periodismo, en la Universidad Nacional Autónoma de México. Cuenta con una amplia trayectoria de empresas de Comunicación. Actualmente es Director General de la Fundación Eayli Ortiz A.C. Es miembro del Consejo Consultivo de las Escuelas de Comunicación de la Universidad Anáhuac y del ITESM y socio fundador de la Asociación Mexicana de Internet. Desde 2009 preside la Academia Mexicana de Comunicación.

La Modernidad y el Modelo Nini de las escuelas de comunicación en México

Javier Esteinou Madrid

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco

I. ¿En dónde estamos?

Reflexionar sobre cuál debe ser una agenda para el futuro de las múltiples escuelas de comunicación en el país al terminar la primera década del siglo XXI, es un desafío muy complejo por todas las exigencias que demanda el complicado escenario curricular, técnico, académico, laboral y profesional de la comunicación contemporánea en nuestro país. Por ello, antes de involucrarnos en cualquiera de las perspectivas parciales de las áreas endógenas anteriores, es indispensable regresar al origen social y humano de la comunicación que es la única perspectiva que la puede justificar, y desde allí, repensar una agenda futura para las instituciones de enseñanza e investigación de la comunicación en México.

Frente a este horizonte con el fin de evitar estacionarnos en espacios atomizados o desconectados de la comunicación social, es necesario responder con anterioridad a la doble pregunta ¿En qué punto del desarrollo de la historia nacional se encuentra ubicada la sociedad mexicana al terminar la primera década del siglo XXI; y frente a estas coordenadas del tiempo dónde están situadas las escuelas de comunicación en el país?

Dentro del conjunto de las diversas interpretaciones polémicas que existen para definir en qué fase de evolución se localiza la sociedad mexicana al terminar la primera década del segundo milenio podemos decir que después de haber concluido el siglo XX e iniciar el tercer milenio, nuestro país se encuentra enmarcado no por una simple crisis coyuntural del sistema de la gobernabilidad nacional, sino está encuadrado por una profunda crisis civilizatoria de enormes dimensiones que surge a partir de la suma coincidental de diversas crisis sectoriales agudas que a lo largo de varios años han emergido en nuestro territorio. Así, hoy día encaramos al mismo tiempo la coexistencia simultánea de una crisis económica, una crisis de seguridad, una crisis de la política, una crisis de los partidos políticos, una crisis de la justicia, una crisis ecológica, una crisis de las instituciones, una crisis de sobrepoblación, una crisis del empleo, una crisis de agotamiento de los recursos no renovables, una crisis del agua, una crisis educativa, una crisis moral, una crisis de valores, una crisis de la familia, una crisis de las creencias, *etc.* que en conjunto plantean el desgaste creciente de los modelos de desarrollo y de convivencia que ha practicado el mexicano con la naturaleza, el mexicano consigo mismo y de la sociedad mexicana entre sí durante las décadas anteriores (1).

En este conflictivo escenario de desenvolvimiento civilizatorio parece que contrariamente a los diagnósticos y discursos oficiales triunfalistas que difunde el gobierno en turno, el anterior modelo global de sociedad que se construyó desde la Independencia, la Reforma, la Revolución y el proyecto de modernización del país durante los siglos XIX y XX; hoy opera cada vez con menor estabilidad y la mayoría de las estructuras y de las relaciones sociales creadas con anterioridad ya no se pueden

sostener con los viejos paradigmas de desarrollo. Así, hoy estamos sumergidos en un proceso histórico de profundo cambio integral en casi todos los órdenes establecidos, donde casi nada permanece seguro y todo tiene que reconstruirse para sobrevivir.

De esta forma, el conjunto de los sectores en descomposición o en crisis sistémicas de la sociedad contemporánea, no nos colocan en un problema de coyuntura, sino nos ubican crecientemente en un colapso civilizatorio que implica el desvanecimiento de los diversos órdenes de gobernabilidad conformados durante muchas décadas en cada una de estas áreas de desarrollo nacional. Las certezas que establecieron los modelos sociales anteriores se diluyen con mayor rapidez y ahora se requiere la construcción de otras respuestas que se transformen en nuevas seguridades que a su vez se conviertan en los modernos paradigmas de desarrollo que sean útiles durante algún tiempo para operar socialmente, hasta que tales modelos nuevamente entren en crisis y sea imprescindible volver a construir otros paradigmas alternativos acordes con los nuevos retos que habrá que resolver.

Fuera de la difusión coyuntural de las lógicas legitimadoras de los organismos gubernamentales que formulan que el país va por el camino del crecimiento sostenido y democrático, la creciente y dramática acumulación de los desastrosos indicadores empíricos cotidianos de nuestro desarrollo estructural, progresivamente, nos reflejan que se ha llegado aceleradamente al agotamiento sustantivo del modelo nacional de crecimiento en sus principales áreas, que operó durante mucho tiempo en México. Dicho prototipo de crecimiento ahora tiene que transformarse profundamente, ya que debido a sus ineficiencias estructurales es difícil que se sostenga más tiempo porque no ofrece otras opciones para el crecimiento equilibrado y justo de la sociedad mexicana.

En consecuencia, todas estas expresiones de desgaste sobre los anteriores paradigmas de crecimiento, básicos de nuestra sociedad, demuestran cada vez más, la existencia de una severa crisis de desarrollo nacional que pone en cuestión la vigencia del orden establecido en los principales niveles de la gobernabilidad que hoy naufragan y demandan la reconstrucción de otro modelo de sociedad para sobrevivir armónicamente los unos con los otros en la nación. Esta crisis nacional se acentuó por el conflicto que experimentó el sistema capitalista global a través de la recesión sufrida en los Estados Unidos y los principales países europeos por la práctica del modelo de la economía especulativa a partir del año 2008 y 2011, que también reflejó un agotamiento del prototipo de expansión capitalista occidental (2).

La profunda crisis de civilización en la que estamos sumidos como sociedad y humanidad a principios del siglo XXI, ahora más que nunca demanda la urgente presencia activa de un Estado-nación fuerte que reencause el caos que existe de dichas transiciones sectoriales, hacia nuevos órdenes que ofrezcan horizontes alternativos reales de sobrevivencia y desarrollo a los seres humanos. Hay que considerar que la capacidad de acción del Estado para regular las crisis, a través de sus diversas formas de intervención rectora (monetaria, política, ideológica, social, educativa, comunicativa, etc.), reduce o elimina la posibilidad de la peligrosa “autorregulación” capitalista sin controles, y plantea la existencia de opciones civilizatorias que nos protegen de la barbarie que genera la lógica de acumulación desregulada de capital. Sin el Estado el desarrollo sostenible es imposible, pues el Estado es condición central para que se consolide el desarrollo económico, político social y cultural de la sociedad (3), ya que la dinámica unilateral del mercado es absolutamente insuficiente para regular los procesos colectivos que no están directamente

relacionados con la generación de la ganancia. El mercado no se preocupa por lo social o lo colectivo: esto sólo le interesa hasta el momento en que tales realidades llegan a una fase crítica donde actúan como un serio obstáculo para continuar con su proceso de acumulación de capital, ocasionando pérdidas y la desestructuración del sistema lucrativo. De lo contrario será la dinámica de la anarquía la que se apodere del futuro y de la edificación de un orden que devaste crecientemente a los ciudadanos y a la humanidad.

Pese a esta creciente necesidad de renovación sustantiva de las estructuras sociales en México, hoy no contamos en el país con la presencia de un Estado fuerte y eficaz para solucionar tales desafíos, sino encaramos progresivamente el fenómeno del Estado Fallido, que significa que la entidad nacional rectora del desarrollo colectivo, cada vez, es menos capaz de resolver equilibradamente los grandes problemas nacionales para darle una conducción armónica al desarrollo de las comunidades mexicanas. De esta forma en los recientes años, los gobiernos mexicanos han sido incapaces de resolver los grandes desafíos del desarrollo estructural que exige la dinámica de crecimiento de las comunidades nacionales de principios del tercer milenio, y lentamente consintió el resurgimiento de un clima de violencia e inseguridad social que sólo se presencié en los anteriores estallidos de inestabilidad en los periodos de lucha por la Independencia y la Revolución Mexicana. Ante tal necesidad de reorientación fundamental del proyecto de desarrollo nacional debemos reflexionar cómo abordar la grave realidad de la sobrevivencia nacional con la presencia creciente de un Estado fallido en México.

II. Hacia la refundación de otro orden civilizatorio nacional.

Con el fin de avanzar en el proceso de crecimiento del país, es necesario refundar el viejo pacto nacional global existente entre Estado, capital y ciudadanos, el prototipo de desarrollo, el modelo de distribución del ingreso, la organización política, los órdenes jurídicos, los sistemas de representatividad, el régimen de justicia, los procedimientos de la seguridad, los mecanismos de productividad, *etc.* pero sobre todo se requiere renovar las tradicionales estructuras de comunicación colectivas en todos sus aspectos para construir el nuevo modelo de país que pueda dar salidas equilibradas y democráticas al conjunto de la nación en el siglo XXI.

En esta nueva dinámica de evolución colectiva es muy importante considerar que la esencia de toda crisis no significa la destrucción de todos los órdenes establecidos hasta llegar a los extremos de la anarquía total, sino que representa que se entra en un proceso de transformación sustantiva donde el sistema anterior ya no funciona y demanda la creación de nuevas realidades que substituyan a las anteriores. Es la muerte de la vieja realidad para dar origen a otra nueva más eficiente. Por consiguiente, la crisis es un proceso de transformación y de creación profunda de un nuevo orden donde siempre surgen pérdidas y también alternativas que pueden ser aprovechadas por los actores sociales para construir otras formas de avances comunitarios.

Sin embargo, para que en esta dinámica se produzca un nuevo cambio, éste tiene que darse antes a nivel mental y emocional de los individuos, pues de lo contrario no puede generarse la mutación. Todo cambio social primero surge a nivel conceptual y afectivo y después se irradia a otras instancias de la acción colectiva. En consecuencia, para que se gesté la transformación cerebral y

emocional de los sujetos se requiere contar con fluidas y constantes estructuras de comunicación que generen ambientes psico-emocionales de evolución, pues de lo contrario no se logra conquistar ese cambio social.

La construcción de estas nuevas realidades demanda la intervención de muchos elementos, pero un factor estratégico en esta dinámica de metamorfosis es la acción de los procesos de comunicación colectiva para que la sociedad pueda vincularse consigo misma, con el Estado, con los partidos políticos y con el gobierno para organizarse y crear las respuestas que ahora le exigen resolver los nuevos desafíos históricos para la sobrevivencia humana.

En este proceso de construcción de los fundamentos de una nueva nación es muy importante considerar que a diferencia de los movimientos libertarios de la Independencia en 1810 y del estallido de la Revolución en 1910 que transformaron por la vía violenta los modelos de las sociedades que existían en esas etapas de la historia; ahora en el año 2010 es posible refundar las anquilosadas estructuras de la sociedad mexicana contemporánea adoptando vías pacíficas y civilizadas de transformación comunitaria profunda.

III. Hacia la creación de los “Sentimientos comunicativos de la Nación”.

En esta compleja dinámica de destrucción y reconstrucción del proyecto de desarrollo nacional, es urgente introducir una nueva lógica de comunicación colectiva que permita el renacimiento de las diversas culturas locales para la sobrevivencia humana en todos los órdenes de la vida nacional. Este proceso posibilitará rescatar desde el mosaico pluricultural del país los valores, los saberes, las cosmovisiones profundas y los comportamientos mínimos que nos permitan volver a reconstruir el proyecto de desarrollo nacional con equilibrios de justicia y armonía para existir en paz con los hombres y con los distintos contextos ecológicos que nos rodean.

Es decir, se requiere redimir o reconstruir el basamento de la comunicación como dinámica estratégica para refundar a la sociedad, al Estado y a la República en todos los órdenes anteriores, pues de lo contrario lo único que sucederá en el futuro será el resurgimiento de los viejos mecanismos de dominación que luchan por continuar existiendo para extender sus privilegios tradicionales ya conquistados, pero ahora maquillados de modernos y abiertos.

Por esta situación en la actualidad se requiere la reconstrucción de nuestra sociedad a través de la refundación de la República y para ello se debe tener el ejercicio de un largo y metódico proceso de comunicación de las comunidades consigo mismas y con las estructuras de poder para edificar un nuevo proyecto social democrático que de alternativas incluyentes de progreso para todos. Dentro de este escenario es muy importante tener en cuenta que hoy no se puede construir una nueva economía, un nuevo régimen de democracia, un nuevo proceso político, una nueva distribución del ingreso, un nuevo sistema de justicia, una nueva atmósfera de seguridad nacional, una nueva estructura laboral, un nuevo proceso electoral y un nuevo rumbo educativo, en síntesis, una nueva sociedad que incluya un moderno pacto comunitario de convivencia equilibrada, sin la presencia de sólidas estructuras de comunicación que permitan la discusión colectiva libre, sistemática y plural de todos los aspectos centrales de la agenda nacional.

Retomando la riqueza de la filosofía libertaria de José Ma. Morelos y Pavón que en 1810 plasmó en los “Sentimientos de la Nación” para dirigir ideológicamente el movimiento de la Independencia de México; ahora 200 años después, en un marco de severa transformación nacional, es indispensable reconstruir los “Sentimientos Comunicativos de la Nación” , para que a través de la práctica de la comunicación como garantía ciudadana básica, sea posible la creación de una nueva sociedad participativa. Este nuevo proceso de acción cultural compensará la tendencia por continuar fomentando los “Sentimientos Compulsivos del Mercado Salvaje” que ha introducido el proceso mundial de la globalización y que sólo pretende crear masivamente mayor cantidad de consumidores sumisos para sostener el proceso de acumulación de capital central, a costa de lo que sea.

Los “Sentimientos Comunicativos de la Nación”, no serán otra realidad que el rescate de los derechos comunicativos básicos que por décadas le han sido negados a la ciudadanía por el Estado, los partidos políticos y las estructuras monopólicas de las industrias electrónicas en México, y que son entre otros el ejercicio del Derecho de Réplica, del Derecho a la Información, del Derecho a la Transparencia y del Derecho a la Comunicación. Por ello, al iniciar la segunda década del siglo XXI desde los “Sentimientos Comunicativos de la Nación” es indispensable crear una nueva dinámica multilateral y multicultural de la comunicación para la reconstrucción de la nación y ya no sólo de la información unidireccional para la formación de súbditos humanos del Estado, de los partidos y de las industrias mediáticas.

IV.- ¿En qué horizonte se encuentran las Instituciones de Enseñanza de la Comunicación en México?: El modelo NINIS de las escuelas de Comunicación.

En este marco histórico de cambios profundos para la sobrevivencia elemental de la sociedad mexicana, es necesario preguntarnos ¿En qué punto de la formación de la conciencia colectiva se encuentran las escuelas de comunicación en México y que pueden hacer en este proceso de refundación de la sociedad?

Para delimitar dónde están ubicadas históricamente las escuelas de comunicación en la actualidad debemos considerar que con la irrupción de la fase del desarrollo neoliberal en México, desde 1980 en adelante, se acentuó la óptica de mirar a los procesos de comunicación como simples herramientas modernas para la realización del nuevo capital mundializado. Así, siguiendo el patrón dominante de la economía fordiana que dirige el proceso de globalización contemporánea donde todo se planifica segmentadamente mediante las hiper especializaciones para alcanzar una mejor rentabilidad y competencia; el empleo de la comunicación adoptó las mismas reglas mundiales en México para planificarse con base en las necesidades del mercado internacional especializado con el fin de crear un proceso de comunicación que permitiera la sumisión de los individuos al orden establecido y se alcanzara el consumo creciente de los habitantes.

En este sentido, derivado de la dinámica del mercado neoliberal que mercantiliza acentuadamente todos los aspectos de la vida, el concepto exitoso del comunicador en la modernidad contemporánea oscila más alrededor del manejo de las formas con las que se difunden los mensajes, que sobre la relevancia orgánica de los contenidos de los mismos con el desarrollo comunitario y los procesos de interacción que producen en la sociedad.

En este sentido, el prototipo de comunicador exitoso, especialmente en los medios electrónicos, hoy es la persona guapa, simpática, joven, sexy, dinámica, glamorosa, atractiva y frívola, que genera suficientemente seducción mediática para concentrar la atención de los auditorios masivos; y no la persona que estructura y profundiza en los mensajes que se transmiten a los públicos en base a sus necesidades de crecimiento colectivo.

De esta manera, en la dinámica de comunicación moderna lo relevante son los recursos de la risa, el hedonismo, la trivialidad, la diversión, lo histriónico, el estruendo, la evasión, el ruido o la vaciedad, con los que se adorna la información que se transmite para evadir el contacto con la realidad y la participación o reacciones de conciencia que provoca en las comunidades para incentivar la reconstrucción colectiva de los proyectos sociales. Emanado de este modelo, cada vez más imperante, hoy vivimos el esquema comunicativo de la trivialidad donde lo principal es el disfrute del momento presente, y no la reflexión sobre el futuro; gozar, sentir, vibrar al extremo el momento y no meditar sobre otras consecuencias posteriores; perderse en el orgasmo del instante y no profundizar en los panoramas de mediano y largo plazo; emitir informaciones epidérmicas para vincularse bajo el modelo de la relación líquida y no desarrollar cerebralidades que permitan el avance de nuestras conciencias; saturarse de información parasitaria que promuevan la sensación de la internacionalización moderna del ser y no jerarquizar los aspectos más relevantes que tienen que ver con las necesidades de la sobrevivencia; la opción por el consumo como modalidad de participación social y no la intervención política para transformar el país; la ausencia de utopías sociales y su reemplazo con la incorporación a los ciclos emocionales virtuales y estéticos de la moda, *etc.*

Esta tendencia trasladada al terreno de la enseñanza impulsó con mayor fuerza en la República la expansión del Modelo de Comunicación Narcisista que mediante la lógica del conocimiento endogámico (encerrado en sí mismo) que practican la mayoría de las escuelas de comunicación ocasiona que éstas sólo se vean a sí mismas como el centro del proceso comunicativo, evitando mirar al conjunto de la sociedad que es su referente natural y al cual se deben como instituciones. Con la expansión de esta directriz en la República se generó la existencia del modelo de las “Escuelas de Comunicación Ninis”, que se caracterizan porque ni les interesa su país, ni fomentan la comunicación de la sociedad, ni conocen su realidad comunicativa, ni se preocupan por crear otro modelo de comunicación nacional, ni plantean alternativas comunicativas para los grandes conflictos de crecimiento de la nación, *etc.*, sino que simplemente se dejan atraer por la brújula del espectáculo, la frivolidad, la estridencia, el show, el escándalo, la trivialización, los efectos, las nuevas máquinas de información y las modas académicas que promueve el modelo dominante de comunicación-mercado en México.

Así, no obstante la enorme autonomía intelectual, académica y pedagógica de la que gozan las escuelas de comunicación para posicionarse públicamente ante los diversos problemas de la realidad, la mayoría de dichas instituciones no han enfocado sus recursos intelectuales para contribuir a generar una sociedad con mayor nivel de comunicación, sino en su mayoría se han encerrado en un micro mundo particular, empequeñecido y artificial que confunde la información con la comunicación y autistamente se enclaustran en sí mismas pensando que ese es el verdadero universo de la comunicación nacional. De esta manera, se construyen como curriculums pedagógicos agendas de temas, acciones y reflexiones muy endogámicas y caprichosas que están profundamente

alejadas de las realidades y de las necesidades prioritarias del desarrollo comunicativo de las mayorías nacionales y se posicionan más cercanamente con las “necesidades excéntricas” del mercado comunicativo.

Por ello, salvo contadas excepciones institucionales que sí plantean su acción intelectual desde la dinámica de las prioridades de la evolución social, la mayoría de los currículos académicos restantes quedan vinculados con un micro mundo administrativo-comercial-empresarial-tecnológico-modernista que muy poco tiene que ver con los grandes desafíos elementales que encara la problemática de la sobrevivencia nacional. De esta forma, la tendencia curricular de la mayoría de las escuelas de comunicación gira alrededor del servicio del fortalecimiento de los requerimientos del mercado o de la reproducción del poder y no a favor del desarrollo integral de la sociedad en sus fundamentos básicos para la sobrevivencia colectiva.

El alejamiento de las escuelas de comunicación de la realidad cotidiana que acontece en el país es tan acentuada que casi la totalidad de las 1,006 instituciones de enseñanza superior de la comunicación que hoy existen en la República Mexicana, nunca se han pronunciado frente a los principales conflictos sociales y comunicativos que se han dado en los últimos años en la nación.

Por ejemplo, mientras que desde la década de los años 60 el país evolucionó de ser una nación que exportaba granos a otras metrópolis, y en la actualidad se convirtió en un país que hoy día importa miles de toneladas de nutrientes para alimentar a la población, ninguna escuela de comunicación del territorio nacional planteó la necesidad de pensar qué podían aportar los procesos comunicativos para colaborar a producir más alimentos con el fin de alimentar a los millones de habitantes desnutridos de la República.

Mientras en los últimos 100 años la sociedad mexicana experimentó un profundo cambio regresivo en la relación que guarda el mexicano con la naturaleza, que ocasionó que nuestra comunidad nacional sufriera las drásticas consecuencias que produce el cambio climático a través de los mega desastres naturales derivados de este fenómeno de desequilibrio del entorno; ninguna escuela de comunicación planteó la creación de la especialidad entre “Comunicación, Ecología y Defensa de la Naturaleza”.

Tampoco existió una posición pública de las escuelas de comunicación cuando en el año 2002 la Secretaría de Gobernación canceló autoritariamente las Mesas de Diálogo para elaborar una nueva Ley Federal Integral de Radio y Televisión y se aprobó el Decretazo del 10 de octubre que le otorgó más privilegios a los monopolios dominantes de la radiodifusión y redujo los espacios democráticos en los medios de difusión.

Tampoco cuando en el año 2003 la empresa TV Azteca tomó por asalto el “Canal 40” en el Cerro del Chiquihuite impidiendo la existencia de otro canal de televisión distinto con otra orientación informativa a la prevaleciente. Tampoco cuando en el año 2006 el Congreso de la Unión aprobó la Ley Televisa que representaba en toda la historia de México la mayor expropiación por monopolios privados del patrimonio radioeléctrico de la nación.

Tampoco cuando en el año 2007 la Reforma Electoral le proporcionó a los partidos políticos más de 33 millones de spots para realizar sus campañas de proselitismo ideológico a través de los tiempos

oficiales, que son un bien público de la sociedad, y no le otorgó ningún segundo de los tiempos de Estado a las comunidades para que discutieran con los partidos.

Tampoco cuando en el año 2009 diversos organismos mundiales defensores de la libertad de expresión señalaron reiteradamente que después de Irak y Afganistán, México es el país más peligroso de todo el planeta para ejercer la profesión del comunicador, lo que pone en serio peligro a los egresados de las escuelas de comunicación. Tampoco cuando en ese mismo año se demostró la influencia tan determinante que tuvo la televisión mexicana en la formación de los malos hábitos alimenticios a través de la difusión de la “cultura chatarra” que convirtieron a México en la nación con mayor población de obesos y diabéticos de todo el planeta, y que atender sólo estas dos enfermedades por el Estado nacional representa la quiebra económica de todo el sistema de salud pública del país.

Tampoco cuando el 31 de marzo del 2010 el Poder Ejecutivo dictó el decreto presidencial por el que se creó el “Organismo Promotor de Medios Audiovisuales” con el cual Canal 11, Canal 22 y el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) perdieron la poca independencia informativa y la raquítica naturaleza de medios de servicio público que habían alcanzado durante muchos años, y se convirtieron en instrumentos de propaganda del Partido Acción Nacional para las elecciones del 2011 y 2012. Tampoco cuando en septiembre del 2010 la estrategia de agresión de las fuerzas del narcotráfico obligó a que el Diario de Juárez, en Chihuahua, se viera forzado a pactar con los carteles de los estupefacientes para que estos fijaran las políticas editoriales sobre lo que los medios impresos podían decir y lo que debían callar.

Tampoco cuando en el 2010 el “Informe Actualizado Sobre los Crímenes Contra los Periodistas” indicó que en México se habían asesinado a 115 periodistas, 15 estaban desaparecidos y 12 continuaban secuestrados por ejercer la libertad de expresión (4). Tampoco cuando el 1 de octubre del 2010 en contra del orden jurídico la Secretaría de Comunicaciones y Transportes ratificó la Licitación 21 a modo y a favor de Televisa y Nextel con lo cual se fortaleció desproporcionadamente el esquema monopólico de las telecomunicaciones en el país y esto disminuyó la posibilidad de contar con más fuentes de trabajo para los egresados de las escuelas de comunicación.

Tampoco cuando el año 2011 la sociedad mexicana presenció públicamente las escandalosamente acusaciones de abusos, ineficiencias, impunidades, corrupciones y deshonestidades que las empresas de telecomunicaciones dominantes TELMEX-TELCEL vs Televisa-TV-Azteca se lanzaron entre sí mismas en el terreno comunicativo para desacreditarse, con el fin de evitar el surgimiento de otra cadena de televisión en México.

Tampoco cuando el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) revocó el Reglamento de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral (IFE), demostrando una asombrosa sumisión a los poderes fácticos de la radio y la televisión en México, para impedir que el modelo de comunicación política fuera más eficiente y generara elecciones más democráticas en el país (5). Tampoco cuando la Casa de los Derechos de los Periodistas (CDP), denunció que en relación al anterior sexenio del presidente Vicente Fox Quezada, en el sexenio del presidente Felipe Calderón aumentaron en un 300% las agresiones contra los comunicadores, con un 97% de nivel de impunidad y una actuación prácticamente nula de la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Contra Periodistas (6).

Las pocas manifestaciones críticas que se experimentaron en el ámbito académico frente a tales hechos y otros más, provinieron de alumnos, profesores e investigadores aislados que a título personal se preocuparon por tales realidades y expusieron sus puntos de vista en el espacio público; pero nunca provinieron oficialmente de las instituciones de enseñanza o de las organizaciones gremiales que son a quienes les correspondía pronunciarse ante tales realidades que, de forma directa o indirecta, afectan el presente y futuro del campo profesional de la comunicación en México.

Hoy, más que nunca las escuelas de comunicación se encuentran alejadas de los requerimientos fundamentales del ser humano concreto que con mucha desesperación busca resolver sus necesidades prioritarias de existencia, y han caído en una esquizofrenia institucional y profesional que las ha llevado a vivir una tendencia a la posmodernidad de la globalización tecnolizante donde todo debe estar atravesado por las mediaciones informativas para construir shows, espectáculos virtuales, escenografías tridimensionales, ruido estereofónico o sensaciones estomacales y no por verdaderas dinámicas de comunicación que permitan incrementar la tolerancia, la formación de la conciencia ciudadana y la convivencia social armónica.

Así, las facultades de comunicación en México están más atrapadas, mental y afectivamente, por adaptarse indiscriminadamente a la carrera vertiginosa de la revolución tecnológica, con sus respectivos fenómenos paralelos del entretenimiento, los espectáculos, la lógica del “star system mediático”, los efectos virtuales, las interacciones televisivas, las visualizaciones en tercera dimensión, la rapidez informativa, etc., que por la reflexión de cómo usar todo este portentoso progreso técnico para contribuir a resolver los grandes desafíos de la agenda social para poder sobrevivir pacíficamente en la nación.

Emanado de lo anterior, el moderno “Modelo de Escuelas de Comunicación Ninis” produce más habilidades para manejar técnicas, generar efectos, operar botones, producir impactos, crear sonidos, inducir disolvencias, aparecer a cuadro, escribir guiones, *etc.* que para generar conocimientos y sensibilidades para saber cómo usarlas con el fin de crear atmósferas de comunicación, reconocimiento, valoración e inclusión que colaboren a solucionar los conflictos de todos los sujetos que forman parte de las células sociales. Parecería que el proceso de la modernidad nacional transformó mayoritariamente la dinámica de la comunicación colectiva en un simple instrumento para el fortalecimiento del comercio, de los negocios y del poder, y no para el avance humano.

V. ¿Qué hacer desde las escuelas de Comunicación para la creación de una sociedad comunicativa en México?

Dentro del contexto de desfasamiento que experimentan las instituciones de enseñanza de la comunicación en el proceso de desarrollo básico de la sociedad en el nuevo milenio mexicano, es necesario cuestionarnos, por una parte, cuál podría ser el papel que deberían jugar las escuelas de comunicación en el ciclo histórico de transformación social que osciló entre 1810-1910-2010 en México; y por otra, ¿Cuál debe ser el contenido de una agenda de las escuelas de comunicación al iniciar la segunda década del siglo XXI para colaborar al cambio estructural del país?

En este escenario de transformación histórica debemos contemplar que debido a los poderosos

intereses de poder con los que está entretejido el convencional sistema de comunicación nacional, desde el punto de vista comunicativo, a corto plazo, no va a cambiar nada o muy poco en el país, pues el Estado, los partidos políticos y los poderes públicos le tienen un enorme miedo a la fuerza y a la reacción agresiva del gigantesco poder mediático contra estos si intentan modificar el orden establecido en este terreno. Por consiguiente, dichos sectores políticos no están dispuestos a pagar el alto costo institucional que significa enfrentarse a este poderoso poder ideológico-político para realizar las transformaciones comunicativas estructurales que requiere el avance comunicativo de la sociedad.

Es por ello, que si desde las previas instancias de poder no se logran modificar las condiciones sociales desiguales, desde las escuelas de comunicación tampoco se puede cambiar el mundo, ni el país, ni las relaciones de dominación milenarias que se han establecido sólidamente sobre las comunidades nacionales durante décadas anteriores, pues las instituciones de enseñanza no tienen una capacidad político-cultural omnipotente para poder corregir por si solas los entornos complejos que se han arraigado en el país.

Sin embargo, pese a la acción de los límites reales anteriores, las escuelas de comunicación sí pueden aportar elementos comunicativos estratégicos para que la sociedad inicie su propia transformación comunicativa hacia dónde quiera o necesite orientarla, mediante la práctica de nuevos procesos de interacción comunitaria que les sirvan de herramientas a los diversos agentes sociales para convocar a la sociedad a discutir el proyecto global de desarrollo y los programas particulares de crecimiento colectivo.

Debemos tener presente que la construcción pacífica de un nuevo cambio civilizatorio en el país, no podrá existir si no se edifica un constante proceso de comunicación plural de la sociedad consigo misma, con las estructuras de poder y con el resto de los conjuntos comunitarios.

Dentro de las muchas aportaciones que pueden ofrecer las escuelas para crear condiciones estratégicas de comunicación que permitan alcanzar esta transformación histórica del país, destacan entre otras las siguientes 11 acciones sociopolíticas para impulsar el cambio comunicativo:

1. En conjunto con otros organismos civiles las escuelas de comunicación deben exigirle al Estado y a los partidos políticos que mediante la creación de una nueva ley democrática en materia de radio, televisión y telecomunicaciones, el sistema de medios de comunicación colectivos se flexibilice abriéndose a la participación social de todos los actores sociales, y deje de ser un simple instrumento para completar el ciclo de acumulación de capital o de reforzamiento de las tradicionales estructuras de poder burocrático-empresarial. Con ello, se podría lograr que el descontento y desencanto colectivo se dirima en las pantallas y en los diales de los medios, como nuevo espacio público mediático de participación social; y no a través de la toma violenta de calles, plazas, puentes, avenidas, periféricos, instituciones, parques, *etc.* que las organizaciones civiles se apropian violentamente para protestar contra el poder establecido, perjudicando al funcionamiento cotidiano de toda la sociedad.
2. Es imprescindible que los centros de enseñanza de la comunicación le exijan a los candidatos que compiten por puestos de representación popular, que firmen por lo menos 10 acuerdos mínimos para la democratización comunicativa del país, que deberán cumplir en caso de llegar al poder. Tales compromisos deben estar respaldados con las garantías notariales y políticas de

que de no cumplirse cabalmente un año después del inicio de su mandato oficial, dichos funcionarios tendrán que renunciar a su responsabilidad pública por demostrar incompetencia, falsedad política o ausencia de compromiso social. Entre los mínimos comunicativos que tendrán que cumplir los aspirantes, deberán estar contemplados la realización de las garantías básicas que plantea la Constitución Política Mexicana, como son el respeto al ejercicio del Derecho de Réplica, al Derecho a la Información, al Derecho a la Transparencia Comunicativa y al Derecho a la Comunicación Social, el Derecho de Audiencia, *etc.*

3. En caso de que los candidatos aspirantes a puestos de representación colectiva no firmen tales acuerdos civiles mínimos en el ámbito de la comunicación social, demostraran su desprecio por las urgencias mediáticas de la sociedad y en consecuencia, los ciudadanos deben aplicar el recurso de la resistencia civil en los diversos terrenos de la vida comunitaria. Una de las formas centrales más importantes para ejercer la resistencia civil en las coyunturas electorales, será promover el “voto nulo” o “voto blanco” como una vía civilizada de rechazo y deslegitimación de la clase política por no representar las necesidades fundamentales que demanda la población. Esta acción de presión ciudadana desnudará la actitud prepotente y unilateral de los partidos políticos y de los órganos de gobierno al evidenciar su falta de compromiso comunicativo básico con la sociedad y forzará pacíficamente a dichas instituciones para generar el cambio comunicativo.
4. Ante los tiempos de profundo cambio y de crisis civilizatoria que vivimos en el país caracterizados por la ineficiencia de los sistemas de gobernabilidad, el incremento de la extrema violencia, el deterioro de la calidad de vida, la falta de credibilidad en las instituciones, la reducción de alternativas de empleo para los jóvenes, la ausencia de esperanza sólida en el futuro, *etc.* se ha extraviado el camino civilizatorio avanzado. En este sentido, los modelos que aprendimos durante muchas décadas anteriores en las diversas áreas de transformación de la vida, parece que ya no sirven o son poco útiles para avanzar hacia un nuevo proyecto de sociedad virtuosa. Por ello, hoy es necesario producir una muy profunda reflexión sobre lo que ha sucedido, las consecuencias globales que se han generado, hacia dónde vamos colectivamente y qué debemos hacer como sociedad para retomar acertadamente el camino del desarrollo equilibrado. Para alcanzar este fin, se requiere formar un nuevo e intenso proceso colectivo comunicativo que permita discutir y proponer entre todos los sectores sociales cuáles son las alternativas que permitirán lograr el crecimiento equilibrado para todos los habitantes. De esta manera, se debe superar el modelo de comunicación impulsado por el neoliberalismo contemporáneo basado en la promoción del esquema de la superficialidad y el inmediatismo noticioso, donde lo central es la ausencia de profundidad, el momento presente, la promoción de los estímulos, evitar pensar sobre lo prioritario y solo gozar, sentir, y vivir el momento, *etc.* Derivado de dicha dinámica que frivoliza todos los aspectos de la vida, el concepto del “comunicador de la modernidad” gira más alrededor del manejo de las formas espectaculares de transmisión de datos, que sobre los contenidos reflexivos. Así, para dicho modelo el comunicador exitoso debe ser la persona guapa, simpática, joven, atractiva, graciosa, sexy, joven, con buen look, con adecuado glamour, para concentrar eficientemente en las formas audiovisuales la atención de los auditorios, sacrificando la sustancia, la profundidad y la dinámica de participación bilateral que se debe establecer con los públicos. Siguiendo el concepto y el prototipo del modelo neoliberal de comunicación anterior, las escuelas de comunicación contemporáneas producen más habilidades para transmitir grandes volúmenes de información, que para producir conocimientos y sensibilidades básicas para crear atmósferas de

reconocimiento, expresión, valoración, autoestima e inclusión de todos los sujetos que participan en los procesos de construcción y cambio social. Por ello, ahora es indispensable crear verdaderos procesos ciudadanos de comunicación colectiva incluyentes, sin los cuales, lo que surgirá serán los proyectos autoritarios, que más que solucionar los grandes problemas del desarrollo nacional, solamente los postergarán, incrementando mediante ello la crisis de la nación.

5. Es fundamental que los currículos universitarios de estudio y de enseñanza de la comunicación se orienten a reflexionar de qué forma la incidencia de los procesos de comunicación pueden colaborar a resolver los grandes problemas del desarrollo nacional. De lo contrario, la enseñanza y el uso de la comunicación continuarán operando como una herramienta decorativa o de lujo en los procesos sociales y no actuando como motor que produce conciencia para el cambio social.
6. Mientras se da el gran cambio legislativo en el Congreso de la Unión que permita crear otro marco jurídico para la radiodifusión nacional, las escuelas de comunicación deben participar sistemáticamente en el espacio público, particularmente mediático, exponiendo diversas posiciones críticas sobre el grado que guardan los diversos aspectos que intervienen en la creación cotidiana de las políticas y modelos de comunicación para el país; y exponer alternativas fundamentadas para la superación de dicha realidad.
7. Junto con las universidades, órganos culturales y organizaciones comunicativas, se requiere construir observatorios académicos que supervisen el comportamiento cotidiano de los principales medios de difusión masivos. Todo ello, con el fin de medir sistemáticamente el grado de respeto u observancia que guardan éstos del marco legislativo establecido y señalar las penas que el Estado debe aplicarles cuando violen el orden del derecho vigente.
8. Los sectores civiles deben elaborar indicadores comunicativos cuantificables para medir rigurosamente el grado de existencia o de ausencia de los verdaderos procesos de comunicación colectivos en México que colaboren a superar la simple cultura de la difusión de información y de la creación de fenómenos mediáticos espectaculares que hoy se expanden como prototipo exitoso en el país, que hoy se expande en el país con gran éxito como un derivado de la modernidad tecnológica y que permitan encarar las diversas crisis sistémicas que nos rodean en la vida cotidiana.
9. Es necesario contemplar que al comienzo de la segunda década del siglo XXI, hoy nos encontramos en una nueva etapa silenciosa de evolución del paradigma tradicional de la comunicación donde el antiguo modelo de “medios masivos abiertos” ya no es el modelo hegemónico en el país, sino que ahora ha surgido rápida y versátilmente otro nuevo modelo de comunicación con la interacción de la Red de Internet. Este reciente prototipo comunicativo se está convirtiendo en el novel sistema nervioso interactivo que articula diariamente a la sociedad contemporánea, especialmente de las nuevas generaciones. Así, el siglo XX fue la etapa histórica de la difusión de la macro información dónde algunos emisores dominantes enviaron a través de la prensa, el cine, la radio y la televisión billones de informaciones cotidianas a las comunidades, las cuáles actuaron como condicionantes culturales para crear la nueva “sociedad mexicana moderna”, pero sin permitir que a través de dichas instituciones mediáticas la sociedad se comunicara consigo misma, con el Estado o con los partidos. Sin embargo, ahora en el siglo XXI es posible que vía la incorporación de las nuevas tecnologías de interacción social que ha introducido el Internet y sus derivados participativos, emerja el siglo de la comunicación donde la sociedad produzca la comunicación que necesita para comunicarse consigo misma, con

los partidos políticos y con el Estado con el fin de generar la comunicación que les permita sobrevivir.

10. Para evitar regresar a la etapa histórica de la imposición de un pensamiento único del partido dominante, de las empresas monopólicas comerciales o del gobierno en el poder; es necesario crear condiciones que permitan la permanente discusión de las ideas, concepciones, cosmovisiones sobre el modelo global de crecimiento a seguir y de los grandes conflictos de la agenda nacional que se deben resolver. Por ello, mientras se avanza en el cambio de las instancias anteriores las escuelas de comunicación deben utilizar todos los progresos que aporta la revolución de la sociedad de la información, como son el nuevo sistema nervioso que construyó la presencia de Internet, el tejido interactivo de las computadoras, las cámaras web, los teléfonos celulares, las redes sociales, *etc.* para facilitar que la sociedad civil se comunique entre sí, con el fin de organizarse para resolver las grandes contradicciones que atorán su desarrollo comunitario.
11. Finalmente, siendo que el único espacio colectivo de interacción abierta con que cuenta hoy día la sociedad mexicana para comunicarse libremente, es el ciberespacio; las escuelas de comunicación en conjunto deben oponerse enérgicamente en todas las zonas sociales, ante las tentaciones de control que surgen en los partidos políticos autoritarios para someter este nuevo recurso de comunicación interactivo de las comunidades a los intereses de su poder político-burocrático. Internet debe continuar existiendo permanentemente como un instrumento que cree un espacio libre y libertario para renovar a la sociedad y refundar a la República hacia nuevos rumbos históricos.

Es por ello, que en este marco de transición histórica de un tipo de sociedad autoritaria a otra más democrática, con el fin de fortalecer los “Sentimientos Comunicativos de la Nación”, hoy más que nunca es necesario rescatar los fundamentos de la filosofía humanística aplicada a los procesos de información y cultura, que plantea que “las técnicas de la comunicación deben estar al servicio del hombre y no el hombre al servicio de las técnicas de la comunicación” (7).

Referencias

LIBROS, DOCUMENTOS Y REVISTAS

ALMEYRA, GUILLERMO en El Estado en la mundialización, en: “El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación”, (Coordinador), Avalos Tenorio, Gerardo, Colección Teoría y Análisis, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, (UAM-X), México, D.F, 2009.

ESTEINOU MADRID, JAVIER en “El origen ético moral de la crisis del modelo de la Economía Basura”, Revista Mediaciones, No. 5, Revista de Ciencias Sociales y de Comunicación, Sección de Comunicación, Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Sociología IV, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, IIº Semestre del 2009, páginas 123 a 174, ISSN Electrónico: 1989-0494, <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS2/Indice/indice.html>

ESTEINOU MADRID, JAVIER en “La cultura parasitaria y el colapso sistémico neoliberal, Revista Argumentos, No. 63, Estudios Críticos de la Sociedad, Nueva Época, Año 23, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, mayo-agosto del 2010, ISSN: 0187-5795.

ESTEINOU MADRID, JAVIER en “La función del modelo de comunicación casino en la crisis del sistema neoliberal contemporáneo”, XVI Anuario de Investigación de la Comunicación, Coordinador: Manuel Ortiz Marín, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Universidad Iberoamericana, Plantel Ciudad de México y Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, Baja California, México, Septiembre del 2009.

Filosofía del Dr. José Sánchez Villaseñor, fundador de la Escuela de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, en: Sánchez Villaseñor, Luis, S. J., “José Sánchez Villaseñor S. J. (1911-1961). Notas biográficas”, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y Universidad Iberoamericana (UIA), Guadalajara, Jalisco, México, 1997.

“Informe Actualizado Sobre los Crímenes Contra los Periodistas”, Periódico Voces del Periodista, No. 250, Año XVI, Club de Periodista de México, S.C, México, D.F, 16 al 31 de enero del 2010.

“Lamentable condescendencia del Tribunal Electoral con el capricho de televisoras, Boletín AMEDI, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México, D.F., 15 de septiembre del 2011, página 1., www.amedi.com.mx

Novelo Urdanivia, Federico, “Desarrollo y democracia en México”, en: “El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación”, (Coordinador), Avalos Tenorio, Gerardo, Colección Teoría y Análisis, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, (UAM-X), México, D.F, 2009.

“Pensar el futuro de México”. Colección conmemorativa de las revoluciones centenarias, Autores varios, 18 tomos, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, 2010 y 2011, <http://dcsh.xoc.uam.mx/pensarelfuturodemexico>

HEMEROGRAFÍA

“En el sexenio se han triplicado las agresiones a periodistas, sostiene agrupación gremial”, Periódico La Jornada, México, D.F, 24 de septiembre del 2011.

Notas.

1. Un diagnóstico global sobre la situación de la crisis global de México y sus posibles alternativas de solución en la segunda década del siglo XXI, puede ser analizada en la colección “Pensar el futuro de México”. Colección conmemorativa de las revoluciones centenarias, Autores varios, 18 tomos, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, 2010 y 2011, <http://dcsh.xoc.uam.mx/pensarelfuturodemexico>

2. Para conocer algunas de las características de dicha crisis capitalista global y el papel que desempeñaron los medios de difusión masivos en esta, consultar de Esteinou Madrid, Javier, “El origen ético moral de la crisis del modelo de la Economía Basura”, Revista Mediaciones, No. 5, Revista de Ciencias Sociales y de Comunicación, Sección de Comunicación, Grupo de Investigación Identidades Sociales y Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Sociología IV, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España, II° Semestre del 2009, páginas 123 a 174, ISSN Electrónico: 1989-0494, <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS2/Indice/indice.html>; Esteinou Madrid, Javier, “La función del modelo de comunicación casino en la crisis del sistema neoliberal contemporáneo”, XVI Anuario de Investigación de la Comunicación, Coordinador: Manuel Ortiz Marín, Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Universidad Iberoamericana, Plantel Ciudad de México y Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali, Baja California, México, Septiembre del 2009, páginas 79 a 98; y Esteinou Madrid, Javier, “La cultura parasitaria y el colapso sistémico neoliberal”, Revista Argumentos, No. 63, Estudios Críticos de la Sociedad, Nueva Época, Año 23, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F, mayo-agosto del 2010, páginas 61 a 87, ISSN: 0187-5795.

3. Almeyra, Guillermo, “El Estado en la mundialización”, en: “El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación”, (Coordinador), Avalos Tenorio, Gerardo, Colección Teoría y Análisis, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, (UAM-X), México, D.F, 2009, página 85; y Novelo Urdanivia, Federico, “Desarrollo y democracia en México”, en: “El Estado mexicano. Historia, estructura y actualidad de una forma política en transformación”, (Coordinador), Avalos Tenorio, Gerardo, Colección Teoría y Análisis, División de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, (UAM-X), México, D.F, 2009, página 240.

4. “Informe Actualizado Sobre los Crímenes Contra los Periodistas”, Periódico Voces del Periodista, No. 250, Año XVI, Club de Periodista de México, S.C, México, D.F, 16 al 31 de enero del 2010, páginas 22 y 23.

5. “Lamentable condescendencia del Tribunal Electoral con el capricho de televisoras, Boletín AMEDI, Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI), México, D.F., 15 de septiembre del 2011, página 1., www.amedi.com.mx

6. “En el sexenio se han triplicado las agresiones a periodistas, sostiene agrupación gremial”, Periódico La Jornada, México, D.F., 24 de septiembre del 2011, página 11; “Indiferencia ante ataques de periodistas”, Periódico La Jornada, México, D.F, 17 de septiembre del 2011, página 16.

7. Filosofía del Dr. José Sánchez Villaseñor, fundador de la Escuela de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, en: Sánchez Villaseñor, Luis, S. J., “José Sánchez Villaseñor S. J. (1911-1961). Notas biográficas”, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y Universidad Iberoamericana (UIA), Guadalajara, Jalisco, México, 1997, página 7 a 10.

Sobre el autor

Doctor en Sociología por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Licenciado en Ciencias y Técnicas de la Comunicación por la Universidad Iberoamericana. Tiene estudios en Filosofía en el Instituto Superior de Estudios Filosóficos. Ex vicepresidente y Fundador de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) y miembro del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. (CONEICC). Autor y coautor de múltiples libros y artículos especializados en comunicación e información en México, América Latina y otros países. (AMIC) y Miembro del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Ha recibido reconocimientos entre los que destacan (AMIC) y Miembro del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Ha recibido varios reconocimientos entre los que destacan la medalla de Plata, Gabino Barrera, el Premio Nacional de Periodismo en 2004 y 2010, Premio Nacional de Investigación y Premio Nacional de Comunicación Pagés Llergo 2011. la Medalla de Plata Gabino Barreda, el Premio Nacional de Periodismo en 2004 y 2010, Premio Nacional de Investigación y Premio Nacional de Comunicación Pagés Llergo en 2011.

Introducción

“¿Qué enseñamos las escuelas de comunicación?” Una pregunta que se ha formulado en diversos momentos y contextos y que todavía no termina de responderse. De hecho, las respuestas se han abordado desde aristas tan variables que han terminado por ser aportaciones a la discusión: nombre, ubicación geográfica, duración, tira de materias, profesorado y equipo suelen estar presentes en los diagnósticos que se hacen al respecto. De aquí la pertinencia de volver al tema en este 4º Encuentro Docente de la Vocalía Valle de México del CONEICC.

El punto de partida de este trabajo es que estamos frente a un nuevo escenario caracterizado por las implicaciones tecno-socioculturales de la Sociedad de la Información. Ha sido formulado desde la perspectiva de esta complejidad; supone que responder a la pregunta que contextualiza el Encuentro implica reflexionar sobre los tres componentes del proceso: QUIÉN, QUÉ, A QUIÉN, a la manera de los modelos del proceso comunicativo que estuvieron en boga hace cuatro décadas y que vuelven por sus fueros en el marco de la comunicación digital. En las siguientes páginas intento presentar la problemática de cada uno de los componentes del trinomio para, finalmente, reflexionar sobre el camino que, espero, recorreremos juntos.

¿Quién?

Sobre los profesores que imparten materias de comunicación caben las siguientes observaciones:

El mayor porcentaje de alumnos está en manos de profesores de asignatura. Es decir, la proporción entre éstos y los profesores de planta es muy desigual. A esto habría que añadir el crecimiento de la matrícula sobre todo en escuelas privadas. Ambos escenarios se traducen en la necesidad de contratar a un mayor número de profesores “por horas” para completar la plantilla correspondiente.

Los horarios de trabajo para los profesores de asignatura se han incrementado notablemente: de siete de la mañana a diez de la noche de lunes a viernes, y de siete de la mañana a cuatro de la tarde los sábados. Dicho de otro modo, estamos hablando de ochenta horas a la semana. Un amplio rango que permite que los profesores se contraten en una o varias instituciones impartiendo diversas asignaturas durante varias horas de la semana.

Las primeras etapas de la actividad docente suelen caracterizarse por una tendencia a cambiar de materias. Esta tendencia suele disminuir en la medida en que el docente va descubriendo sus competencias y habilidades. Dicho de otra manera, este proceso forma parte de la construcción del

perfil del docente. A mediano plazo, es deseable reconstruir y reflexionar sobre la evolución de nuestra trayectoria basada en la impartición de materias aparentemente sin conexión alguna pero que cobran sentido desde nuestra experiencia docente, los procesos de actualización formal e informal y la inserción en el mercado laboral. Esta tendencia también es propia de quienes alternan sus actividades profesionales con la docencia, siempre y cuando haya relación entre ambas actividades. Un escenario que suele presentarse con bastante frecuencia.

Sin embargo, en el marco de la ampliación del horario para la actividad docente y la necesidad creciente de contratar profesores de asignatura también es frecuente la improvisación. Se traduce en la cobertura de horas para ajustar un ingreso y en la impartición de materias que no necesariamente están dentro de las competencias profesionales de los docentes. Bajo el lema de “si es materia la doy”, un profesor termina impartiendo asignaturas que se ubican en un amplio abanico de posibilidades con el argumento de que podrán prepararla con los temarios en mano. ¿Cómo imparten las materias en estas condiciones?

Sin duda, en este proceso las instituciones educativas tienen un papel importante. Cada una tiene sus criterios para contratar al personal por horas, tenga o no las competencias que dice tener para impartir “la asignatura que sea”. Asimismo, de dos años para acá la tendencia suele presentarse en las escuelas privadas que han incrementado la carga docente de los profesores de planta. Los criterios para tomar las decisiones al respecto también varían de una institución a otra; en estos casos están presentes los escenarios descritos: la improvisación o bien, la toma de conciencia de seleccionar las asignaturas más adecuadas con el perfil del docente.

Las “Materias Viajeras”. Si los profesores pueden colocarse en diferentes instituciones impartiendo las mismas materias el trabajo se les facilita. Preparan asignaturas fuera de contexto, bajo el esquema de la improvisación, sin considerar las características de las instituciones en las que prestan sus servicios, menos aún los perfiles de ingreso y egreso del alumnado. Esto se traduce en una falta de compromiso con las instituciones.

¿Qué hacer frente a estos escenarios? Es difícil aventurar una solución, mucho menos hacerlo como si fuera una política educativa. Sin embargo, es recomendable que cada institución diseñe mecanismos de certificación de sus profesores para determinar si sus competencias se adecuan a las materias que desea impartir o que le son encomendadas para su impartición.

¿Qué?

Como se destacó en la Introducción, es importante tener en cuenta que la formación de comunicadores y su futuro ejercicio profesional estarán enmarcados en la Sociedad de la Información, la Convergencia, la Digitalización y la conformación de grupos mediáticos. Estos elementos han participado en nuevas formas de organización del trabajo del comunicador y deben tomarse en cuenta tanto en la planeación curricular como en el diseño de los temarios y las guías de estudio. En este sentido, hacemos los siguientes comentarios:

Cuando se toman decisiones sobre la elaboración de nuevos planes de estudio: ¿existen profesores

con las competencias necesarias para impartir las materias? Dicho de otro modo, el ¿QUÉ? Puede relacionarse con el ¿QUIÉN? arriba descrito.

En este proceso de estructuración de los planes de estudio es importante distinguir entre lo obsoleto y lo vigente. La vigencia de los contenidos no necesariamente está determinada por el año de la publicación, sino con su pertinencia con la realidad de los escenarios comunicacionales. La Retórica de Aristóteles, por ejemplo, sigue siendo un texto vigente en las escuelas de comunicación, tanto por sus aportaciones para el análisis de mensajes mediáticos desde las figuras retóricas como por el uso de las mismas en los procesos de enseñanza de la Comunicación Oral y la Oratoria.

Desde otra perspectiva, como también se hizo notar en la introducción, la construcción de temarios y guías de estudio dan cuenta de que los primeros intentos por generar conocimiento sobre el tema se ubican en 1948, con el modelo de Shannon y Weaver, así como las aportaciones de Norbert Wiener en la construcción de la cibernética. Adicionalmente, las funciones de la comunicación descritas por Harold Lasswell en su artículo “Estructura y función de la comunicación en la sociedad” han mostrado su vigencia para analizar los entornos de la comunicación en crisis.

El conocimiento sobre diversos temas relacionados con el campo de la comunicación se ha incrementado notablemente. Esto conduce a que los responsables de la elaboración de los planes de estudio analicen y reflexionen sobre los contenidos que estarán presentes en el currículum y de los que prescindirán. En este sentido, es importante que los alumnos identifiquen quién, cómo y cuándo se inició la construcción del campo académico de la comunicación. No obstante, el tiempo destinado al tema será decisión individual de cada institución.

Es difícil definir lo obsoleto. Sin embargo, es claro que no podemos analizar la realidad con modelos que fueron generados en contextos socioculturales diferentes a los que caracterizan a la comunicación moderna. No podemos analizar la realidad actual con los marcos del funcionalismo de la década de 1940; con la hipótesis del reforzamiento de 1960 o desde el imperialismo cultural característico de las décadas de 1970 y 1980. Tampoco podemos pasar por alto los cambios en la semiótica (de Roland Barthes a las aportaciones de Carlos Scolari a la semiótica digital), o la obsolescencia del concepto de “masa” y/o, en caso necesario, su actualización.

¿Cómo distinguir lo obsoleto de lo vigente? Una pregunta difícil de responder pero que se relaciona con la actualización en las respectivas materias, y la discusión colegiada a través de talleres y grupos de trabajo. Se trata de un punto fundamental en la enseñanza de la comunicación, pues de aquí depende el desarrollo de competencias y habilidades de los alumnos y su relación con el mercado laboral.

Finalmente, no debemos pasar por alto tres elementos que valoran los empleadores cuando toman la decisión de contratar comunicadores: a) la capacidad de análisis crítico; b) las habilidades para resolver problemas; c) ortografía y redacción. Tres elementos a tomar en cuenta para la planeación curricular.

¿A quién?

La última pregunta del trinomio sobre la enseñanza de la comunicación se relaciona con el alumnado. En este sentido caben las siguientes reflexiones:

Durante los últimos años se ha generado un incremento importante de las instituciones de educación media superior. ¿Conocemos las materias que se los alumnos cursaron durante la preparatoria? Los planes de estudio constantemente se modifican y los profesores damos por hecho que cursaron materias cuyo contenido desconocen.

Algunas instituciones de educación superior han modificado los criterios para ingresar a la licenciatura. En la mayoría de los casos se sigue manteniendo el examen de admisión aunque se han modificado los parámetros para incrementar la matrícula. En algunos casos el examen de admisión se ha eliminado –o nunca ha existido– y el ingreso se determina por una entrevista cuyo resultado determina si el aspirante fue aceptado o rechazado.

En este contexto, de lo poco que sabemos que se imparte en las preparatorias es una materia llamada “Comunicación”. Sin duda atrae, convence, refuerza la decisión de estudiar comunicación. Dicho de otra manera, los alumnos se sienten atraídos por el imaginario de los medios de comunicación, de manera similar a lo que sucedió con las primeras generaciones que cursaron la carrera.

Más allá de esto, ¿qué sabemos de los alumnos que ingresan a la carrera de comunicación? Que se sienten atraídos por los medios pero cada vez tienen un menor nivel de exposición. No leen el periódico, escuchan la parte musical de la radio (cuando no tienen Ipod) y ven muy poca televisión. De Internet: la consulta ocasional del correo electrónico y páginas relacionadas sobre todo con el entretenimiento. Presentan deficiencias en la ortografía y la redacción producto de la poca lectura.

Bajo estas condiciones es muy importante tomar en cuenta que son los alumnos que tenemos y que nuestra responsabilidad es formarlos. Para ello es necesario considerar que si bien el nivel de exposición a Internet es bajo, las nuevas generaciones han crecido con el impulso de la electrónica y la digitalización. Elementos que debemos tomar en cuenta para implementar estrategias pedagógicas en el aula para incentivar la exposición a los medios; aprovechar los recursos de la red para la docencia y recurrir a los medios digitales como apoyo a la enseñanza de la comunicación.

Consideraciones finales

Quién, Qué, A quién son tres componentes de un modelo que va más allá de la descripción de un modelo de comunicación. Constituyen el trinomio desde donde concebimos, analizamos y reflexionamos sobre nuestra labor docente.

En este contexto, reiteramos la importancia de diseñar mecanismos de certificación. Se ha incrementado el número de instituciones que para contratar docentes solicitan una clase en público, generalmente sobre un tema de nuestra elección. Aprobar ese examen se convierte en la llave que abre la posibilidad de impartir más asignaturas, independientemente de nuestras competencias y nuestra experiencia para ello. Igualmente importante es la experiencia profesional sobre todo para impartir las asignaturas relacionadas con los diversos campos que conforman el mercado laboral del

comunicador. Quizá habría que pensar dos veces la contratación de un docente dispuesto a impartir “la que sea” o que pregunta si “sobran más materias”.

Los puntos arriba descritos se encaminan hacia la profesionalización de la docencia, la eliminación al menos gradual de la improvisación y un acercamiento más minucioso a quienes conformamos la planta docente de las escuelas de comunicación. En todo caso, es importante la composición de la planta docente y si tiene o no las competencias necesarias para las materias a impartir.

Finalmente, debemos asumir la responsabilidad de la formación de profesionales en comunicación. Si bien debemos reconocer que llegan a la universidad con las carencias arriba descritas, lo cierto es que después de ocho años de formación universitaria los docentes compartimos las carencias con las que egresan nuestros egresados. Una responsabilidad que va desde la improvisación docente hasta la pertinencia de los contenidos temáticos con el análisis de la realidad comunicacional pasando por la supervisión de actividades extracurriculares que contribuyen a la formación de nuestros alumnos.

Sobre la autora

Licenciada en Ciencias y Técnicas de la Información por la Universidad Iberoamericana. Maestra en Ciencias Sociales por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS). Candidata a Doctor en Antropología Social por la Universidad Iberoamericana. Investigadora y docente desde 1983. Ha impartido clases en la UIA, Universidad Veracruzana, ITESM, Escuela de Periodismo Carlos Septién García entre otras. Ha publicado en la Revista Mexicana de Comunicación (México), Chasqui (Ecuador), Signo y Pensamiento (Colombia), Diálogos de la Comunicación (Perú) así como obras de su propia autoría y capítulos de libros especializados. Actualmente coordina el Observatorio “Medios México”, con apoyo de la Fundación “Konrad Adenauer” desde donde realiza seguimientos periodísticos sobre diversos temas.

La Enseñanza de la Comunicación en el Diseño

Olivia Fragoso Susunaga

Universidad La Salle, Ciudad de México

El objetivo central de este texto es hacer un planteamiento en torno a la problemática existente en la enseñanza de la Comunicación en la Licenciatura en Diseño Gráfico en México. El interés por estudiar este tema surge por las experiencias vividas en el aula desde la óptica de alguien que posee la fortuna de contar con formación profesional en la comunicación, las artes visuales y el diseño. Esta posición ha permitido reflexionar, desde hace algunos años, sobre este interesante fenómeno que, al parecer, es tierra fértil pues se ubica en un espacio en el que, por alguna extraña razón, ni comunicólogos ni diseñadores lo han elegido como su objeto de estudio pues, podría pensarse que ambos bandos lo han de considerar competencia del otro.

El problema se inscribe en un intersticio disciplinario, posición desde la cual, como lo diría Portes, es factible ejercer la transgresión de un campo a otro que permite, en el mejor de los casos, una mirada interdisciplinaria, por lo que estaríamos hablando entonces de un fenómeno de comunicodiseñología. Para desarrollar el tema se ha decidido dividir el trabajo en cuatro apartados que exponen distintas facetas del problema.

1. El diseño y su relación con la comunicación

El diseño es una disciplina joven, aunque se puede afirmar que sus prácticas se remiten a la antigüedad. De manera institucionalizada aparece con la Bauhaus en 1919. La denominación fue acuñada en 1922 cuando William Addison Dwiggins usó el término “diseñador gráfico” para describir las actividades que desarrollaba ordenando estructuralmente y dando forma visual a la comunicación impresa. (BIERUT: 2005). Desde esta primera formulación la comunicación se encuentra implícita en las actividades y procesos y enunciada en la descripción de las actividades que se realizan.

En México la primera institución que ofrece los estudios de diseño gráfico es la Universidad Iberoamericana en el año de 1968. Posteriormente, en 1973 la Universidad Nacional Autónoma de México partiendo de su programa académico de Técnico en Dibujo Publicitario, creado a mediados de los años 30 por Manuel Rodríguez Lozano, desarrolla la propuesta de las licenciaturas en Diseño gráfico y Comunicación Gráfica. En esta última en el nombre de la licenciatura se encuentra mencionada la comunicación. En el 74 la UAM abre su programa denominado Diseño de la Comunicación Gráfica en donde se reitera el enfoque del diseño como una disciplina de comunicación, al menos en el nombre. A partir de entonces se han multiplicado las instituciones de

educación superior que imparten programas académicos relacionados con el campo del diseño. Los nombres son distintos conservando de una u otra manera la constante de mencionar tres conceptos: el diseño, la comunicación y lo gráfico, que posteriormente en algunas instituciones como la UNAM, cambiaron “gráfico” por “visual” para incluir sin problema a los objetos de diseño en soportes audiovisuales y digitales además de los impresos.

Por otra parte, es interesante observar que la definición del diseño no es una sola sino que se encuentran diversas propuestas. Algunas se centran en la estética, otras en la creación, otras en la proyectación y algunas más en la comunicación. A pesar de estas variantes en la mayoría se hace referencia a la comunicación como fenómeno inherente al diseño o por lo menos se mencionan elementos de alguno de los modelos como: mensaje, emisor, receptores, audiencias, proceso de comunicación, transmisión de mensajes, retroalimentación *etc.* Este problema lo podemos observar al revisar un par de las definiciones del diseño:

"Proceso de creación visual con un propósito específico, que es: cubrir exigencias prácticas... Una unidad de Diseño Gráfico debe ser colocada frente a los ojos del público y transportar un mensaje prefijado... Debe cubrir necesidades de un consumidor... Es la mejor expresión visual de la esencia de algo ya sea un mensaje o un producto... Su creación debe ser no solo estética sino también funcional mientras refleja o guía el gusto de su época." (WONG: 2009)

“El diseño gráfico, desde Altamira hasta las páginas de Internet, ha respondido tradicionalmente al planteamiento de necesidades prácticas, utilitarias, aplicadas bajo una teoría de la comunicación, bajo las normas éticas de la Ley, formalizadas de acuerdo a una estética de época. Sucesos como la invención del papel, la imprenta, la televisión y la red, han sido determinantes y han marcado etapas fundamentales en las actividades de los diseñadores, ubicándonos en este inicio del milenio ante la disyuntiva de seguir respondiendo a nuestras necesidades con orden, o de ofrecer nuestro tiempo e inteligencia a la alienación del individuo y el desequilibrio ecológico de nuestro hábitat natural.” (KUNST: 2005)

En estos acercamientos, que de ninguna manera pueden ser tomados como paradigmas pues uno de los principales de la disciplina es su amplia variedad de definiciones, se puede observar la manera en que en ellas se transita por la creatividad; por la mención de las necesidades sociales, económicas y culturales; por la estética, la utilidad y funcionalidad y, desde luego, por la comunicación que implícita o explícitamente se encuentra presente.

Los textos fundantes del diseño, hablan de una interacción entre tres ejes principales sobre los que se basa la disciplina: la tecnología, el arte y la ciencia. La comunicación desde esta perspectiva, debía ser una de las disciplinas que le dan base a la licenciatura en diseño. Sin embargo, poder hacer una delimitación epistemológica habría que tener claro cuáles son los límites y la interacción que existe entre ambos campos del conocimiento. Evidentemente la diferencia principal estriba en el objeto de estudio, los métodos y los componentes teóricos que corresponden a cada campo pero valdría tener un espacio para reflexionar sobre cuáles son dichas interacciones sobre todo para efectos del ejercicio profesional en donde el desdibujamiento de los límites es patente. El problema de esta delgada línea se encuentra en la falta de definición de las competencias profesionales sobre los que se debe hacer, saber y conocer de manera compartida y de modo específico en ambos campos.

El sentido común nos permite inferir que por ser visual el diseño trabaja con Formas Visuales, Tipografía y Color como materia prima. Aunque esto implica una tautología es el principio que diferencia al Diseño Gráfico que, desde el punto de vista creativo, proyectual y formal, se inscribe más en el campo de las Humanidades que en la Comunicación en general, que aunque interdisciplinaria también, tiene su ámbito más cargado hacia las Ciencias Sociales y en todo caso su función estaría orientada hacia la parte propiamente comunicativa necesaria para el funcionamiento y operación del diseño.

Por otra parte, el ejercicio profesional del diseñador gráfico, que siempre ha tenido como eje fundamental a la tecnología, desde mediados de los 80's ha tenido un fuerte impacto de herramientas y programas de cómputo. Desde entonces existe la preocupación, por parte de las instituciones educativas de formar en este rubro a los futuros diseñadores. Por esta razón se han tenido que reducir, eliminar o fusionar asignaturas a favor de incrementar el desarrollo técnico de habilidades el manejo de software demandadas en el campo laboral en detrimento de la enseñanza de asignaturas entre las que se ubica la comunicación.

Este escenario nos permite entrever que aunque la relación entre el diseño y la comunicación ha sido cercana no se han desarrollado las acciones pertinentes orientadas a la legitimación de dicha relación, lo cual la ha ido lesionando a pesar de que es, paradójicamente, cada vez más fuerte. Esto se observa en el desdibujamiento de las actividades desarrolladas en el campo laboral.

2. La comunicación en los programas académicos

Es muy importante no perder de vista el contexto general en el que surge el Diseño Gráfico. Por una parte la corriente lingüístico estructural que enfatiza la necesidad de crear sistemas significantes mediante códigos estructurados. Por otro lado el Styling acuñado en el pragmatismo norteamericano que en voz del funcionalismo proclama la necesidad de generar productos útiles, funcionales y con aplicación directa en la práctica.

En la misma década del surgimiento de las escuelas de diseño surgieron las de Comunicación. En esa época existía una tendencia por justificar cualquier acto en el que estuviese involucrado el hombre, desde la perspectiva de las teorías imperantes en materia de comunicación. El modelo clásico de Laswell se difundió en muchos ámbitos y todos los procesos se planteaban desde la perspectiva del modelo E-M-R y efectos.

Existe una fuerte tendencia por despreciar los conocimientos que fundamentan el proceso de diseño, entre ellos la comunicación. No hay unidad conceptual en muchos de los términos que se manejan al interior de la disciplina. Se acuñan definiciones con singular facilidad y no son controladas por las asociaciones de los profesionales.

¿Quién enseña comunicación a los diseñadores?

Hasta finales de los 50's quienes venían ejerciendo las prácticas profesionales del diseño gráfico hasta ese momento, eran técnicos, artesanos, arquitectos y artistas plásticos y fueron ellos los encargados de marcar las pautas que seguiría la disciplina en nuestro país tanto en el ámbito académico como en el profesional.

La orientación que siguen las instituciones se vinculan con la formación recibida por las personas encargadas de construir el plan de estudios. La licenciatura desde sus orígenes tiene un crecimiento significativo hasta inicios de este siglo en el que se ha estabilizado. Al inicio los docentes, provenientes principalmente del campo de la arquitectura y el arte y alguno que otro de las humanidades o de las ciencias sociales, tuvieron que improvisarse; esta práctica continuó en el período del boom pero la tendencia se revirtió cuando los egresados y las acreditaciones institucionales empezaron a demandar exclusividad en la enseñanza de los diseñadores por diseñadores expulsando a todos aquellos que no ostentaban el título y dejando vacío un espacio académico que aún no se habría resuelto. Los egresados de las primeras generaciones de las primeras escuelas, son los que enseñaron a los que enseñan ahora el Diseño Gráfico. Con todas estas circunstancias en contra, el panorama de la enseñanza del Diseño Gráfico resulta complejo.

La experiencia en el aula y la interacción con los compañeros profesores de quien esto expone, puso de manifiesto que la visión de un comunicólogo en la enseñanza de la disciplina, es completamente distinta a la de un diseñador. Aunque la afirmación parezca de Perogrullo no resulta tan claro para quienes toman las decisiones sobre quiénes serán los encargados de impartir las asignaturas por lo que no es extraño encontrar frente a un grupo a un docente que no comprende con claridad la problemática del fenómeno que está enseñando. La formación de un comunicólogo implica, en principio, el conocimiento de la existencia de distintas teorías de la comunicación que corresponden a diferentes épocas, perspectivas teóricas y corrientes de pensamiento lo que lleva a la clara comprensión de que la comunicación en el diseño es algo que va más allá del canónico modelo de la comunicación abordado desde una perspectiva funcionalista.

Por otra parte en el proceso de enseñanza de la comunicación es muy importante contar con los elementos contextuales que permitan la comprensión del fenómeno en donde ésta se ubica. Por tal razón el docente, además de tener una clara comprensión del fenómeno de la comunicación, deberá tener idea de qué es el diseño, no solamente saber cuáles son las áreas que conforman a la disciplina y los productos propios de cada una de ellas sino de la teoría y de la historia del diseño y, sobre todo, el funcionamiento de la imagen, de la forma, del color y la tipografía, elementos básicos del diseño que si se desconocen hacen más complicada la comprensión del el proceso. El docente encargado de la enseñanza de la comunicación debería tener idealmente formación en el diseño o al menos clara comprensión del funcionamiento de los fenómenos de proyectación, realización, distribución y consumo de los productos del diseño.

Situación actual de la enseñanza de la comunicación en el diseño gráfico

La enseñanza de la comunicación se inscribe en el Área de Teoría del Diseño y de la Comunicación propuesta por los comités acreditadores de los programas académicos como fundamental para el desarrollo de los conocimientos y las competencias de un diseñador gráfico. Para tener una idea de

cuál es el estado de la problemática que se menciona se tomarán a manera de ejemplo, dos instituciones públicas como representativas de la problemática que se menciona.

Universidad Nacional Autónoma de México

Escuela Nacional de Artes Plásticas

Plan de Estudio: Licenciado en Diseño y Comunicación Visual

Perfil Profesional:

Es el profesional con los conocimientos sobre los elementos, factores, procesos y fundamentos del diseño capaz de comprender y manejar el lenguaje visual y aplicarlo en la definición y creación de estrategias de transmisión de mensajes visuales, para satisfacer demandas de comunicación social, cultural, histórica, científica, tecnológica y educativa. En el aspecto técnico, tendrá el conocimiento, las capacidades y las habilidades necesarias para estructurar, elaborar y controlar los recursos necesarios para la creación de mensajes en planos bidimensionales y tridimensionales dentro de las áreas respectivas de su área de formación profesional.

Área de Conocimiento: Humanidades y Artes

Organización del plan de estudios:

El plan de estudios está organizado por 9 semestres, con un total de 72 asignaturas, de las cuales 64 son obligatorias y 8 son optativas,

Asignaturas optativas para la orientación en audiovisual y multimedia:

Optativas:

Medios de Comunicación I

Introducir al alumno en el conocimiento de los medios de comunicación y la influencia que éstos tienen en el diseño y la comunicación visual.

Medios de Comunicación II

Introducir al alumno en el conocimiento de los medios de comunicación y la influencia que éstos tienen en el diseño y la comunicación visual.

Procesos de Comunicación I

Al término del semestre el alumno tendrá las bases para iniciarse en el proceso de investigación del hombre social y la comunicación. Y conocerá los procesos de integración comunicativa a diferentes grupos sociales.

Procesos de Comunicación II

Al término del semestre el alumno tendrá las bases para iniciarse en el proceso de investigación del hombre social y la COMUNICACION. Y conocerá los procesos de integración comunicativa a diferentes grupos sociales.

Teoría de la Comunicación

Introducir al alumno en las concepciones básicas de la Teoría de la Comunicación.

Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco

DISEÑO DE LA COMUNICACIÓN GRÁFICA

Perfil de Egreso

La UAM Azcapotzalco forma a sus estudiantes para que al egresar sean capaces de:

- Analizar las necesidades de comunicación de un grupo social para proponer proyectos de diseño acordes a los medios de difusión seleccionados
- Preparar y supervisar el proceso de producción.
- Resolver los aspectos técnicos relativos al medio elegido.

Organización del plan de estudios:

El plan está organizado en 12 trimestres que se cursan en cuatro años. Los estudiantes cursan 67 asignaturas de las cuales 44 son obligatorias y 13 optativas

Asignaturas

Diseño y Comunicación III (Comunicación y Diseño)

Al terminar el curso el alumno será capaz de: Explicar el campo de conocimiento del diseño gráfico desde la perspectiva de la comunicación. Conceptualizar al objeto diseñado como un mensaje.

1. El proceso de la comunicación.
2. El diseño gráfico como un proceso de comunicación visual.
3. Elementos de la comunicación.
4. El objeto diseñado como mensaje.
5. El diseñador como mediador de la comunicación.

Diseño y comunicación IV (Mensaje Visual)

Al terminar el curso el alumno será capaz de:

Identificar los elementos, la estructura y tipología de los mensajes visuales.

Explicar las características de los mensajes visuales y su relación con el entorno social.

1. Evolución del mensaje visual.
2. Elementos y estructura del mensaje.

Contenido.

Argumento.

Configuración.

3. Tipología de los mensajes visuales.

Intencionalidad.

Funcionalidad.

Referencialidad (abstracto-figurativo).

Tecnología utilizada.

Vehículo utilizado (medio-canal).

4. El mensaje y su contexto: creación, circulación, consumo, reciclaje de los mensajes)

Diseño y comunicación VI (Medios de Comunicación)

Al terminar el curso el alumno será capaz de:

Reflexionar acerca de la naturaleza de los medios de comunicación con el fin de desarrollar capacidades para comprender los mensajes presentados en ellos.

Explicitar la evolución y tipología de los medios de comunicación.

1. El papel del medio de comunicación en la transformación de la sociedad.

2. Evolución de los medios.

3. Taxonomía de los medios.

Por tipo de registro: análogos y digitales.

Por el nivel de participación del usuario: pasivos e interactivos.

Por los sentidos que involucra: visuales y audiovisuales.

Por cobertura: regional y global.

Por forma de uso: secuencial y fraccionado.

Por su ergonomía: escala y usabilidad.

Por el prestigio: serio e informal.

En estos ejemplos se puede observar que se plantea como prioritario el análisis de necesidades de comunicación y la emisión y transmisión de mensajes gráficos difundidos por medios masivos. La organización de la Comunicación Visual es un propósito que el diseñador debe enfrentar. Concibe al Diseño Gráfico como una disciplina encaminada a satisfacer necesidades específicas de Comunicación Visual mediante la configuración, estructuración y sistematización de mensajes significativos.

Es curioso observar cómo se da una marcada importancia en los perfiles la Comunicación cuando el énfasis fundamental de las asignaturas está dado en torno a la parte de producción de objetos de diseño, a las partes artísticas, estéticas y tecnológicas. Sin embargo es necesario destacar que en los programas citados aún se incluyen asignaturas de teorías de comunicación, aspecto que está dejando de ocurrir en algunos programas académicos, principalmente los de las instituciones privadas. En relación con el contenido de las asignaturas impartidas se puede observar que la enseñanza de las teorías de la comunicación se reduce la repetición de modelos funcionalistas en los que se hace referencia al proceso de transmisión de la comunicación poniendo especial énfasis en el mensaje o los contenidos corresponden a aspectos de semiótica, retórica, la tecnología o y las ciencias sociales y antropológicas.

Existe una tendencia generalizada a definir al Diseño Gráfico como disciplina que satisface necesidades de Comunicación Visual sin embargo no queda claro que es lo que se entiende por Comunicación Visual, que diferencias o similitudes tienen, desde el punto de vista epistemológico con las ciencias de la comunicación en general y de qué manera puede abordarse el problema del diseño gráfico desde la óptica de otros modelos.

En el campo de trabajo hay una fuerte tendencia por incluir a las prácticas profesionales que tradicionalmente son desempeñadas por egresados de Comunicación, y que, por otra parte tienen problemas de saturación laboral, puede ser que las prácticas específicas realizadas por los diseñadores gráficos en los medios de Comunicación sean diferentes a las de los comunicólogos, sin embargo no se mencionan. El panorama de la enseñanza de la comunicación en el contexto del Diseño Gráfico implica compromisos urgentes el orden de generar lineamientos que permitan valorar la importancia de la inclusión de mayor número de materias vinculadas con la comunicación y contar con lineamientos que orienten los contenidos de las asignaturas. Otro compromiso importante se debe centrar en la selección y capacitación de los docentes para que estén teóricamente actualizados y comprometidos con la disciplina de la comunicación, que cuenten con una sólida base de investigación que les permita dar solución a los problemas en el ámbito académico y que, sobre todo, sean capaces de formar y no deformar a las nuevas generaciones.

Bibliografía

BIERUT, MICHAEL: 2005. Fundamentos del Diseño Gráfico. Ed. Infinito, Buenos Aires.

KUNST, PABLO 2005. ¿Qué es el diseño? Una visión global del diseño gráfico. CommTOOLS, Redargenta, Buenos Aires.

MEGGS, PHILIP: 1991, Historia del Diseño Grafico. Ed. Trillas, México.

MORAGAS SPA, MIGUEL DE:1986 Sociologia de la Comunicación de masas. Ed. Gustavo Gilí, Barcelona.

Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica. Disponible en: <http://www.azc.uam.mx/artes/grafico.php> (Citado el 03 septiembre de 2011)

Universidad Nacional Autónoma de México. Escuela Nacional de Artes Plásticas. Plan de estudios de la Licenciatura en Diseño y Comunicación Visual. Disponible en: https://www.dgae.unam.mx/planes/fartes_plasticas/Dise%F1Com.pdf (Citado el 03 septiembre de 2011)

WONG, WUCIUS 2009. Fundamentos del diseño. Ed. Gustavo Gilí. Barcelona. 10ª edición.

Sobre la autora

Profesora investigadora de medio tiempo en la Facultad Mexicana de Arquitectura Diseño y Comunicación (FAMADyC) Universidad La Salle Ciudad de México. Profesor investigador de medio tiempo en el Departamento de Investigación y Conocimiento del Diseño de la División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD) en Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco (UAM A) Ciudad de México, en la Carrera de Diseño para la Comunicación Gráfica. Doctora en Diseño, División de Ciencias y Artes para el Diseño, UAM-A. Maestra en Artes Visuales, Escuela Nacional de Artes Plásticas (ENAP) UNAM. Licenciada en Comunicación. Por la Universidad Iberoamericana. Desde hace más de 20 años ha sido docente en las licenciaturas de Comunicación y Diseño gráfico en instituciones públicas y privadas. Ha participado en diversos Congresos, Seminarios y Coloquios tanto nacionales como internacionales y ha realizado publicaciones en diversos medios de temas relacionados con la imagen, el diseño y la significación.

¿Qué comunicamos cuando enseñamos?

Abraham Nosnik Ostrowiak

Facultad de Economía y Negocios, CADEN

Universidad Anáhuac México Norte

Fundamentos conceptuales de la discusión

El proceso enseñanza-aprendizaje puede ser reconstruido conceptualmente desde múltiples perspectivas. Una de ellas, particularmente práctica, es la Teoría de los Sistemas de R.L. Ackoff (Ackoff, 2002).

Según Ackoff, los sistemas conjuntan dos estructuras y dos funciones. Existen las partes llamadas “autoridad” y los demás elementos llamadas simplemente “partes”. La autoridad funciona como la parte que ordena y coordina a todas las demás partes, y las partes por su lado, son especialistas que entregan insumos diferentes para el propósito común o general del sistema. Por lo tanto, un sistema según R.L. Ackoff es la conjunción de autoridades y partes para cumplir un propósito general que puede contener varios objetivos o metas. La relación entre autoridad y partes es tan decisiva que los distintos niveles de los sistemas dependen de lo lejana y rival y lo cercana y complementaria que sea la relación entre autoridad (a partir de ahora, “A”) y partes (“p”).

Existen cuatro niveles de sistemas en la teoría que propone Ackoff. Estos niveles se ordenan en la lógica antes señalada: de lejanía y rivalidad a cercanía y complementación. Siguiendo estrictamente ese orden, los sistemas son: mecánicos, orgánicos, socioculturales o sociales complejos y ecológicos. Otra característica más de este enfoque es que el sistema ecológico contiene a todos los anteriores y el resto de los sistemas contiene siempre a su (o sus) inmediatos inferiores. Entre más inferior es el sistema, la separación de “A” y “p” es mayor, y viceversa. También entre más separadas las “A” de las “p” más vertical es el sistema y más poder despliega “A” sobre “p”. Los sistemas más evolucionados son tan horizontales que todas las “A” tienen exactamente el mismo estatus que las “p” y no hay necesidad de desplegar poder. Todas las partes se auto-dirigen, auto-controlan y autorregulan de tal suerte que este tipo de sistemas se transforman en redes.

Los tres primeros niveles de sistemas: mecánico, orgánico y sociocultural se traducen en tipos de interacción humana, respectivamente. El mecánico representa una interacción dictatorial, tiránica o de amo-esclavo. “A” oprime y usa para su beneficio a “p”. El orgánico corresponde a una interacción autoritaria no violenta en la que “A” centraliza las decisiones que afectan tanto a sí misma como a “p”. El futuro y la calidad de vida de “p” se influyen mucho por lo que decida “A” a ese respecto. Finalmente, existe el nivel participativo de interacción en el que ya circula tanto el poder como la información y “A” y “p” tienen acceso a ambos insumos. Una consecuencia del flujo de información y del acceso al poder (toma de decisiones) que benefician tanto a “A” como a “p” es que todas las “A” serán alternativamente y en varios momentos, “p” y las “p” también podrán ejercer

como “A”.

Una aclaración más. En su teoría original, R.L. Russell considera al sistema ecológico sólo como ecosistema. En la versión del presente autor, este cuarto nivel de sistema también tiene las características de espiritual y ético. Estas dos características se agregan porque en el nivel ecológico se plantea el límite entre lo material y lo espiritual de la creación. Ackoff no aborda la parte espiritual en su explicación, sin embargo, ésta es indispensable para entender la propia dinámica de los sistemas. Por lo tanto, la presentación de los sistemas en esta ocasión se refiere al cuarto nivel de su capacidad como triple “E”: Ecológico, Espiritual y Ético, ámbitos los tres de lo metafísico, espiritual o real pero no material. Lo ecológico en este contexto se refiere al estudio del impacto que sufren mutuamente las partes de los sistemas y los sistemas entre sí cuando interactúan, además de la productividad o valor que generan para cumplir con sus propósitos.

Lo espiritual en la perspectiva de los sistemas corresponde a la transformación en unidad de todas las partes para que, por medio de la colaboración, se consiga el propósito del sistema. La consecuencia de la transformación de la diversidad (las “p”) en una unidad coherente y efectiva corresponde al tema de los colectivos organizados: equipos, organizaciones, comunidades, sociedades, países, organizaciones supranacionales, *etc.* Al efecto de paz y plenitud, de identificación entre las partes y los sistemas entre sí, y además la identificación con un ideal universal de todas las partes y los sistemas, le llamamos trascendencia. Finalmente, la capacidad de cada parte y de cada sistema de autorregularse y convertirse en red (auto-dirección y auto-supervisión) le llamamos ética. Por lo tanto, un sistema de cuarto nivel es una red y está autorregulado (ética), es pleno y por lo tanto, es altamente productivo y está en paz consigo mismo y los demás, y es responsable socialmente (ecológico) al cuidar tanto su generación de valor como el impacto en los demás y el medio ambiente.

Aplicaciones a la convivencia humana y a la comunicación

En la primera parte de esta presentación se mencionaron superficialmente las implicaciones de la teoría de los sistemas de Ackoff a los niveles de convivencia humana. En esta parte del texto profundizamos en ello y extendemos la explicación a la comunicación. En el siguiente cuadro se exponen las variables más importantes de los sistemas, su ámbito de organización social y comunicativa.

Cuadro No. 1: Sistemas, formas de convivencia y comunicación humana

Sistema	Tipo de convivencia	Comunicación	Variables
Mecánico	Tiránica, dictatorial, amo-esclavo	Shannon y Weaver (1948) Lineal Unidireccional Dominio	Fuente Señal Canal tecnológico Ruido físico Destino anónimo
Orgánico	Autoritario Centralizado en sus decisiones	Laswell (1948) Dinámica Bidireccional Intercambio	Emisor Mensaje/interpretación Canal interpersonal/tecnológico Ruido semántico Receptor identificado
Sociocultural	Organizaciones informales, organizaciones formales, grupos y equipos, sectores, comunidad, sociedad, etc.	Comunicación estratégica. Campañas públicas de comunicación. Krohling Kunsch, 1986, 2002; Rice y Atkins, 2001; Costa, 2004; Pizzolante, 2004; Meyer Rodríguez y otros, 2009; de Farias, 2011,	Utopía: diseño Idealizado Objetivos Estrategias Innovación
EEE Ecológico, espiritual, ético	Responsable socialmente, cooperativa-trascendente autorregulada - autodirigida	Comunicación productiva (Nosnik, 2010) Globalización (Mcluhan y Omaha), Hipótesis Gaia (Lovelock), Nueva visión integral (Capra), El paradigma emergente (Matínez Miguelez) Ética mundial (Küng).	Nuevo entorno, nuevo orden.

Aplicaciones a la Enseñanza de la Comunicación

1. Toda sesión de un curso de Comunicación debe contener los recursos necesarios de cada uno de sus niveles sistémicos.
 - a. Aspectos mecánicos: calidad de la información y tecnología adecuada a las necesidades de los temas y participantes (docente y alumnos).
 - b. Aspectos orgánicos: Habilidades de comunicación y de control de grupo del docente. Autoridad central.

c. Aspectos socioculturales: Habilidades para poner en circulación información (dar y recibir información) y poder (co-diseño en técnicas y metodología de enseñanza con los alumnos).

d. Aspectos EEE:

i. Aspectos Ecológicos: Además de los contenidos y la tecnología de enseñanza-aprendizaje cuidar los impactos en terceros. El ambiente de comunicación en clase lo creamos todos.

ii. Aspectos Espirituales: Respetar permanentemente los consensos para establecer los ideales, reglas y estándares del grupo y la diversidad humana representada por todos los presentes en clase.

iii. Aspectos Éticos: Fomentar el fortalecimiento de carácter por medio del cultivo de las virtudes de todos y cada uno de los involucrados en la Enseñanza-aprendizaje de la Comunicación.

Relevancia de la Enseñanza de la Comunicación a la sociedad

Dar a conocer dentro y fuera del campo de la Comunicación, la naturaleza y la práctica de este proceso civilizatorio humano:

- Su contribución a una convivencia pacífica por medio del cultivo de la “no violencia”, del consenso y respeto a las reglas que son el fundamento y sentido de las instituciones como forma de organización ante la diversidad.
- Su contribución a elevar la calidad de vida de la población en general, en especial y prioritariamente de los grupos vulnerables por medio de la generación de Capital Humano (que resulta de la enseñanza y aumenta los conocimientos y desarrolla las habilidades de las personas), Capital Social (que resulta de la cooperación y entendimiento entre personas y líderes, equipos y grupos, organizaciones e instituciones de diversa índole, origen, cultura, estilos, creencias, etc.), Capital Intelectual (que resulta de la investigación básica y aplicada, el desarrollo técnico y tecnológico, la innovación, la invención y las patentes, etc.) y el Bienestar Material (definido por los estándares mundiales de estudiosos, científicos, líderes espirituales, luchadores sociales y organismos internacionales, supranacionales y regionales de distintas especialidades).

Relevancia de la Enseñanza de la Comunicación al Nuevo Orden Mundial

- Mostrar la relevancia del campo de estudio y de la práctica de la Comunicación como herramienta de mejora de la convivencia inteligente y productiva en un mundo globalizado. Contribuir a lograr:
- Mayor cohesión de las culturas nacionales por medio de la confianza mutua entre gobernantes y gobernados, líderes y ciudadanos, *etc.*

- Mayor conocimiento entre las diversas culturas nacionales y regionales al combatir estereotipos, prejuicios y cultivar relaciones bi - y multinacionales.
- Mayor efectividad del desempeño de las instituciones y tratados supranacionales en el combate de regímenes tiránicos y corruptos y de su consecuente marginación y pobreza en sus respectivas poblaciones. Combate al crimen organizado y temas afines como la explotación de mujeres y menores, tráfico de seres humanos y formas de productividad humana que logre mayor consenso en la preservación de las condiciones de vida en el planeta.
- Desaparecer como opción la violencia en el orbe: terrorismo, guerrilla, guerra, *etc.*

Retos para la Investigación y el Desarrollo de la Comunicación como complemento de la Enseñanza de la Comunicación

- Apoyar la actividad de Ciencia y Tecnología en el país e incrementar la inversión en este rubro con base en los estándares internacionales vigentes (% del PIB).
- Apoyar al Gobierno en el fomento de la cultura de la Investigación, invención, desarrollo de patentes y apoyo a emprendedores científicos, tecnológicos y técnicos. Exigir al sector privado contribuir con su parte.
- Apoyar las actividades de vinculación Universidad-Gobierno-sectores productivos en el desarrollo de conocimiento técnico práctico, útil, relevante y creativo-innovador que resuelva los problemas más urgentes de la población en mayor riesgo del país.
- Nunca disociar la investigación científica y el desarrollo técnico y tecnológico de la Enseñanza de la Comunicación.

Referencias

- ACKOFF, RUSSELL L: 2002. El Paradigma de Ackoff. Una Administración Sistemática. Limusa, Grupo Noriega, México.
- COSTA, JOAN, DIRCOM-ON-LINE: 2004. El Master de Dirección de Comunicación a distancia, La Paz, Bolivia: Grupo Editorial Design (Con la participación de la Universidad Metropolitana Azcapotzalco)
- DE FARIAS, LUIS ALBERTO (organizador): 2011. Relaciones públicas estratégicas. Técnicas, conceptos e instrumentos. Summus editoria, Sao Paulo.
- KROHLING KUNSCH, MARGARIDA MARÍA: 2002. Planteamiento de Relacoes Públicas na Comunicacao Integrada. Summus editorial, Sao Paulo.
- MEYER RODRÍGUEZ, JOSÉ ANTONIO (coordinador): 2009. Comunicación Estratégica. Nuevos horizontes de estudio. Co-edición de Fundación Manuel Buendía, UPAEP y AMIC, México.
- NOSNIK, ABRAHAM: 2011. Teoría de la Comunicación Productiva. Exploraciones más allá de la retroalimentación. Facultad de Economía y Negocios, Universidad Anáhuac México Norte. (Manuscrito no publicado.)
- PIZZOLANTE NEGRÓN, ÍTALO: 2004. El poder de la comunicación estratégica. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Colección Biblioteca del Profesional, Colombia.
- LASSWELL, H.D: 1948. "The structure and function of communication in society", en Bryson, L. (Editor), The Communication of Ideas, Harper, New York.
- RICE, RONALD E. y CHARLES K. ATKINS (editors): 2001. Public Communication Campaigns. Thousand Oaks, CA.
- SHANNON, CLAUDE E. y WARREN WEAVER: 1948. The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois Press, Illinois.

**Resultados Preliminares del Estudio “Estilos Docentes en la Enseñanza de la Comunicación”,
Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Anáhuac México Norte, realizado
durante el mes de septiembre de 2011 con 86 profesores**

**Cuadro ED-No.1. Aspectos de *mayor* consenso en las respuestas de los docentes
(Núcleo Ideológico en cuanto a Enseñanza de la Comunicación)**

<i>Tema o Aspecto:</i>	Frecuencia	%
Busco nuevas y más prácticas formas de retroalimentación a mis alumnos/as.	86	100
En mi clase, combino mi exposición con actividades diversas.	99	85
El especialista que no comunica sus ideas, no es maestro.	85	99
Una clase es compleja y requiere revisarse periódicamente.	79	92

**Cuadro ED-No.2. Aspectos de *mediano* consenso en las respuestas de los docentes
(Apoyo al Núcleo Ideológico de la Enseñanza de la Comunicación)**

<i>Tema o Aspecto:</i>	Frecuencia	%
Los alumnos reestructuran la información que uno les da para su propio uso.	72	84
El maestro es un recurso si el alumno lo requiere.	60	70
El maestro es el que más aprende.	60	70

**Cuadro ED-No.3. Aspectos de *bajo* consenso en las respuestas de los docentes
(Alejados del Núcleo Ideológico en cuanto a Enseñanza de la Comunicación)**

<i>Tema o Aspecto:</i>	Frecuencia	%
Hago exámenes de conocimientos	51	59

Cuadro ED-No.4. Temas nucleares de la ideología educativa de los respondientes

<i>Tema o Aspecto:</i>	Frecuencia	%
<i>Evaluación</i> del desempeño/rendimiento académico de los alumnos/as:	86	100
<i>Dinámica</i> de la clase:	85	99
Expectativa de uso de <i>recursos personales</i> por parte del maestro en clase:	85	99
Concepción de la clase como proceso <i>complejo</i> :	85	99
Presencia o <i>disposición</i> del maestro/a:	79	92

Nota: Los resultados del estudio serán reportados en un documento independiente.

Sobre el autor

Licenciado en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, doctor en Comunicación Social por el Institute for Mass Communication Research de la Universidad de Stanford en donde cursó también la especialidad doctoral en Filosofía de la Ciencia en el Departamento de Filosofía. Tiene una amplia experiencia docente en áreas de métodos de investigación social, epistemología, comunicación organizacional y dirección en la Universidad Iberoamericana, Stanford, ITESM, LA Salle, el ITAM en donde fue además director de la Maestría en Administración y la Universidad Anahuac entre otras. En 1987 funda el Despacho CIOS (Consultoría en Investigación Organizacional y Social, S.C.) del cual es director hasta la fecha. Es autor de más de 40 textos publicados en revistas especializadas así como de 5 libros. Conferencista invitado en universidades nacionales e internacionales. Actualmente, es profesor de Tiempo Completo en la Universidad Anáhuac, miembro del claustro académico del Doctorado en Comunicación Aplicada.

El Análisis Crítico del Discurso como un nuevo modelo de la investigación y de la enseñanza

Jolanta Klyszcz Gasz
Universidad del Claustro de Sor Juana

1. Su importancia

El Análisis Crítico del Discurso (ACD) es una ciencia analítica consolidada en los años ochentas del siglo XX, o más bien, todavía se encuentra en el proceso de su consolidación. Siendo apartada de los paradigmas de la metafísica, responde a las necesidades del cambio que ya observamos en la práctica, el cual demanda su descripción razonada en la actual academia. En la búsqueda compartida de un nuevo marco teórico, el Análisis Crítico del Discurso es probable que complete este rol, especialmente en la materia de la comunicación audiovisual.

2. El propósito y los objetivos

El propósito es actualizar el conocimiento de los maestros universitarios que colaboran en las escuelas de comunicación, de acuerdo a los nuevos retos de los programas de enseñanza en las condiciones del mundo complejo de la postmodernidad. Los objetivos se enfocan en ofrecer los conceptos del ACD como una “caja de herramientas” que puede servir igual en las tareas de la docencia como las de la investigación. Asimismo se promueve el uso de la investigación como un método en el proceso de enseñanza-aprendizaje, que se considera pertinente para el tiempo de la renovación cultural que vivimos.

Los objetivos son:

- Actualizar el conocimiento introduciendo una materia recientemente formada que, en mayoría de casos, no formó parte de la educación universitaria de los maestros
- Resaltar las formas postmodernas de la cultura actual, que requieren de una nueva descripción, que no es viable si seguimos los presupuestos de la metafísica
- Exponer la caducidad del método aristotélico de la búsqueda de la verdad, y en su carencia, razonar acerca de los métodos que convergen en una descripción discursiva
- Reconocer el Análisis Crítico de Discurso en la práctica docente.

3. Temas y tópicos revisados

3.1. La definición. Siguiendo a Fairclough que comprende al lenguaje como práctica social, el ACD construye el análisis de los acontecimientos comunicativos tomando en cuenta los datos aportados por diferentes ciencias, (lingüística, retórica, ciencias sobre la cultura y sociedad, historia, política, economía, psicología, teología) y los asume como partes de un solo discurso. Éste los recoge dentro

de una estructura que los vincula entre sí, ordenada por metalenguajes que ponen en evidencia el constante carácter ideológico y de dominación en la comunicación social, pues la misma estructura vinculante está fundada por la desigualdad en el acceso a los recursos lingüísticos y por el control de las instituciones. El método del ACD, aunque derivado de la lingüística, extrapola los conceptos y patrones de significación a los textos no verbales. Ofrece así un nuevo método de análisis complejo e interdisciplinario, que considera el lenguaje como una forma de la práctica social compuesta por sus variadas modalidades y la cual expone los conflictos del poder subyacentes.

3.2 Los preconceptos del ACD. Para apreciar la adecuación del ACD a la actualidad postmoderna, partimos de comparar los prejuicios de la misma con los de la metafísica que rigió a las ciencias modernas. Se aprecia que los paradigmas del ACD coinciden con las de las prácticas de la cultura actual. Por lo tanto, de ellos deduciremos las herramientas para la descripción de los fenómenos hoy observados: de los objetos del análisis complejo, de la multiplicidad de enfoques, de la multivocalidad de los argumentos, de la multimodalidad de las formas de comunicación y soportes de sus archivos. Todo aquello está dispuesto por las discrepancias lógicas entre sí, de tal modo niega el dominio de la casuística y razón lineal diseñada por Aristóteles.

La Metafísica presupone:

El mundo regido por las leyes universales.

La verdad única.

El mundo inteligible en sus formas.

La inteligencia humana que comprende al universo.

El método único y obligado en las ciencias.

El ACD presupone:

Los mundos discrepantes, tangibles, virtuales.

Las verdades parciales.

Los mundos no intencionados.

La inteligencia humana que limita el acceso a la realidad.

Los múltiples métodos, que eventualmente convergen en un discurso.

3.3. Los desarrolladores del ACD. A continuación se presenta la obra de varios investigadores cuyos aportes moldearon la forma del ACD del día de hoy.

[Norman Fairclough](#) [el autor de: *Language and Power* (1989) y *Critical Discourse Analysis* (1995) entre otros] propone relacionar tres formas en el análisis de un acontecimiento comunicativo:

- de los textos (hablados o escritos)
- de la práctica discursiva (procesos de producción, transmisión y consumo de textos)
- y el de la práctica sociocultural (eventos discursivos).

Así distingue tres diferentes enfoques donde el análisis lingüístico se suma al análisis comunicólogo, eventualmente definido en los conceptos de la semiótica; y ambos quedan entrelazados por los conceptos de sociología y política que delimitan un acontecimiento comunicativo en las condiciones de su contexto cultural.

Ruth Wodak [la autora de: *Disorders of Discourse* (1996), *Los métodos del análisis crítico del discurso* (2002) entre otros] concibe el análisis histórico del discurso centrándose en los cambios que suceden en el transcurso del tiempo. También analiza las diferencias entre los discursos contemporáneos. Combinando el análisis etnográfico, la retórica y la lingüística, define un modo de describir la formación y el desarrollo de los discursos que determinan las políticas de géneros y las ideologías; con urgencia moral atiende los discursos discriminatorios. Leyendo su estudio del caso de la propuesta <<Austria primero>> realizada por el Partido de la Libertad de Austria en los años 1992-1993 (Dijk, 2000:137,138) observamos los conceptos que estructuran su método, que partiendo de los instrumentos de análisis lingüística y retórica, revelan las posturas de discriminación. Su proceder se resume en dar las respuestas a las cinco preguntas:

- ¿De qué modo se nombra o refiere a las personas?
- ¿Qué rasgos, características, cualidades y particularidades se les atribuyen?
- ¿Por medio de qué argumentos se intenta de justificar y legitimar la discriminación de los otros?
- ¿Desde que punto de vista se expresan estas etiquetas y atribuciones?
- ¿Se articulan abiertamente las respectivas afirmaciones?

Teun van Dijk, [el autor de: *El discurso como estructura y proceso* (2000), *El discurso y poder* (2009) y demás], examina el tema de racismo. También propone el triángulo que relaciona discurso-cognición-sociedad para el análisis compuesto del discurso, el cual recoge el acontecimiento comunicativo en todas sus modalidades o plataformas, y no visto como solamente un hecho lingüístico. A continuación se explica cada uno de los conceptos del dicho triángulo y las funciones que completan el análisis. El primer concepto, el del discurso, aquí se pronuncia como la cuestión sobre cómo se usa el lenguaje. Las respuestas se comprenden en el marco de:

- la sintaxis que juzga la corrección, estilo y examina las formas retóricas
- la coherencia del contexto que observa las relaciones entre las proposiciones.

La cognición indaga acerca de las creencias que se comunican. El análisis abarca tres aspectos:

- sobre lo que se informa y que delimita el contenido del comunicado
- reconoce a qué hecho, previamente conocido, refiere la información
- cuál es el enfoque ideológico del informante.

La sociedad se reconoce en sus vínculos que son interactivos y se manifiestan en cada acontecimiento comunicativo. Desde su función social se nombra:

- el tipo del texto; por ejemplo: cuento, diálogo
- la modalidad del texto, si es auditivo, visual u otro, o combinación de varios
- la función del texto en su contexto social, cultural, político y demás.

Günther Kress [coautor con van Leeuwen de: *Reading Images: the Grammar of Visual Design* (1996), *Multimodal Discourse: the modes and media of contemporary communication* (2002) y otros]. Se enfoca en las cuestiones de educación, a su vez desarrolla la teoría de la comunicación multimodal, que hace más completo el método del análisis propuesto por van Dijk, ya presentado. Como varios autores del ACD, reconoce que un mensaje se informa a través de diferentes modalidades de comunicación; porque considera que no sólo la palabra es apta para transportar el significado; sino igual lo que vemos: el gesto, la mímica, la gráfica, la composición, entre más, que favorecen la adquisición de una información.

El análisis de los conceptos de la multimodalidad lo retoma también Miguel Farías Farías, quien representa los investigadores latinoamericanos en la materia. Su ensayo (2003), que explica la relación necesaria entre la comunicación multimodal y la educación, principia diseñando sus variadas premisas:

En este ensayo se aborda el tema de las relaciones entre nuevas formas representar la información (textos multimodales), lenguaje y aprendizaje. Se propone pluralizar el concepto de lecto-escritura o alfabetización con el fin de incorporar otras competencias necesarias para la comprensión de discursos multimodales. Postulamos que la investigación de nuevos formatos de presentación de la información y de comunicación requiere de modelos semióticos, interactivos y constructivistas que permitan dar cuenta de cómo se puede incorporar la multimodalidad a los procesos de aprendizaje.

Las mismas modalidades, la estructura significativa contextual que las contiene y sus concepciones, coinciden con los de la comunicación audiovisual, donde convergen distintos medios. En el siglo XXI los mensajes multimodales están en ascenso al descubrirse su eficiencia en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Además están favorecidos por el desarrollo tecnológico de los soportes electrónicos de transmisión y almacenamiento. Especialmente, aumenta el rol de la comunicación audiovisual porque la imagen, como antes el sonido, se volvió transportable, barata y fácil de compartir.

El uso de los modelos del análisis complejo y contextual permite reconocer los significados y sus estructuras que llevan a nuestra conciencia la sintaxis, los contextos y, ante todo, el poder de los metalenguajes. Cuando revisamos una secuencia filmica, como el ejemplo de *Masacre en Colombine* dirigida por Michael Moore, se establece el plano discursivo en el hecho de la multimodalidad de este medio. Además el análisis se completa gracias a la cognición social previa de los hechos presentados, pues la obra es concebida como un documental. Se analizan por separado los archivos que componen al filme: se comprende el argumento como un texto dado en su transcripción, se analiza la expresión del correspondiente fragmento del audio y, por fin, se observa el video. Siguiendo el método de van Dijk de análisis complejo, se aprecia el significado como un intrincado tejido; hasta descubrir como los mensajes contenidos en distintos archivos entran en las contradicciones aunque responden a la misma toma del filme. Lo causa el juego de los contextos, a menudo paradójico, cuyo significado resulta lleno de ironía y ambigüedades, aún de humor negro.

Theo Van Leeuwen [coautor con Kress de *Reading Images: the Grammer of Visual Design* (1996), *Discourse and Practice* (2008) entre otros]. Partiendo de la práctica educativa de la comunicación y la semiótica, forma *Visual Literacy* (Alfabetización Visual), que explora la comunicación visual. Es evidente su importancia por la atención que recibe por parte de los seres humanos: 90% de la

información viene por su vía. También con la imagen se vinculan en su mayoría las técnicas de investigación científica, asimismo los preconceptos del conocimiento construyendo la paradigmática imagen del mundo.

En la gramática de lo visual encontrada, se comprende cómo se constituye un significado sin la intervención de la palabra; aunque la lingüística, que precedió la formación de ACD, condujo a su desarrollo desde la noción contraria: que el significado resulta de la interpretación y ésta siempre es verbal. No obstante quedó una pregunta esencial no resuelta y sin vistas a su resolución dentro de los métodos de la misma lingüística ¿cómo sucede que ciertos sonidos de la habla expresan cosas definidas? Para comprender cómo se fija la relación entre el sonido y una cosa, es necesario contemplar textos muy diferentes: el de la audición, de la vocalización, de la tradición, la educación, la psicología, la etnografía, el paisaje y demás. Todos estos textos entran en una relación compleja y vulnerable a cambios, cuya descripción es posible con medios del análisis del discurso. En su desarrollo el ACD se alejó de su prejuicio primitivo sobre la significación lograda exclusivamente en el lenguaje, que se produjo a causa del poder interpretativo del mismo. En resultado hoy se observa que los significados se muestran directamente en las imágenes, sin necesidad de alguna interpretación. Más, en la Alfabetización Visual se resalta que las figuras geométricas simples posibilitan la comprensión intelectual de los conceptos abstractos, lo que se reconoció incluso antes, en las ciencias modernas.

La Alfabetización Visual se puede ubicar como uno de los componentes de la recientemente solicitada alfabetización informativa, que está conformada por varias competencias. Al lado de la alfabetización visual, reconocemos la habilidad tecnológica, también mediática, por fin, el conocimiento y participación cultural, todos vinculados en un discurso.

4. Salida

La corta revisión de los conceptos de ACD, que se amasaron en las últimas décadas, informa sobre el estado de las búsquedas, ya no vacilantes y sostenidas por la crítica de la imagen del mundo inmutable dado por la metafísica, sino anclados en la imagen nueva, de un mundo en movimiento. La imagen del mundo es el referente para nuestras experiencias, que ahora no sólo son complejas, sino variadas y en constante cambio. La comprensión basada sobre una lógica casuística simple no nos permite describirlas, igual la pregunta sobre el origen de las cosas no las explica; la descripción discursiva nos permite entonces analizar los hechos, observar sus metalenguajes, aunque ya no universales sino locales: nos permite reconocer los límites de nuestro saber, que es la clave para cruzarlos y enfrentar lo nuevo, lo desconocido y todavía sin nombre, y que la época anterior negaba proclamando el alcance de su saber como universal, que no deja nada fuera su propia autoridad.

Bibliografía básica

DIJK, TEUN A. VAN: 2000. *El discurso como estructura y proceso*. Ed. Gedisa, Barcelona.

DIJK, TEUN A. VAN: 2000. “El discurso como interacción social” en DIJK, TEUN A. VAN, *El discurso como interacción social*. Ed. Gedisa, Barcelona.

FARÍAS FARÍAS, MIGUEL: 2003. “Multimodalidad, lenguaje y aprendizaje”. En línea: <http://www.usach.cl/VRID/pub/Revista%20contribuciones%20N133.pdf> (Recuperado 09 de julio de 2008)

KRESS, GÜNTHER, REGINA LEITE-GARCÍA, THEO VAN LEEUWEN: 2000. “Semiótica discursiva” en DIJK, TEUN A. VAN, *El discurso como estructura y proceso*. Ed. Gedisa, Barcelona.

WODAK, RUTH: 2000. “El enfoque histórico del discurso” en: DIJK, TEUN A. VAN, *El discurso como interacción social*. Ed. Gedisa, Barcelona.

WODAK RUTH, MICHAEL MAYER: 2003. “Métodos de análisis crítico del discurso”. Ed. Gedisa, Barcelona.

Bibliografía adicional

HODDER, IAN, “TAG 1996 – Intro Talk. Globalising Catal: towards postprocessual methodology”, en: “Liverpool TAG 96. Postprocessual methodology at Catal” en “Project/Library” http://www.catalhoyuk.com/TAG_papers/ian.htm (Recuperado el 07 de junio 2011)

KRESS, GÜNTHER: 2002, “Mutimodality”, en: Internacional Literacy Conference in Cape Town, 13-17 November 2002. Literacy and language in global and local settings: new directions for research and teaching, <http://www.ched.uct.ac.za/literacy/Papers/KressPaper.html> (Recuperado el 09 de julio de 2008)

KRESS, GÜNTHER: 2004, Reading Images: “Multimodality, Representation and New Media”, IIID Expert Forum for Knowledge Presentation, Conference Preparing for the Future of Knowledge Presentation, <http://www.knowledgepresentation.org/BuildingTheFuture/Kress2/Kress2.html> (Recupe el 03 de julio, 2010)

MORIN, EDGAR: 2007, “Introducción al pensamiento complejo”. Ed Gedisa, Barcelona.

ROSA, GULLIAN: 2007, “Visual Methodologies”. SAGE, London.

Sobre la autora

Es doctora en Arte por la Academia de Bellas Artes de Varsovia. Su obra escultórica ha sido expuesta en diversas galerías nacionales e internacionales como: la Galería Nacional de Polonia, el MUCA Roma, la galería Nina Menocal y el Museo de Arte Carrillo Gil. Ha sido curadora en su país natal y colaboradora de la revista Letra Libres. Se ha desempeñado como docente en la Universidad Silesiana en Katowice, la Universidad Iberoamericana y la Universidad de las Américas. Actualmente es profesora de tiempo completo en la Universidad del Claustro de Sor Juana.

Introducción

La metodología de la investigación en comunicación en México viene marcada por las grandes líneas que se encuadran en la disciplina y que van más allá de los medios de comunicación; dichas líneas incluyen la comunicación organizacional (en todos sus aspectos: institucional, empresarial, y público), la comunicación política y la comunicación para el desarrollo y el cambio social. Otro de los sellos que marcan la metodología de la investigación en comunicación, ya no sólo en México, viene dado por la herencia de métodos propios de las Ciencias Sociales, lo que en sí no es negativo, pero que ha traído consigo una falta de atención sobre estudios de casos concretos sobre métodos de investigación en comunicación. Ello debido a la abundancia de casos existentes en el ámbito de la ciencia social en general, lugar de origen de los métodos utilizados. Afortunadamente parece que esta cuestión se está superando, gracias a la proliferación de investigaciones en comunicación que se manifiestan en la producción científica escrita y aplicada. Por otra parte se está haciendo, de parte de investigadores ya consagrados y desde hace ya unos años, una profunda revisión epistemológica que ayuda indudablemente a ubicar las metodologías adecuadas para las áreas ya consolidadas, pero también para áreas de la disciplina que están surgiendo a la luz de las investigaciones y las necesidades socioculturales, económicas, políticas e incluso biológicas y tecnológicas.

Áreas de estudio

Dicho esto, y para centrar el tema en el que se fundamentan estas líneas, podríamos determinar que el campo de estudio de la comunicación en la actualidad se refiere fundamentalmente a los siguientes puntos, los cuales, aunque no es el lugar para ello por la amplitud del tema, deberían contar con sus propias bases metodológicas que sirvieran como apoyo a futuros investigadores; aprovechando así los aciertos y positivando lo negativo de los errores que han surgido en la experiencia de cada cual. Estos campos serían los siguientes:

1. Comunicación interpersonal: en la cual se encuadrarían los estudios comunicológicos encaminados a determinar cuáles son y cómo deben abordarse los actos de comunicación entre personas, incluyendo las dificultades de recepción o comprensión, los mensajes en los diversos ámbitos de la sociabilidad, los canales adecuados para cada acto comunicativo y desde luego las ayudas y apoyos inclusivos, usables y accesibles que facilitan los actos de comunicación en la sociedad, así como el impacto tanto de hábitos, mensajes, canales y tecnologías en los procesos de comunicación humana.
2. Comunicación en las organizaciones: en este ámbito quedarían encuadradas las investigaciones comunicológicas sobre los actos de comunicación que se llevan a cabo al

interior de las organizaciones – sean estas del tipo que sean – en todos los sentidos que permita el organigrama (desde arriba abajo y desde abajo hacia arriba), es decir, la comunicación interna, la gestión de intangibles y otros similares. Del mismo modo se estudiarían los actos de comunicación del interior de la organización hacia el exterior de la misma, dentro de los cuales entrarían la publicidad, la imagen corporativa, la responsabilidad social y otros aspectos similares como la comunicación corporativa, la mercadotecnia y las relaciones públicas. Por último se darían cita en este rubro los actos comunicativos que llegan de fuera a dentro de la organización y que resultan enormemente útiles para el buen funcionamiento de la misma, dentro de este ámbito podrían incluirse las acciones de vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva, las cuales producen en la organización un impacto invaluable al ofrecerle a ésta información sobre las necesidades de la sociedad y del entorno, así como datos sobre nuevas tendencias y necesidades.

3. Medios de comunicación. En este rubro se ubican los estudios en torno a los medios de comunicación, tanto tradicionales como los derivados de los avances tecnológicos, la apropiación de las tecnologías o de Internet y los nuevos medios e hipermedios. También forman parte de este punto los medios masivos (radio, televisión, cine, prensa...) y todos sus contenidos (entretenimiento, información, formación, educación, ciencia...), así como el impacto de los mensajes en los receptores y la forma de emisión de los mensajes y su decodificación. Por otra parte, como se ha dicho, entran en este “cajón” los mensajes, impacto, canales y medios que tienen que ver con la “comunicación digital”, incluidos los hipermedia, las redes sociales y laborales, académicas o científicas y los videojuegos e incluso los medios de entretenimiento y formación como el libro digital, las bibliotecas o el libro tradicional y su evolución y tratamiento, así como el público al que van dirigidos y el uso que los usuarios hacen o pueden hacer de ellos y las implicaciones que este uso conlleva.

Métodos de trabajo

En primer lugar advertimos que la investigación en comunicación tiene distintas “ramas” según sus fines; para comenzar podemos dividir los tipos de investigación en comunicación: en primer lugar, hablaríamos de la investigación académica, destinada a producir nuevos conocimientos, teorías y métodos de trabajo adecuados a la evolución de la ciencia; en segundo lugar estaríamos hablando de la investigación profesional; es decir la derivada del trabajo cotidiano del comunicador en su entorno y que va encaminada al correcto, eficaz y relevante desempeño de la profesión. Obviamente cada uno de estos aspectos tiene unas necesidades distintas a las que hay que atender y en las que es necesario formar a los alumnos de las carreras de comunicación, más en un momento en el cual se hacen necesarios buenos y capaces investigadores en cualquiera de los dos campos: el científico académico y el profesional.

Es muy importante advertir, además, que cada aspecto debe observar al método más adecuado; el diseño de la investigación es de gran importancia en este sentido y debe cuidarse el aprendizaje por parte de los alumnos para que sean capaces de establecer objeto de estudio, objetivos generales y particulares que les ayuden a determinar con claridad tanto las variables como el método de investigación adecuado a cada objeto y objetivo (cuantitativo, cualitativo, híbrido y documental y el

tipo de método: encuesta, focus group, entrevista, observación, análisis, síntesis...), para ello es importante que conozcan la bibliografía y fuentes de información adecuadas a sus proyectos de investigación, así como que sean capaces de llevar a cabo un protocolo en el que reflejen con claridad las necesidades y objetivos y sean capaces de justificar la importancia del problema como problema investigador (profesional o científico) a la luz de dos aspectos fundamentales: las teorías que sustentan que el problema es un problema del ámbito de la comunicación (marco teórico) y el estado de la cuestión en la bibliografía e investigaciones llevadas a cabo en los últimos cinco años.

Por otra parte, es importante conocer que la comunicación tiene actores y componentes específicos que no se pueden obviar en el proceso investigador, sea éste profesional o científico; estos actores, para más intensidad, se encuentran en pleno proceso de cambio, dando lugar a nuevas formas de comunicación que a su vez exigen nuevos métodos de trabajo y la creación y desarrollo de nuevas teorías que sustenten la necesidad de estos métodos y la importancia de la investigación en este campo que se está instalando – cada vez con más fuerza – en el ámbito de las hibridaciones, la inter y transdisciplinariedad, y la globalización.

En este punto, y dicho lo anterior, tomemos como medio cualquiera de los tres ámbitos que se han comentado en el segundo apartado de este documento, así se pueden abordar las cuestiones de metodología tal y como las aborda Wimmer (Wimmer, 1996):

Fases y modalidades

a. Estudios sobre el medio.

- Definición y determinación del medio (en qué consiste, cuáles son sus fines)
- Estudios sobre la forma de operar del medio (en qué plano entra la comunicación en las formas de trabajar del medio, cómo se establecen las relaciones comunicativas...)
- Estudios sobre la tecnología que requiere o pudiera requerir (necesidades, beneficios, usos, explotación)
- Diferencias y similitudes del medio con otros medios similares o con fines parecidos.
- Funciones o servicios del medio en el ámbito de la comunicación.
- Usuarios reales y potenciales y forma de uso o de acceso al medio.
- Estudios sobre los usos y usuarios del medio y sus necesidades.
- Uso del medio en la vida real, en momentos concretos, en procesos concretos (por ejemplo, la comunicación estratégica en momentos de crisis empresarial, el uso de Internet para búsqueda de información fáctica...)
- Usos generales que se le dan efectivamente al medio (ahorro de tiempo, entretenimiento, análisis de mercados, impacto social, educación, información)

- Usuarios reales del medio y motivaciones (segmentos de población, personal de la empresa, receptores...)
- Posibilidades de ampliar el medio a otras necesidades
- Análisis de las expectativas sobre el medio (se cumplieron, se pueden y deben ampliar, hay que cambiarlas...)
- Estudios sobre los efectos del medio en sus usuarios o receptores.
- Tiempo que se le dedica por parte de los receptores y usuarios.
- Impacto e influencia en el cambio de la percepción de la realidad (ambiente empresarial, impacto mental, toma de decisiones...)
- Expectativas de los usuarios, receptores y audiencia con respecto al medio.
- Efectos del uso del medio (mayor o menor impacto social o económico, mayor o menor facilidad o complicación en la resolución de problemas, impacto en comportamientos y acciones)
- Combinación y apropiación y uso de tecnologías para su mejora, aspectos positivos y negativos de la apropiación y uso de las tecnologías.
- Estudios sobre las posibilidades del medio, posibles mejoras y auditoría de la información, la comunicación y los flujos comunicativos en el medio.
- Necesidades de mejora. Fortalezas, debilidades y propuestas de renovación del medio.
- Precio (económico y de audiencia o social) de los cambios y accesibilidad del y al medio.
- Costos y ahorros que se pueden dar, balance costo *beneficio frente a cambios o retrospectivo*.

Herramientas tecnológicas de investigación que facilitan el proceso

En un mundo absolutamente hipermediatizado y sometido a las tecnologías no se puede pretender que los métodos de investigación continúen siendo los tradicionales, ya que las TIC nos ofrecen herramientas importantes que agudizan la eficacia y la relevancia de la investigación en todo su proceso: desde la búsqueda de la información hasta la difusión de los resultados de investigación. Habría mucho que decir en este sentido, aunque no hay espacio para ello (desde el análisis de buscadores especializados, el conocimiento de la web invisible o la web profunda, el conocimiento de las bases de datos científicas y profesionales y sus utilidades y formas de uso y trabajo, las diversas maneras de recopilación de resultados, la puesta a disposición, la vigilancia tecnológica y documental y la inteligencia competitiva, la gestión de intangibles, etc...); por el momento en este punto – y debido a la falta de espacio y a los objetivos que tiene este documento, fruto de un taller y

no documento de investigación en sí mismo – se ofrecerán a continuación los aspectos procedimentales más generales, dejando para otros trabajos la profundización en los mismos.

La idea es ofrecer aquí una aproximación a la diversidad de campos que se abren en los procesos y métodos de investigación, así como la importancia de detectar las fuentes de información en los diversos aspectos ya comentados y su uso correcto, adecuado, eficaz y relevante (aspectos que tienen gran importancia en la metodología de la investigación puesto que son fundamentales para obtener resultados tanto a nivel profesional como científico); del mismo modo se presentará una aproximación a las herramientas más utilizadas para recuperación, almacenamiento y gestión de información; por último se dejarán expuestas las pautas generales para la difusión de los frutos de la investigación.

Según la experiencia de la autora, estos aspectos serían fundamentales para que los alumnos de investigación en comunicación a nivel universitario pudieran saltar al mercado laboral o al ámbito científico con una mínima base formativa y procedimental en métodos y herramientas de investigación, incluso la propuesta podría ampliarse no a un solo curso sino a una serie de seminarios semestrales paralelos a las clases y de carácter práctico que cumplirían tres objetivos básicos: de un lado formarían a los alumnos en competencias muy útiles para sus futuros desempeños académicos o profesionales; de otro cubrirían ampliamente las necesidades procedimentales que se derivan de los diversos ámbitos y fases del trabajo de investigación en comunicación que se han expuesto anteriormente; y por último (aunque no menos importante) revelarían a los maestros las aptitudes y actitudes de sus alumnos en torno a la investigación en comunicación tanto profesional como científica, ayudando así a orientar a éstos hacia los caminos más adecuados al finalizar sus carreras, ofreciendo al mundo laboral profesionales muy eficaces y descubriendo nuevos potenciales científicos que ayuden a la evolución y renovación de la comunicología por medio de la investigación.

Se proponen los siguientes temas:

1. Introducción a la investigación. La información científica y fáctica: formatos y usos.

a. La información científica, la información divulgativa y la información general. Utilidades de cada una de ellas para los diversos tipos de investigación.

b. Formas documentales de información profesional y científica: bases de datos, wikis, buscadores especializados, publicaciones periódicas científicas y profesionales, datos estadísticos.

c. Usos de los diversos formatos documentales. Realización de búsquedas adecuadas a cada tipo de investigación. Realización de búsquedas adecuadas a cada momento de la investigación. Centrar el tema de investigación, el establecimiento del objeto de estudio y los objetivos.

d. La presentación de resultados de investigación, la divulgación. Congresos profesionales y académicos o científicos, pósteres, seminarios, coloquios, workshops, presentaciones con diapositivas, presentaciones dinámicas, papers, resúmenes, sumarios y análisis de datos, informes profesionales y de intervención, informes de investigación. Rendimiento de resultados.

2. Búsqueda y recuperación científica de la información en Internet.

- a. Tipología de sitios de Internet. Características y utilidades de cada sitio.
- b. Portales de información profesional y científica.
- c. Páginas web y weblogs
- d. Wikis
- e. Buscadores científicos y profesionales
- f. Directorios profesionales y académicos o científicos
- g. Redes profesionales, sociales, académicas y científicas
- h. Bibliotecas virtuales, digitales, fondos documentales de empresas, instituciones y organizaciones
- i. Bases de datos referenciales y a texto completo
- j. Publicaciones científicas y profesionales, informes científicos y profesionales, patentes
- k. Listas de distribución, foros de discusión

3. Fuentes de información en Internet para las distintas áreas de la comunicación.

- a. Repositorios especializados
- b. Bases de datos especializadas
- c. Bibliotecas especializadas
- d. Revistas y publicaciones periódicas especializadas
- e. Portales especializados en Comunicación y Ciencia y Tecnología
- f. Recursos gratuitos y recursos de pago
- g. Recursos existentes en bibliotecas académicas o empresariales, organizacionales e institucionales.
- h. Fuentes de información personales (expertos, profesionales, académicos, investigadores)

4. La web y la investigación. Gestión de la información y elaboración de conocimiento. Flujos de trabajo.

- a. Web 2.0, Ciencia 2.0 y Comunicación 2.0
- b. El papel de las redes sociales, profesionales y académicas en la gestión de la información y la generación de conocimiento y nuevas acciones comunicativas en el ámbito de la profesión y la ciencia.
- c. Las herramientas web para la investigación:
- d. Herramientas de recuperación de información (RSS, alertas, buscadores, folksonomías, tags...)
- e. Herramientas de organización y almacenamiento (gestores bibliográficos (Refworks, Endnote, Procite), gestores documentales y generadores de informes (Zotero, Mendeley), otras herramientas colectivas de almacenamiento y organización por medio de etiquetado o folksonomías.
- f. Herramientas de difusión de la información (redes, blogs, wikis...)
- g. Herramientas colaborativas (discos duros virtuales, clouds computing...)
- h. Herramientas de calendarización y control y gestión de proyectos.

5. Redacción de textos científicos e informes profesionales y científicos. Técnicas y criterios.

- a. Normas internacionales para la redacción de documentos o productos de investigación científica y técnica o profesional
- b. Estructura de un documento de investigación
- c. Citas, importancia de las citas, tipos de citas. Normas de citación para cada necesidad.
- d. Modo de redacción de conclusiones, recomendaciones y observaciones.

6. Ética de la investigación científica y profesional.

- a. Ética de la investigación científica, parámetros éticos, la copia, el plagio, el parafraseo. Cláusulas de confidencialidad.

b. Ética de la investigación profesional. Confidencialidad, investigación vs. espionaje industrial. Créditos, plagio, copia, robo de documentación o de investigaciones ajenas.

c. Ética de la investigación cuantitativa y cualitativa. Exposición de resultados. Confidencialidad. Explicación a la muestra del tipo y consecuencias de la investigación.

Sobre la autora

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora en el Departamento de Biblioteconomía y Documentación de las Facultades de Ciencias de la Información, Ciencias de la Documentación y Ciencias Químicas de la misma Universidad. Forma parte de los grupos de investigación Otlet (sobre análisis de la investigación en documentación) y Villanueva Observatorio de la Comunicación y la Sociedad. Ha publicado numerosos artículos sobre historiografía y otros aspectos teóricos de la documentación, tratamiento de materiales informativos, evolución de la ciencia documental y concepto de biblioteconomía, rol social del bibliotecario, metadatos para control de contenidos audiovisuales.

Los Observatorios de lo Social desde la Perspectiva de la Comunicología y la Ingeniería en Comunicación Social. El caso particular de los observatorios del ciberespacio

Jesús Galindo Cáceres
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
Universidad Intercontinental

1. Observatorio de lo social, Observatorio de Medios. Su espacio conceptual desde la perspectiva de la Comunicología y de la Ingeniería en Comunicación Social

Los observatorios tienen un primer referente de sentido común en la figura de los observatorios astronómicos o los observatorios del clima; en el caso de los medios de difusión masiva tienen una connotación política contestataria en nuestro medio. Surgen en un contexto de organización civil y política en donde los medios de difusión masiva están en entredicho en su operación como informadores de lo que sucede en la vida social. Los observatorios en este sentido se configuran como vigilantes de la operación de los medios de difusión tradicionales, para señalarlos, criticarlos, denunciarlos.

El observatorio de medios tiene otros nombres, como vedurías. El elemento central de su operación está connotado por la visualidad, por un sujeto observando, mirando a un objeto. Ese objeto observado son los medios de difusión masiva en el caso que detona este texto. Pero puede haber observatorios generales sobre lo social, que se identifican en este sentido con las funciones básicas elementales de los medios de difusión masiva tradicionales, pero pueden ser también específicos, especializados en ciertos aspectos particulares de la vida social. Por tanto puede haber observatorios de la vida familiar, de la vida escolar, de la vida industrial, de la vida deportiva, de la vida política, y así diciendo. Y puede haber observatorios que dependan de organizaciones civiles de diverso tipo, vecinales, empresariales, gremiales, profesionales. Así como observatorios de grupos específicos y particulares, como empresas o instituciones concretas.

El concepto de observatorios de medios connota observar a los medios, que tendrían la responsabilidad y el compromiso de observar a la vida social e informar de ello. Pero dicho medios resultan no ser confiables, ciertas organizaciones civiles se proponen observar a los observadores. Y en este sentido lo observadores de los medios pueden tener una connotación también de diversa escala de constitución y organización social, así como diversas expectativas de efecto sobre diversos ámbitos de composición y organización sociales.

El concepto de observatorio es más amplio que el sólo observar a los medios. Un concepto más general connota observar al mundo social, ya sea en su totalidad o en sectores o ámbitos específicos. En un perfil específico puede haber observatorios de todos los medios o de ciertos medios, o de ciertos asuntos específicos que aparecen o tienen relación con los medios. Y por supuesto puede haber observatorios de asuntos varios y espacios sociales diversos.

El concepto de observatorio sobre lo social en un sentido general está sujeto a un efecto de agenda setting, los tópicos que constituyen la guía de un observatorio están configurados en una agenda. Esa agenda puede ser general, la que siguen los medios masivos de difusión de información, el espacio público oficial en sus distintas connotaciones, pero también una agenda particular de algún punto de vista particular distinto y diferente en ciertos sentidos del que construye la agenda general oficial. Como sea los observatorios siguen una agenda, y depende de ella el tipo de observación que es pertinente en el registro técnico de información de un observatorio en particular.

Una cosa es el elemento de configuración básico de un observatorio, que es el observar algo de acuerdo a una agenda, y otra cosa es el informe que de esa actividad se realice. Un observatorio puede observar un tipo de acontecimientos de acuerdo a una agenda e informar por sus propios medios sobre lo que observó a toda la sociedad en general. En el otro extremo está un tipo de observatorio que observa para una organización social específica y sólo le informa a esa organización específica en lo particular.

El punto clave en este sentido es la información. Por una parte es un sistema de información específico el que conduce la actividad de observación, el registro de lo observable. Y por otra parte esa información se conecta con algún operador de difusión de información hacia ciertos sistemas de información social receptores.

La Comunicología configura la situación de los observatorios desde la perspectiva de los sistemas de información y los sistemas de comunicación. La vida social se puede configurar como sistemas de información que prescriben comportamientos y percepciones. Estos sistemas de información se asocian entre sí de cierta manera en sistemas de comunicación. En principio son dos las asociaciones posibles entre sistemas de información, la difusión y la interacción. En la difusión un sistema de información configura a otro desde su orden y organización, en la interacción dos o más sistemas de información se afectan mutuamente para configurar un tercer sistema de información común dinámico y dialéctico. El observatorio en principio opera como un agente de un sistema de información para afectar a otros sistemas de información en la percepción de la acción y la configuración de otros sistemas de información, por tanto es un operador constructivo de sistemas de comunicación.

El observatorio de medios es un aparato de percepción de un sistema de información que le permite registrar información sobre otros sistemas de información para influir en otros sistemas de información, por tanto forma parte en principio de la configuración de los sistemas de comunicación difusión. Pero también puede formar parte de sistemas de comunicación interacción, pero esa no ha sido su configuración básica hasta ahora, aunque haría falta una evaluación en lo particular para distinguir la diferencia entre un tipo de actividad operativa y otra.

En el sentido de la Ingeniería en Comunicación Social la figura del observatorio forma parte de un movimiento que va del observar al construir a partir de la información percibida y organizada. De nuevo la centralidad de la información y sus sistemas, sólo que ahora la relación información vida social se mueve de la percepción posible a la acción constructiva pertinente. Esto supone dos dimensiones de observación por lo menos. Por una parte la figura del observatorio de lo social en el sentido presentado en general y comunicológico en particular. Y por otra parte la figura de la información percibida de lo social en la dimensión de la construcción, es decir no sólo el registro y percepción del acontecimiento sino el registro y percepción del proceso constructivo que lleva al

acontecimiento. El observatorio de lo social desde una perspectiva de Ingeniería en Comunicación Social requiere la genealogía del acontecer, la genética del suceder, la percepción de las condiciones de configuración-creación de la vida social como sistemas de información constructivos, construidos y construibles. De ahí la posibilidad de que la Ingeniería Social se pueda nutrir de lo observado para una síntesis de modelos constructivos de lo social.

2. La continuidad y discontinuidad entre medios masivos y medios sociales

Para entrar a la propuesta sobre el observatorio del ciberespacio, es necesario un pequeño apunte sobre la relación entre los medios masivos y los medios sociales. Sobre esta relación tenemos en principio dos visiones. La primera propone a la Internet como un nuevo medio de comunicación colectiva, sumándola a la lista de los medios previos, como la televisión, la radio, el cine, la prensa. La segunda visión propone a la Internet como una nueva configuración tecnológica distinta de los viejos medios de comunicación colectiva, que los incluye y los reordena en una nueva lógica y plataforma tecnológica. Entre ambas visiones hay ciertos contactos complementarios y una distancia que puede llegar incluso a la polémica.

La primera visión podría ser calificada de la postura conservadora ante la aparición de la Internet. El punto de vista se ancla de la figura de la difusión masiva de información. La Internet sería en este sentido un nuevo medio de difusión masiva de información. La lógica de la difusión de información construida en la figura de los sistemas de información difusión, percibe a la Internet como una nueva configuración para que ciertos sistemas de información se difundan en otros. Es la lógica vigente hegemónica.

Por otra parte, la segunda visión, está en el proceso de explorar la múltiple configuración de comunicación en el ciberespacio, y por tanto aspira a un modelo más complejo de relaciones entre los diversos sistemas de información en contacto en este nuevo escenario de la vida social. En este sentido la lógica de la interacción es considerada como parte constitutiva de la organización y funcionamiento de la vida social en el ciberespacio. La segunda visión incluye a la primera enriqueciéndola con visiones constructivas alternas y complementarias. La segunda visión considera a la Internet como una figura constructiva de sistemas de comunicación tanto en un sentido de difusión como de interacción.

La diferencia se complementa cuando aparece la llamada Internet dos, que implica a la interacción como elemento constitutivo de la configuración de las relaciones sociales en el ciberespacio. El fenómeno tiene un nombre que tiende a ser convencional, las llamadas redes sociales, los servicios de redes sociales en Internet. Este nuevo fenómeno se nombra también como medios sociales, frente a los medios masivos, considerando la diferencia básica entre ambos la figura de la interacción en unos, ante la dominante figura de la difusión en los otros. Esta distinción es clave tanto para la percepción científica del fenómeno en la Comunicología, como en la figura de construcción social de la Ingeniería en Comunicación Social.

Por tanto aparece, según la visión de cada una de las dos lecturas apuntadas, una continuidad o una

discontinuidad entre los medios masivos y los medios sociales. En un caso los observatorios de los medios masivos se continúan en los observatorios de los medios sociales. En el otro los Observatorios de medios masivos son por completo distintos de los observatorios de medios sociales. La diferencia entre ellos parte de la diferencia entre difusión e interacción.

3. El caso ejemplar del Observatorio del Ciberespacio, el servicio de redes sociales Facebook

Para empezar es conveniente un breve apunte de antecedentes sobre la experiencia latinoamericana y mexicana sobre Observatorios de Medios y del ciberespacio. Los observatorios de medios llevan un tiempo entre nosotros en el contexto latinoamericano. En nuestra tradición de la vida política del siglo veinte un observatorio es parte de la corriente contestataria, se configura como una alternativa frente a los medios como empresas asociadas al poder, siendo el lugar de los observatorios el apoyo a los movimientos y organizaciones sociales que buscan opciones constructivas de vida social ante las acciones y políticas de las elites dominantes.

Como primer referente sobre el tema tomo la tesis de doctorado en comunicación en el Postgrado de la Universidad Federal de Río Grande del Sur, de la investigadora colombiana Patricia Téllez, “Observatórios e ouvidorias: Experiências de crítica midiática e cidadania na América Latina” (<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/29239/000776241.pdf?sequence=1>) . En ella se presenta un reflexión puntual sobre las relaciones entre ciudadanía, poder y democracia, en relación al fenómeno de observatorios en América Latina. Patricia Téllez analiza los casos de tres observatorios de medios latinoamericanos, uno en Brasil sobre prensa : (www.observatoriodeimprensa.com.br), uno en Perú sobre la ley de radio y televisión (www.veeduria.org.pe), y uno en Colombia sobre la televisión para la infancia (www.cominit.org). El texto muestra con claridad lo que la figura de observatorios opera en un contexto político de vida ciudadana asociada a una participación mayor en las decisiones y acciones de los medios de difusión masiva públicos y privados. Los observatorios forman parte de lo que en nuestra tradición latinoamericana se nombra como comunicación popular, comunicación alternativa, comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social. Frente a lo que en nuestra tradición se nombra como la comunicación masiva sólo con fines de propaganda y publicidad, marketing, a partir de los intereses de las elites, los gobernantes, los grandes capitalistas. En cierto sentido la figura del observatorio de medios es parte de lo que se nombró en la segunda parte del siglo veinte como la lucha de clases. Una exploración mayor del fenómeno, una profundización de sus trayectorias, podría aportar más perspectiva de lo que esto significa hoy día para la vida de nuestro continente.

En el caso mexicano los ejemplos más cercanos son el de la Academia Mexicana de Derechos Humanos (<http://www.amdh.org.mx/portal/>) y los casos de las iniciativas de algunas universidades. El movimiento de los observatorios de medios en nuestro país está aún por desarrollarse, pero aún así, con estas primeras experiencias es posible tener los ejemplos que permiten expectativas optimistas para el futuro cercano. El análisis de contenido es la forma general de trabajo de estos observatorios, y el informe de análisis la forma estándar de divulgación de sus observaciones analizadas.

Una mención especial es necesaria para el caso del grupo del Observatorio para la Cibersociedad (<http://cibersociedad.net>), una iniciativa que inicia en Barcelona, tiene su localización en un portal en Internet, con una participación de miles de personas en todo el mundo, que organiza eventos de diversos tipos, que edita una revista electrónica, y que configura una apuesta muy ambiciosa de observación del ciberespacio desde el ciberespacio mismo, con las herramientas e instrumentos que la plataforma Internet permite y promueve. Esta sería la experiencia más cercana de la que tuvo el observatorio sobre facebook, de la cual se presentan los elementos centrales a continuación.

1ª etapa. 2009. Preparación de la experiencia. En el año 2009 empezó el trabajo de preparación del proyecto de investigación sobre las llamadas redes sociales en Internet, el caso por estudiar era facebook. El programa inició con la observación y registro de las impresiones sobre este servicio de redes sociales por parte de usuarios en la Ciudad de México. En forma complementaria el programa fue reuniendo un paquete de lecturas sobre el tema para ir ordenando la propuesta.

2ª etapa. 2010. Primeras experiencias en facebook. A principios de este año me suscribí en forma personal a facebook, para tener una experiencia directa del fenómeno. Los primeros meses fueron sólo de vivencia de la situación, con algunas notas sobre lo que iba apareciendo y aconteciendo, como características de los perfiles de los participantes y las formas más comunes de participación. Escribí un texto corto y un texto largo sobre el tema, sobre todo a partir del trabajo de la primera etapa.

3ª etapa. 2010. Primera fase del Observatorio sobre facebook. Al finalizar el primer semestre del año inició el observatorio sobre facebook. De lo que se trataba era de cumplir dos objetivos. Por una parte ir observando y registrando todo lo que aparecía sobre el tema en cualquier sentido en los principales periódicos del mundo con una versión electrónica, y una muestra de periódicos mexicanos en línea. Se completaba esta actividad con revistas y portales de diverso tipo, sobre todo en español. De la información obtenida seleccionaba una parte y la publicaba en la plataforma facebook en mi muro. Aquí aparecía el segundo objetivo, se trataba de que la gente que formaba parte de mis redes tomara una posición ante las notas publicadas. Se trataba en esta segunda operación de que los miembros de las redes opinaran y debatieran sobre el tema. Toda esta información fue registrada en los archivos de la investigación.

4ª etapa. 2011. Segunda fase del Observatorio sobre facebook. En el tránsito del año 2010 al año 2011 hubo un segundo movimiento de consolidación del observatorio, el aumento de la participación de los miembros de mis redes de facebook en la actividad. Formamos un grupo de tres y cinco personas que conectamos nuestras redes con notas y debates sobre el ciberespacio, las redes sociales y facebook en particular. Y por otra parte los propios miembros de las redes también participaban publicando y compartiendo notas con el título del observatorio. Hacia el final del semestre la participación había aumentado en forma significativa. La experiencia de observatorio del ciberespacio en el ciberespacio terminó en el verano del 2011.

5ª etapa. 2011-2012. Tercera fase del Observatorio sobre facebook. En este segundo semestre del 2011 el programa está en la fase de sistematización de la experiencia en su totalidad. Para el primer semestre de 2012 el objetivo es escribir un segundo texto sobre las redes sociales en facebook, y con ello terminaría el proyecto general sobre el observatorio en el ciberespacio, y el proyecto de investigación sobre el servicio de redes facebook.

La experiencia total podrá evaluarse hasta el año 2012, pero hacia el día de hoy es posible apuntar algunos elementos que pueden ser útiles para la promoción y desarrollo de experiencias similares en ambientes académicos y no académicos, como en el caso de las carreras de comunicación en México y otro tipo de lugares sociales con prospectiva de vinculación con el entorno.

4. Posibilidades y necesidades en la situación pedagógica de los observatorios de medios

El tema central en el proyecto de observatorio del ciberespacio es que las operaciones de observación impliquen por una parte la construcción de un sistema de información descriptivo y después analítico sobre una experiencia llevada a cabo a lo largo de poco más de un año, de 2010 al 2011. Pero también la construcción de un sistema de comunicación sobre el tema en el propio ciberespacio, observar a facebook, tematizar a facebook, en la misma plataforma facebook. El ejercicio tiene por tanto varias dimensiones de trabajo:

Primera. Construcción de un observatorio del ciberespacio como centro de un proyecto de investigación sobre el ciberespacio. Esto en una dimensión típica ortodoxa de trabajo de percibir, ordenar, sistematizar, sintetizar, publicar resultados. Siempre con la guía conceptual de la Comunicología.

Segunda. Construcción de un observatorio del ciberespacio con la colaboración de diversos actores, algunos con el rol de promotores de la cultura reflexiva en el ciberespacio, y otros como participantes en la ecología reflexiva promovida por los primeros. Configuración por tanto de un caso ejemplar de observatorio del ciberespacio.

Tercera. Construcción de un observatorio del ciberespacio como forma exploratoria técnica de Ingeniería en Comunicación Social. Se puede conocer el ciberespacio al tiempo que lo intervienes, y todo esto lo haces con la participación de la comunidad del propio ciberespacio. La imagen sintética es la del ciberespacio observándose a sí mismo, aprendiendo de esa observación, y al mismo tiempo complejizándose en un sentido reflexivo y práctico. Todo ello provocado y promovido por un proyecto de investigación.

En este sentido quedan como líneas de trabajo para un posible programa pedagógico universitario y más allá, en diversos contextos sociales académicos y no académicos, las siguientes pautas de experiencia:

Primera. El observatorio es una configuración de actividades que forman en los estudiantes patrones de alerta y atención, además de formarlos en información de primera mano sobre su ecología social de referencia e inclusión. Es por tanto parte de un nivel elemental formativo de la visión y la percepción sobre el mundo social.

Segunda. La experiencia en observatorios sociales es pedagógicamente básica en la formación de un estudiante de comunicación en particular, y de un estudiante universitario en general. El estudiante observa al mundo y al mismo tiempo interactúa con él y lo interviene y es

intervenido.

Tercera. La Universidad como institución requiere para su propia configuración la plataforma de relación con el mundo social que la figura de observatorio permite. El observatorio sobre el ciberespacio puede ser una forma de acción permanente de intervención y organización del tejido social a través del propio ciberespacio.

El observatorio social debe ser un aparato universitario permanente en el cual intervengan profesores y estudiantes, la agenda de observación la dictaría la propia agenda universitaria y sus objetivos de vinculación con el medio social en el cual se desarrolla y al cual tiene como pretensión afectar. El observatorio social debería ser una figura de configuración de la vida universitaria equivalente a las tradicionales de investigación, docencia y extensión, en cierto sentido es transversal a estas tres funciones generales clásicas de la vida de universitaria contemporánea.

Los observatorios sociales son por otra parte un dispositivo metabolizador del compromiso y la responsabilidad de la Universidad con el medio social con el cual está relacionada. El observatorio social constituye un movimiento hacia delante en la evolución y complejización de la vida universitaria.

Nota Bibliográfica

BARRET, NEIL: 1998. El estado de la cibernación. Flor del viento, Barcelona.

BRAUNER, JOSEF y ROLAND BICKMANN: 1996. La sociedad multimedia. Editorial Gedisa, Barcelona.

BRYANT, JENNINGS Y DOLF ZILLMANN (compiladores): Los efectos de los medios de comunicación. Paidós, Barcelona.

BUSTAMANTE, ENRIQUE (coordinador): 2002. Comunicación y cultura en la era digital. Gedisa, Barcelona.

CASACUBERTA, DAVID: 2003. Creación colectiva. Gedisa, Barcelona.

CHRISTAKIS, NICHOLAS A. y JAMES H. FOWLER: 2010. Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan. Taurus, México.

CONTRERAS, FERNANDO: 1998. El ciber mundo. Alfar, Sevilla.

DE KERCKHOVE, DERRICK: 1999. Inteligencias en conexión. Gedisa, Barcelona.

FAERMAN, JUAN: 2011. Faceboom. El nuevo fenómeno de masas facebook. Océano, México.

GALINDO CÁCERES, LUIS JESÚS: 2005. Hacia una Comunicología posible, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, San Luis Potosí.

GALINDO CÁCERES, JESÚS: 2006. Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada, CNCA-Instituto mexiquense de la cultura, Toluca.

GALINDO CÁCERES, JESÚS (coordinador): 2011. Comunicología Posible. Hacia una ciencia de la comunicación, Universidad Intercontinental, México.

GUMUCIO DAGRON, ALFONSO Y THOMAS TUFTE (editores): 2008. Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y contemporáneas. Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, La Paz.

JENKINS, HENRY: 2008. Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Paidós, Barcelona.

KIRCKPATRICK, DAVID: 2011. El efecto facebook. La verdadera historia de la empresa que está conectando el mundo. Centro Libros PAPE, Barcelona

LÉVY, PIERRE: 2007. Cibercultura. La cultura de la sociedad digital. Anthopos y Universidad Autónoma Metropolitana Iztapala, México.

MACÍAS, NORMA Y DIANA CARDONA: 2007. Comunicometodología. UIC, México.

McCOMBS, MAXWELL: 2006. Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Paidós comunicación 170, Barcelona.

MURCIA FLORIÁN, JORGE: 1997. Investigar para cambiar. Un enfoque sobre investigación – acción participante. Magisterio, Bogota.

PÉREZ, RAFAEL ALBERTO: 2008. Estrategias de comunicación. Ariel Comunicación, Barcelona.

PISCITELLI, ALEJANDRO, IVÁN ADAIME, INÉS BINDER (compiladores): 2010. El proyecto Face Book y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje. Ariel, Fundación Telefónica, Madrid.

RESÉNDIZ NÚÑEZ, DANIEL: 2008. El rompecabezas de la ingeniería. Por qué y cómo se transforma el mundo. Fondo de Cultura Económica, México.

RHEINGOLD, HOWARD: 2004. Multitudes Inteligentes. La próxima revolución social. Gedisa, Barcelona.

SCOLARI, CARLOS: 2008. Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Gedisa, Barcelona.

TAPSCOTT, DON y ANTHONY D. WILLIAMS: 2007. Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes. Paidós, Barcelona.

TÉLLEZ G., MARÍA PATRICIA: 2011. Observatórios e Ouvidorias: Experiências de crítica midiática e cidadania na América Latina, Tese de Doutorado, URGs, Porto Alegre, RS.

Sobre el autor

Doctor en Ciencias Sociales, maestro en lingüística y licenciado en comunicación. Autor de 20 libros y más de ciento veinte artículos publicados. Miembro de AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación) desde 1982. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores desde 1987. Coordinador de GACI (Grupo de Acción en Cultura de Investigación) desde 1994. Miembro de la RECIBER (Red Cibercultura y Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación) desde 2003. Miembro de REDECOM (Red de estudios en teoría de la comunicación) y de GUCOM (Grupo hacia una Comunicología posible) desde 2003.

Cuerpo, comunicabilidad y orden social

Un acercamiento académico a la comunicación no verbal, necesariamente nos conduce a múltiples miradas para investigar la noción de cuerpo humano y sus diversos significados en la cultura. Investigaciones y enfoques multidisciplinarios, que hoy podemos abordar desde una perspectiva del cuerpo-movimiento, del cuerpo signo o del gesto corporal y facial; o bien, desde los usos del espacio, la dinámica e imagen de la anatomía humana, así como sus modos sociales y culturales en la representación artística, planteados desde una dimensión histórica y política, entre otras tantas formas de aproximación al cuerpo. Múltiples perspectivas de análisis que aparecen como referentes culturales de la comunicación no verbal y del cuerpo en el entorno; por razones de formato, estudiaremos en este trabajo solo una perspectiva genérica que nos ubique en un estudio del cuerpo en la cultura.

Varias de las posibilidades expresivas y significantes del cuerpo, se sustentan en su capacidad para sintetizar una constelación de referentes sociales e históricos en torno a la figura humana. Significaciones tales como el corte corporal, la apariencia y el movimiento físico, los actos o los códigos sociales, entre múltiples aspectos que deben atenderse para la comprensión del cuerpo y en el orden social. De ahí, las posibilidades poliexpresivas para dar un tratamiento al cuerpo significante. Un acercamiento que en principio, revela múltiples niveles de estudio, pero que podemos iniciar a partir de la observancia de una naturaleza física y sus vínculos directos con la realidad social e histórica de cada cultura. Y no menos importante, la conformación imaginaria del cuerpo en la representación artística, llámese cine, teatro, pintura, *etc.*

Desde este enfoque, el cuerpo y sus signos comunicables, aparecen, según Michael Foucault como una anatomía social y política historizada, (Foucault, 1992), que no escapa a su naturaleza física y su cultura, sino que aparece, como una anatomía que la refleja, la construye y propicia nuevos significados llevados a los usos, prácticas e imágenes del cuerpo. En este acercamiento, la construcción de la corporeidad en cada cultura y sus sentidos comunicantes, *etc.* aparecen como una reelaboración biológica, práctica, social y simbólica de cada cultura.

Es en este sentido, Michel Bernal, en su análisis escribe: “el cuerpo es el símbolo en que se basa una sociedad para hablar de sus fantasmas.” (Bernal, 1984). En este contexto, múltiples sentidos en torno a la figura, pueden leerse como símbolos y significados sociales, o como lo sugiere Bernal, cuando nombra “fantasmas históricos” de la cultura. “Fantasmas” que, nosotros podemos leer a través de una gramática del cuerpo humano.

Desde las distintas configuraciones del cuerpo, sus lenguajes y representaciones en la cultura, observamos que imágenes que del cuerpo emanan como actitudes y comportamientos se van resumiendo en contrarios y en contrastes para la significación no verbal del cuerpo. Como ejemplo de comportamiento humano, encontramos paradigmas sintetizados en estos contrarios y contrastes

como la bondad y la nobleza, la maldad o la perversidad, del vigor o la vejez, asociados a conductas sensuales o sexuales, de mesura o desmesura, de moralidad o inmoralidad, desde parámetros codificados socialmente y recreados en los entornos y contextos sociales. Actitudes y expresiones, siempre vinculadas a usos, conductas y saberes del individuo en su cultura. Aspectos que desde los actos, las apariencias o las conductas, aparecen como caja de resonancia de clases sociales, momentos y procesos históricos, psicologías y patologías de los individuos expresadas a través de múltiples signos diluidos en acciones físicas o en imágenes del cuerpo; sean estas ciudadanas o provincianas, nacionales o extranjeras, pero siempre en permanente relaciones con los individuos que conforman el conglomerado social.

Formas de comunicación de lo corporal que promueven la gracia o la incivilidad, el castigo o el placer, desde roles sociales, políticos o religiosos, donde la cultura impone sus parámetros y restricciones en torno al cuerpo, así como sus actos permisibles y no aceptados. Libertades sensuales o sexuales afectadas por los límites que la sociedad y la cultura imponen. Según Bernal, como norma o prohibición. (Bernal, 1984:68). Aspectos del orden social en donde el individuo se define por una conducta sexual regulada a través de reglas, restricciones o conductas socializadas como el matrimonio para obtener la aceptación social y moral del contacto sexual. (Bernal, 1984:54).

Desde estas normas, códigos y reglas sociales es que percibimos los múltiples significados del cuerpo en nuestros entornos inmediatos y en las múltiples imágenes del cuerpo que saturan nuestros entornos, así como las maneras de relación entre los individuos: estados de ánimo, conductas, situaciones sensuales o sexuales, clases sociales, aspectos éticos o morales entre otros.

En este sentido, se hace evidente que por el cuerpo, sus actos y representaciones, así como por las maneras de narrarlo o vestirlo, conocemos y reconocemos la realidad psicológica, social o histórica, íntima e inmediata de una sociedad y sus individuos; de sus valores, mitos y procesos sociales, como parte imprescindible de su conformación histórica. Es por ello que el cuerpo humano, y sus múltiples significados, en primera instancia, se nos revela como un bastión de significados y es, a la vez portador de naturaleza y organicidad, lo mismo que canal de fuerzas sociales e históricas, desde donde la sociedad escenifica y narra las estrategias y tensiones significativas del cuerpo humano. El cuerpo se convierte en inscripción y conducta del orden social, cultural e histórico en que se inscribe.

En forma certera, Michel Bernal agrega que “cada cultura tiene sus propios peligros y problemas específicos” (Bernal, 1984:190) en torno a las maneras de asumir y pensar al cuerpo; también destaca que, bajo estas particularidades culturales cada sociedad atribuye significados distintos a las conductas corporales y también a las partes del cuerpo humano. (Bernal, 1984:191).

Dice el sociólogo, el cuerpo es: “una universalidad de la libido y una particularidad de la cultura”. Ahora bien, subraya que, estos vectores se completan y simbolizan para significar nuestro cuerpo, para darnos la clave de la realidad última en el entorno social e histórico. Desde esta interacción, Bernal señala que nuestro cuerpo es:

“Una realidad biológica, una realidad social y una realidad imaginada. El cuerpo es esas tres cosas que interactúan en la medida que es proceso de constitución, de formación simbólica que suministra, por una parte, a la sociedad un medio de representarse, de comprenderse y de obrar sobre ella misma, y suministra, por otra parte, al individuo un medio de sobrepasar la simple vida orgánica en virtud del objeto fantasma de su deseo. El fantasma es apertura del campo simbólico, en cuanto metáfora (1) de la

Bajo esta idea de fantasma, como principio de conformación simbólica en el campo social e histórico, la metáfora (2) que sugiere Bernal, se comporta como la configuración significativa de esos campos sociales y corporales, Asimismo, como sustitución y construcción de significados en la representación artística, a manera de expresión y pensamiento sobre el cuerpo en el seno social y de la representación misma.

Como un ejemplo de estas referencias significantes del cuerpo en la representación, vemos que en la configuración del esquema femenino en la imagen cinematográfica, los comportamientos sociales como saludos, expresiones de atención de hombres y mujeres, de pudor, de respeto, de sensualidad, de erotismo, placer o de seducción, *etc.* se observan como formas metafóricas del aboengo, la moral, el deseo, la restricción o la educación a la que se pertenece, pero también, como formas de expresión de lo que se imagina y se percibe de uno mismo y en los demás. Como observaremos, la representación cinematográfica, a través de los diferentes actos e imágenes en torno al cuerpo, nos permite analizar la gama de significados en el entramado social, su correlación histórica y su tratamiento simbólico en el cine.

Las representaciones en las películas, aparecen conformadas por conductas que van desde el control o exposición de la sensualidad en espacios públicos, hasta la abolición y promoción de todo tipo de manifestaciones grotescas. Los filmes muestran de manera abierta, estas conductas intempestivas o inmorales a través de la promoción del erotismo, la seducción o la exhibición del cuerpo humano. Conductas codificadas socialmente en relación a la formación histórica regulada por el orden social y la moral vigente. Así vemos en el cine que, categorías como mesura, belleza o civilidad, sugeridas en el análisis de autores como Pierre Bourdieu establecen sus razonamientos desde ámbitos sociológicos e históricos en relación al cuerpo. Con ello, el individuo y sus actos quedan vinculados fundamentalmente a las maneras en que la corporeidad es evaluada en términos de promoción o censura en el contexto social. (Bordieu, 1984).

En el cine, los significados son diversos y aparecen vigentes, siguiendo la reflexión del sociólogo francés, aparecen como referentes y categorías que se sintetizan en tensiones dramáticas, en relación con las especificidades elípticas y estructura de los filmes. Asimismo, como contrarios que revelan tensiones en las estructuras sociales, a través de la exposición corporal: castidad contra erotismo, sensualidad contra mesura o bondad contra maldad entre otras.(Bordieu, 1984:9).

En el extremo de los contrarios, en las películas, las categorías se exponen en imágenes corporales asociadas a la gama de personajes que se articulan dentro de los procesos histórico – sociales que conforman la cultura. Aspectos que sugiere Bourdieu, son promovidos y regulados desde las imágenes del cuerpo y su construcción significativa, así como su representación en la cultura. En esta regulación del cuerpo, como un modo simbólico y fantasmal de condensación histórica, Michel Bernal también habla de los mitos que conforman las concepciones corporales de una cultura. Dice el autor que, estas formaciones conceptuales enigmáticas actúan sobre el cuerpo y asumen tantas formas como ideas afines se forman las diversas culturas.

Sobre la articulación de estas concepciones en la sociedad, en primer término reflexiona: ... existen los mitos teológicos del cuerpo, pues esto permite a la religión definir su poder sobre la muerte, ya

reduciendo el cuerpo a una ilusión, a una pantalla o a una envoltura transitoria e inesencial. La encarnación y la resurrección de Cristo es el mito de la victoria del cuerpo sobre la muerte y de la promesa de un cuerpo glorioso, incorruptible que resucitará al fin de los tiempos. (Bernal, 1984:190).

Estos mitos relativos al cuerpo humano, podemos observarlos desde la antigüedad en Occidente, para formar hasta la actualidad, parte de la cultura moral de las sociedades que cobijan la idea del catolicismo. Aparecen como nociones que se definieron por el debate de la penetración o no-penetración del cuerpo humano por una forma (Wahl, 1986). Desde las concepciones idealistas de Platón, quien supuso que el cuerpo se definía como “sepulcro del alma”, en donde el alma aparece en el cuerpo no como síntesis del ser, sino como prisionera (Wahl, 1986: 345). Tendencias que el cristianismo conducirá como principios mitológicos hasta sus últimas consecuencias. Aspectos que como sabemos por la Historia del Arte, la representación artística retomará para la construcción de tensiones entre las ideas del bien y el mal. Un ejemplo inmediato de ello en el cine, se observa en la exposición de la belleza femenina, en oposición a la maldad interior del personaje.

En este sentido, mitos históricos en torno al bien y el mal son reelaborados y corporeizados como símbolos y fantasmas, desde la cultura, como parámetros arquetípicos de convivencia y civilidad llevados al cuerpo humano y sus actitudes, para regular la convivencia entre los individuos (Bernal, 1984:11). Bourdieu analiza el cuerpo en la cultura desde la conformación del orden social, en el que quedan señalados en el cuerpo, los sistemas de prescripción y prohibición: tabúes sexuales, ritos, mitos, educación o formas de mantenimiento corporal e higiene que se le imponen al individuo (Bourdieu, 1984:9). Hasta se podría aseverar, señala, que las técnicas naturales del cuerpo que se refieren a las funciones fisiológicas como sed, secreciones y emociones se transforman en actos tradicionales eficaces que los sistemas sociales y la cultura regulan en el cuerpo “El cuerpo percibido es esencialmente un producto sociocultural y la relación con el propio cuerpo no correspondería a la imagen que de él nos ofrecen los demás, sino a ciertos modelos de cuerpo legítimo que rige la evaluación de esa imagen”.(Bourdieu, 1984:11).

En este orden social que Bourdieu plantea, los modos en que se piensa el cuerpo y se ejecutan las acciones físicas y sus representaciones simbólicas, proclaman a cada momento un valor que acontece como conducta individual a la vez que un comportamiento público y privado. En este sentido, también las actitudes y modos de asumir la corporeidad determinan a cada momento la realidad física y psíquica del cuerpo humano, como una realidad inscrita en su condición social, biológica e histórica. Los mecanismos estructurados sobre los modos de concebir el cuerpo se refieren entonces, en palabras de Bourdieu a: La posición y significado en un campo de experiencias y en una escala de valores colectivos, según la manera en que una sociedad se plantea los problemas de la vida y la muerte. (Bourdieu, 1984:16). [...] El cuerpo cuando no es fundamentalmente espiritualizado, generalmente es un objeto mantenido a distancia. O bien si se trata de un saber, y de un saber hacer que reifican y recomponen el cuerpo, según juegos sistémicos cuyos descubrimientos son producto de la razón. (Bourdieu, 1984:17).

Concepciones extremas, siguiendo el planteamiento de Bourdieu, producto de la manera en que se reflexiona y vive el cuerpo en el ámbito social, que invaden el entorno personal y colectivo hasta el nivel del conocimiento y el saber generalizado. Procesos que se bifurcan, como señala el sociólogo,

en la dualidad vida–muerte. Reflexiones y significados que sobreviven en función de que se piensa y se percibe en y a través del cuerpo, así como del enramado social, la relación del cuerpo–individuo, el de los demás y el que se asume como propio. (Bourdieu, 1984).

Asimismo, en el orden social visto desde el cuerpo, se pueden observar los sistemas de producción y de consumo que se desarrollan en la época y se asocian al cuerpo, su representación y sus actos. Aspectos históricos y teorías del pensamiento que van filtrándose al tratamiento y valoración del cuerpo en la imagen. Reflexiones, mitos y modos de producción social que se vinculan a las maneras de evaluar, narrar o construir el cuerpo femenino y masculino. De ahí que, las narrativas corporales, plasman en la representación, prácticas cotidianas y saberes históricos generalizados como lo pueden ser la mesura o la sexualidad individual y pública, la honestidad y la deshonestidad desde las conductas y las representaciones corporales. Representaciones vistas como anormales desde los discursos médicos o legales que argumentan las anomalías y desequilibrios sociales del cuerpo de la mujer o el hombre en distintos roles sociales. Aspectos que se tornaron en regulaciones expresas de la censura social y moral de una sociedad.

Aspectos sociales del cuerpo y sus actos, asociados al legado del pensamiento culto y civilizado de la época, a través de sus normas y leyes, pero también sus prejuicios y regulaciones sobre los usos corporales que lo mismo privilegian conductas que partes del cuerpo, a través de expresiones de representación, control y de censura. Herencias, hábitos y conductas que desde sus concepciones históricas, políticas y sociales aportan valores y significados sobre el cuerpo en el orden social, que se van incrustando en las maneras de significar la comunicación no verbal del individuo. En este modo de historicidad sobre la anatomía, las diferentes prácticas y experiencias corporales en la cultura, también se muestran los saberes diversos sobre el lugar que ocupan aspectos básicos y cotidianos en el cuerpo. Entre estos se encuentran, los deseos, los sentimientos, el erotismo, los gestos, la higiene, la sexualidad, el festejo o ideas como la perversión o la bondad. Procesos que también se desarrollan como formas de organización de la experiencia corporal en el ámbito de la vida social de los individuos.

Sólo como un ejemplo momentáneo de esta revaloración del cuerpo en el orden social y en la imagen, mencionaremos la construcción de la gracia femenina en el cuerpo de las señoritas de sociedad, a través de una educación corporal estricta o disciplinas rígidas como la práctica dancística del ballet de corte y su reelaboración en el cine. La educación corporal aparece como valor de una clase social alta y adinerada, en la cual se propicia un modo de energía de lujo para la configuración corporal de la gracia y la mujer adinerada, delgada, etérea y delicada de sociedad; más allá de la energía física del trabajo diario y la existencia cotidiana de la mujer obrera o campesina. En este sentido, observamos que la figura femenina y su construcción física, también apelan, desde su imagen y actos, a una clase, a una conducta refinada y a una serie de comportamientos sociales de abolengo, que desde la representación del cuerpo, ya separan las estructuras de clase social y dicen, de comportamientos medidos o grotescos, buenos o malos.

En la película *Aventurera* (1949) de Alberto Gout, Elena, el personaje principal, es una señorita de sociedad antes de caer al submundo nocturno de la prostitución. En el filme, se ejemplifica la posición social a la que ella pertenece con la práctica y la disciplina del ballet, como referente de la clase social adinerada de la adolescente, antes de convertirse en una prostituta pobre y violada en un

cabaret.

Las referencias a la danza clásica y su origen de corte, implican un comportamiento y adiestramiento corporal con rasgos europeos para acentuar la delicadeza, armonía y buen gusto de la familia sobre la figura de la niña, y después de la adolescente. Una joven de familia construida con rasgos de clase adinerada en la sociedad mexicana de la década de los cuarenta. Contraste subrayado con la asociación de lo pecaminoso y erótico en la danza de tintes negroides y populares que exhibirá la bailarina cuando se transforma en prostituta de los bajos mundos ciudadanos. En este sentido, la exposición cinematográfica, la gramática de la imagen y sus significados sobre el cuerpo, se expresan a través de diversos actos, conductas y apariencia física que se comportan como signos distintivos de clase social alta y baja, pero radicalizados en una peculiar narrativa y representación corporal cinematográfica.

En conclusión podemos aseverar que la corporeidad y su contexto, otorgan múltiples significados al cuerpo para hablar desde los actos o la imagen, sean estas sobre conductas y comportamientos pasados y presentes, de clase, de moral, de religión o de inmoralidad. Con ello vemos que las narrativas otorgan una diversidad de significados al cuerpo, de acuerdo a las concepciones de situación, contexto o época del cuerpo, sus signos o símbolos en el orden social. (3)

Bibliografía

BERISTÁIN, HELENA: 1997. Diccionario de Retórica y Poética. Ed. Porrúa, México.

BOURDIEU, PIERRE: 1984. Citado por MAISONNEUVE, JEAN. SCHWEITZER. M. BRUCHON en Modelos de Cuerpo y Psicología Estética. Ed. Paidós, España.

FOUCAULT, MICHAEL: 1992. Microfísica del Poder: Las relaciones de poder penetran los cuerpos. Genealogía del poder. Ed. La Piqueta, España.

MAISONNEUVE, JEAN y SCHWITZER M. BRUCHON: 1984. Modelos de Cuerpo y Psicología Estética. Ed. Paidós, Biblioteca de Técnicas y Lenguajes Corporales, España.

WAHL, JEAN: 1986. Tratado de Metafísica. Fondo de Cultura Económica, México.

Notas

1. El subrayado es nuestro, y es con el objetivo de acceder al término metáfora que utiliza Bernal desde ámbitos representativos como lo describiremos en el párrafo siguiente.
2. La idea de metáfora es recurrente como figura del lenguaje, pero también como recurso expresivo del discurso artístico. En este sentido, esta idea se ha utilizado ampliamente para designar o interpretar trabajos artísticos, o bien actividades poliexpresivas como el cine. En este contexto, la metáfora forma parte del campo simbólico de las representaciones, para nuestro caso, las imágenes corporales de las películas, pero también, las representaciones de una realidad social biológica y política que se exponen de manera metafórica o fantasmática como escribe Michel Bernal. También la metáfora se aplica para especular en el hecho de conocer algo por transposición de denominaciones, recurso más elaborado por la metonimia, que se fundamenta en la relación real de significados y los objetos representados en ellos, recurso que se basa en “estrategias de reducción de lo sensorial a lo sensorial”. En relación a estos términos, Helena Beristáin señala que a la metonimia y la metáfora se les ha considerado “un instrumento cognoscitivo, de naturaleza asociativa, nacido de la necesidad y la capacidad humana de raciocinio, que parece ser el modo fundamental como correlacionamos nuestras experiencias y nuestro saber y parece estar en la génesis misma del pensamiento, pero que se opone al pensamiento lógico y que produce un cambio de sentido, o un sentido figurado opuesto al sentido literal o recto que ofrece una connotación discursiva diferente a la denotación.” Beristáin, Helena. Diccionario de Retórica y Poética. Editorial Porrúa, octava edición. México, 1997, pp. 321-327.
3. Entendemos que los significados sobre la anatomía humana son tantos, como los estudios profundicen, sin embargo es importante observar aquellos signos que nos permitan revisar los mecanismos metafóricos y simbólicos del cuerpo en la conducta, la apariencia o la representación artística. Pues como escribe Bernal: desde la selección de significados corporales que destacamos accederemos a los fantasmas simbólicos. Signos y símbolos sobresalientes que constituyen parte de la representación corporal que Occidente otorga al cuerpo humano.

Sobre el autor

Doctor en Historia del Arte con especialidad en cine y Maestro en Historia del Arte por la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM. Lic. en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, y Lic. En Artes escénicas por el CENART-INBA. Profesor de tiempo completo del Departamento de Comunicación de Universidad Iberoamericana.