

CCC
AT
DZ68

**UNA APROXIMACION AL PROCEDER HERMENEUTICO EN LA
REFLEXIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN VIRTUAL EN EDUCACION**

*M.E. Oscar Rodríguez Gómez
Universidad Autónoma de San Luis Potosí.*

INDICE

Introducción.

1.- Un problema por comprender.

1.1.- Tema.

1.2.- Objetivos.

1.3.- Preguntas de investigación.

1.4.- Delimitación.

1.5.- Beneficios esperados.

2.- Marco teórico.

3.- Metodología.

3.1.- Enfoque

3.2.- El lugar y la muestra.

3.3.- Instrumentos.

3.3.1.- Organización de los datos.

3.3.2.- Los códigos lingüísticos.

4.- Resultados: las categorías encontradas y su interpretación.

5.- Conclusiones y recomendaciones.

6.- Referencias.

8.- Anexos.

A.- Operatividad y triangulación.

B.- Tradición, texto y hermenéutica.

C.- El círculo hermenéutico.

INTRODUCCION

Una concepción diferente de la evaluación del aprendizaje que resalte la acción didáctica con tecnología educativa, conlleva el compromiso de optar por alguna modalidad de transmisión de representaciones culturales. El conocer es un acto en el que el mundo entra y es concebido; el saber configura en un acto de interioridad, el mundo interno se abre y se desprende de su concentración, deja de ser para integrarse al todo exterior (Galindo, 1995).

Visto así el acto cognitivo, el empleo de tecnología en educación consiste en *extraer* el conocimiento *incrustado* en el contexto social y emocional en el que tiene lugar el aprendizaje [Lebow (1993) citado por Dunlap & Grabinger (1998)] con toda la historia de una cultura personal y colectiva que cristaliza en la comunicación de la modalidad educativa de la virtualidad.

Uno de los puntos de debate sobre la educación virtual, es el de la acción deliberada del docente y del alumno en la propia construcción significativa del conocimiento que obtienen juntos con el uso de tecnología. Un posible marco orientador de las investigaciones sobre el particular, es aquel que considera al aprendizaje como una actividad comunitaria: aprender es compartir una cultura al tiempo que se le crea como un objeto de escolaridad, en el que se producen y se ponen en común las representaciones del mundo que se hacen estudiantes y profesores.

Una de las aristas de esta perspectiva, es la evaluación del grado con que las estructuras de participación en la construcción del conocimiento con tecnología son claras, directas y persistentes. El papel que la acción reflexiva tiene en el proceso, adquiere mucha importancia si se pretende que esa evaluación sea equitativa y formativa.

Aún en el marco de la explosión tecnológica, la mejor práctica reflexiva de la expresión del aprendizaje es el ejercicio de la escritura (Nickerson, Perkins & Smith, 1987). Al desarrollar intercambios a través de las plataformas de la educación virtual, persiste el principio de que cuando el individuo escribe, debe de pensar, por lo que con frecuencia, cuando se escribe, se elaboran proposiciones que no se habían pensado antes de comenzar a hacerlo.

Lo aquí se intenta, es explorar en un enfoque y con unos instrumentos de investigación con los cuales, lejos de hallar respuestas inmediatas y “prácticas” o “concretas” a la evaluación de la educación virtual, lo que se pretende lograr es una ampliación de las maneras como estudiamos la cognición humana y la tecnología educativa.

UN PROBLEMA POR COMPRENDER

(De Justificación, tema, objetivos, preguntas, delimitación y beneficios).

Soy comunicólogo, y la inquietud que me corroe desde que accedí en el TEC a la educación virtual es la de que los usuarios de las nuevas tecnologías de comunicación en educación, disponen de los más altos niveles de escolaridad, en contraste con las audiencias de los principales medios de comunicación colectiva de mucho menor índice de escolarización (Islas y Gutiérrez, 1998). Esta aparente evidencia de lo obvio, al momento de buscar formas para evaluar el rendimiento de docentes y alumnos de mi sector curricular, cristalizó en la detección de dos grandes deficiencias:

- a) La gran dificultad de los participantes del proceso educativo para detectar y diferenciar las relaciones entre los hechos y los conceptos primordiales que esos hechos nos ayudan a entender.
- b) La falta de reconocimiento de ambos miembros de la acción educativa, para vivir cada asignatura o área académica como un campo de experiencias de las luchas y satisfacciones en la historia del desarrollo personal.

Los valores constructivistas (Goodland (1983) citado por Jonassen et. al. (1998)] pueden ofrecer modificaciones benéficas a estas problemáticas en la medida que se identifique y comprenda la relación cultural establecida entre profesor y alumno a través de la negociación de significados que cambia o refuerza el flujo comunicativo del acto educacional (Díaz y Hernández, 1998)

Este último requiere, para ser significativo dentro de la complejidad que conlleva, una gama de representaciones del conocimiento que se aprende. Es el plano de la expresión, más que el del contenido, donde se articula y comprende lo que hay que aprender: una expresividad resultante de la puesta en común de los códigos de quienes construyen conocimiento. Y es que “comprenderse es apropiarse de la historia de la propia vida de uno...es hacer relato de ella, conducida por los relatos, tanto históricos como ficticios, que hemos comprendido y amado. Es así como nos hacemos lectores de nuestra propia vida” (Ricoeur, 1991: 42).

Por simplificación para su mejor entendimiento, enseguida se enlistan los pormenores básicos de esta investigación piloto:

Tema:

Mostrar la comunicación escrita con que usuarios de tecnología educativa, dan cuenta de cómo llevan a cabo el acto reflexivo de la educación virtual.

Objetivos:

1.- Identificar la comprensión que de sí misma y del proceso hace el usuario de las plataformas de educación virtual

2.- Evaluar las posibilidades de la reflexividad y de algunos instrumentos para manifestarla, en la recuperación de conocimiento existente y en la adquisición de nuevas formas de éste.

Preguntas de investigación:

¿ Cuáles son los procesos de reflexión en educación con el empleo de tecnología?

Y a través de este proceso: ¿Cómo se comprende la persona a si misma a través de la historia de sus propios trabajos? ¿Qué pasa con el intercambio de la persona con los demás en el aula virtual? ¿Qué habría que evaluarse el educador-educando de si mismo asociado con tecnología?

Delimitación:

Se obtuvo un espacio de discusión de la plataforma Hypernews correspondiente a la página Web de la materia de titulación en la Maestría en Educación con Especialidad en Cognición de la Universidad Virtual del ITESM. Los participantes son un alumno y su tutor. El primero ubica su sector curricular en el área de matemáticas aplicadas y es el único miembro de uno de los tres espacios de la materia a cargo del tutor.

Este último coordina no sólo a un equipo plural y a otro también de un solo miembro, sino que es además es titular de la materia y director de la Maestría. La razón de seleccionar una muestra tan pequeña es al de resaltar la profundidad del análisis y limitar en lo posible la cantidad de desviaciones intersubjetivas que pueden aparecer en el análisis de grupos numerosos en un tiempo breve para su realización.

Se delimitó la muestra en tiempo real de acuerdo con los indicadores de fecha señalados en cada uno de los mensajes, mismos que van de un 12 de septiembre a las 11:27 al 29 del mismo mes a las 11:00. A partir de ese momento los cuatro mensajes subsecuentes no se intercambian entre los participantes originales. Se suspenden el día 3 de octubre. No se revisan –por su carácter privado- los correos electrónicos que se anuncian en los mensajes de la página Web.

La muestra consiste en una aproximación a 21 mensajes organizados de acuerdo a la lógica propia de una plataforma de Hypernews. Sin embargo, el estudio trata de limitarse a la efectividad del sentido en el diálogo realizado.

Beneficios esperados:

El principal sería el que el estudio se sumara a los factores de toma de decisión para la instalación de metodología virtual en IES que consideren la posibilidad entre sus proyectos inmediatos. Consecuentemente:

- Promoción de conocimiento participativo.
- Inducción constructivista con tecnología.

- Optimización de las posibilidades de la tecnología educativa y del desarrollo del pensamiento y del aprendizaje al hacer que el alumno construya con hipermedios su propio conocimiento y reflexione sobre ello.

MARCO TEORICO

Ante lo conmensurable del horizonte tecnológico, las infinitas posibilidades de la reflexión de la palabra: el comprenderse a sí mismo con los demás a través del aprendizaje colaborativo con tecnología. Se trata de indagar sobre este proceso.

Para ello, se pretende aproximarse al conocimiento de una filosofía práctica, capaz de abordar el fenómeno de la comunicación virtual por medio del acto de la lectura con el objeto de encontrar una mínima parte de las estructuras internas de su discurso, sobre todo la intertextualidad, el entramado y la configuración interna del tiempo.

La *aproximación hermenéutica* es ese campo fértil de donde surgen la mayoría de aportaciones en este estudio, ya que a partir de ciertos principios y teorías (*véanse anexos*) se abren las posibilidades al lector emírico para que exteriorice sus pensamientos y sobre todo para que concientice sus procesos de lectoescritura, dirigidos siempre hacia una reflexión, resultado del diálogo experimentado con el texto.

Este tipo de actividad reflexiva, que parte de una base filosófica de aprehensión, puede llevar al investigador a dudar sobre el valor de la aproximación hermenéutica, oponiendo a dichos pensamientos, la objetividad como requisito primario de la ciencia. Ante estos ataques a la hermenéutica, el investigador evaluativo-interpretativo se ancla en el texto para defender este campo reflexivo, dejando en claro que, en base a la eminente subjetividad del ser humano, el fenómeno de la comunicación no puede ser comprendido sin tomar en cuenta el *horizonte* del individuo, mismo que va conformando las diferencias y similitudes, básicas para la edificación de cualquier cultura.

METODOLOGIA

Enfoque

El estudio considera como foco central del análisis cualitativo la búsqueda del significado (Ruiz, 1999: 51). La búsqueda de una definición abierta en su contenido y comprensión, en su profundidad, densidad y extensión que, al cerrarse, constituye la situación del objeto de estudio.

Una de las más importantes innovaciones de este enfoque es la búsqueda de la comprensión de cómo los individuos construyen su mundo de experiencias y en que formas *hablan* de él. Por eso se exploran los rasgos cognoscitivos culturalmente significativos, en tanto estos son comunicables entre las personas en un sistema simbólico estandarizado.

Con lo anterior, es posible intentar construir modelos formales con el objeto de descifrar y comprender las interrelaciones que existen entre códigos y sistemas en el estudio de las prácticas de la enseñanza y el aprendizaje, para así establecer hilos conductores hacia la comprensión de la lógica del proceso educativo.

De acuerdo con la tipología de los focos de interés de la investigación cualitativa señalada por Tesch (Ruiz:62), el estudio es de naturaleza descriptiva / interpretativa y referido a la interacción social (vertiente comunicacional).

La perspectiva teórica de orientación hermenéutica empleada, se registra dentro de un proceder filosófico, entendido éste como filosofía práctica. Se ofrece a la vez como una forma de conocimiento y como un instrumento de aproximación a diversos objetos entendidos globalmente como *textos*. No se reduce a una sola escuela, postura o propuesta, sino a una **actitud** que se observa frente a éstos, cuyo valor consiste en poner en perspectiva otras orientaciones teóricas (Patton, 1990: 84).

Instrumentos

Para Eichelberger [(1989) en Patton op.cit.] el investigador de orientación hermenéutica emplea métodos cualitativos para establecer contextos y sentidos de lo que hacen los individuos. Construyen la “realidad” con base en sus interpretaciones auxiliadas por datos provistos por los participantes en el estudio. Por eso la interpretación sólo se puede llevar a cabo desde una cierta perspectiva, cierta posición, una praxis o un contexto situacional.

Desde ahí, la aproximación instrumental a la acción reflexiva está caracterizada por un *círculo hermenéutico* metodológicamente organizado en cinco pasos, donde las representaciones del texto conllevan:

- a) En latencia, la “historia” del individuo que *habla* y su contexto (prefiguración);
- b) La configuración del texto.
- c) La refiguración que hace el investigador a partir de su propia prefiguración.
- d) Las “consecuencias” de la investigación: un nuevo texto.
- e) El cambio de la prefiguración original: “apertura de horizontes”.

Por tratarse de un estudio piloto, y por ello mismo intentar apenas una posible triangulación que valide el primer paso del proceder hermenéutico, se empleó el modelo de análisis para textos de la semiótica estructural que abunda en los análisis de contenido convencionales desde el cual, anclada en el texto, la investigación podrá ulteriormente profundizar. Por lo tanto, cada enunciado analizado fue tomado como toda una *lexia*, entendida ésta como la unidad mínima de significado.

El “anclaje” en el texto, es uno de los sistemas de sentido con que se realizan las interpretaciones. Es decir, para efectos instrumentales, con el texto en la mano se asume que las palabras son limitadas y limitantes y que hay que acudir a la función paradigmática

para comprender lo que los sintagmas no pueden mostrar. Otros sistemas de sentido que permiten la “mecánica” de la interpretación son la competencia lingüística (capacidad de detectar las zonas de indeterminación del texto: los “vacíos”); la *tradición* en tanto proyecto de recuperación, de reconstrucción y continuación del devenir histórico; y los sistemas de sentido filosóficos tanto precedentes como dominantes y emergentes.

Por todo lo anterior, es posible vislumbrar que el instrumento del proceder hermenéutico es el símbolo. En el estudio el trabajo de interpretación se intentan hacer explícitos –mediante su “lectura”- tanto los sentidos múltiples de los textos como su estructura y su intencionalidad: “El símbolo funciona como ese excedente de sentido que puede ser opuesto a la significación literal, pero con la condición de que también se opongán dos interpretaciones simultáneas: el reconocimiento del significado literal que nos permite ver que un símbolo tiene más significado, y el del exceso de sentido que es el residuo de la interpretación literal” (Prado, 1992: 49).

Organización de los datos

El empleo de los códigos lingüísticos con una orientación hermenéutica constituye una apelación forzosa a todo el *background* de conocimientos del investigador y del lector de su reporte.

En tanto el objeto de su estudio y sus resultados a fin de cuentas producen un efecto de sentido (ajeno, desde luego al género literario), puede hablarse de una estética informacional que define como comunicativo este objeto de estudio que es el código virtual. De acuerdo con Abraham Moles (1971: 244], “la estética informacional es una generalización de los mecanismos de comunicación por medio de un análisis de la arquitectura de la obra” o macroestructura, cuya interpretación se facilita atendiendo a la microestructura de sus mínimas unidades significativas: las Lexias.

Así, la organización de los datos de la investigación presenta dos niveles bien diferenciados pero entrelazados en el plano expresivo de los resultados: el nivel del análisis y el nivel de la interpretación.

El marco teórico del análisis del discurso es el de los así llamados “códigos barthesianos” a propósito del autor que los sistematizó y que amplían las herramientas de la lingüística al estudio de la comunicación (y de la literatura, por supuesto). Metodológicamente, el -procedimiento consiste en:

- Dividir en texto en lexias -Aplicar los códigos pertinentes.

Por Lexia se entienden unidades convencionales, no constitutivas, del discurso leído, determinadas convincentemente de acuerdo con un mínimo sentido oracional, a fin de facilitar el estudio del texto. De igual modo, esa determinación convencional permite el paso del modo designativo-informativo propio del discurso científico al apreciativo – sistemático, propio de la crítica como placer del texto y como evaluación.

De este modo, las alrededor de 22 “grandes lexias” en forma de mensajes inscritos en la página web trabajada pasaron por una selección entre las propiamente comunicativas y aquellas que describen la actividad unisémica, la estrictamente curricular, la cual queda fuera del campo hermenéutico.

El material seleccionado fue dividido en fragmentos susceptibles de exploración, sin perder de vista la integridad del texto obtenida a base de relecturas y constantes referencias intratextuales a fin de descubrir los distintos niveles de descripción.

El nivel de la interpretación, como ya se ha reiterado, pretende ofrecer la resultante de la búsqueda del código virtual manifiesto en los planos paradigmático (latente) y sintagmático (manifiesto) del discurso expresado en el intercambio epistolar de la página web trabajada. Por hermeneutas, se entienden las mencionadas unidades que estructuran las preguntas que se le hacen al texto, mismas cuya respuesta puede ser parcial (RP) o total (RT).

Los códigos lingüísticos.

En tanto la comunicación epistolar en la plataforma virtual es un intercambio narrativo, es decir, que los participantes se cuentan situaciones, pensamientos, emociones y fundamentalmente reflexiones, básicamente esta investigación piloto es una búsqueda de aquellos códigos, “incrustados” en el código de la educación virtual, cuya misión es apuntalarlo.

Por *código*, lejos de una definición escolástica y acabada, se entenderá “cada una de las fuerzas que pueden apoderarse del texto (...) una de las Voces con las que está tejido el texto (...) son otros tantos fragmentos de ese algo que siempre *ya* ha sido leído, visto, hecho vivido: el código es el surco de ese *ya*. Al remitir a lo que ya ha sido escrito, es decir al Libro (de la cultura, de la vida, de la vida como cultura), hace del texto el prospecto de ese Libro” [Barthes, R. (1980), S/Z, México: Siglo XXI].

Cada código, en cualquier narración determinada, funciona vinculando a los demás, gracias a la común perspectiva semiótica. Para efectos metodológicos, cada unidad significativa del análisis puede contener de uno a seis códigos (Barthes, op.cit.):

Código Hermenéutico (Herm): Representa las voces de lo incierto, la pregunta del asunto por resolver, la incógnita en función de la espera y el deseo de resolverla. En este código se pueden distinguir, básicamente: a) sujeto o tema; b) formulación o planteamiento (qué, quién, cómo, por qué, con qué resultados, etc.); dilaciones, es decir, las respuestas parciales; y la respuesta o “revelación”. Para los fines de este trabajo, se pretende encontrar el código hermenéutico en todas las unidades de significación.

Código Proairético (Acc): Código de acciones deliberadas. Enumera cada uno de los términos que componen la secuencia de acciones o comportamientos, a medida que se presentan. Por la naturaleza del corpus de análisis, no es frecuente su registro.

Código Semántico (Sem.): Connotación cuyo significado es el carácter, entendido éste como un adjetivo, un atributo de la Voz de la persona que puede servir para la crítica sociológica.

Código Referencial (Ref.): Es la voz de las ciencias, de las costumbres, de la cultura, de la sabiduría y del habla populares, entre otros entornos, que permite al discurso ubicarse de modo extratextual, situacional. Es el código que ayuda a la crítica histórica e ideológica del texto.

Código Simbólico (Simb.): Figuras literarias que impulsan las tendencias reversibles de lo que se cuenta, espacios privilegiados de las sustituciones, desplazamientos, modificaciones de un lenguaje que se enrolla y desenrolla a fin de reflejar mejor la complejidad del gran teatro del mundo.

Código Estilístico (Est.): Es la voz articuladora de *las emociones* extra e intralingüísticas: la organización de la frase, de la sustancia concreta del discurso al cargarse de resonancias específicas.

RESULTADOS

Cada código trabajado, en su nivel correspondiente, permite el acceso limitado a la dosificación de emociones lingüísticas y extralingüísticas que producen el sentido del diálogo educativo de la metodología virtual.

Los hallazgos de grandes categorías que permiten organizar los resultados van desde “saludos” hasta figuras retóricas (elipsis y metáforas, sobre todo), que lejos de requerir un agrupamiento aparentemente sistemático, se entretajan frecuentemente y emotivamente.

Así, el ambiente de equidad antisolemne prevalece en todas las referencias denotativas realizadas, lo que facilita la identificación de constante apelación a las funciones fáctica y emotiva (“compruébame que me sientes”, figura omnipresente pero que se detecta más en las lexias 2 a 15), en búsqueda del equilibrio entre el tiempo interno de los interlocutores y el tiempo de la comunicación virtual.

Diferente al de la acción humana, éste último se vale en su discurso de la figura de la elipsis para exaltar un lenguaje latente, más que manifiesto, para llenar las carencias semánticas, los vacíos culturales (implícitos pero no dichos) del lenguaje denotativo que con facilidad neutraliza el pensamiento crítico. Darse cuenta de ello, en el proceder hermenéutico, es darle forma a aquel postulado de Foucault (1983) de cómo, “al momento de ponerme a hablar, ya me precedía una voz sin nombre desde hacía mucho tiempo: bastaba con encadenar, perseguir la frase, introducirse sin ser advertido en sus intersticios”.

Y es que el reducido número de verbos del lenguaje virtual (i.e. los empleados para ubicar la disposición de los mensajes –colocar, poner, subir, recibir, enviar) no es más que

síntoma de una búsqueda de figuras retóricas que den cuenta de las identidades personales ampliamente absorbidas en la socialización de los espacios virtuales donde el tiempo está hecho de elipsis que no se cierran. Como la de la oposición entre el tiempo laboral y el tiempo dedicado a la actividad académica: estudiar como suplemento, como accesorio de la superación en un mercado laboral donde, si no se invierte en la propia educación, el trabajador circula como despojo de una empresa hacia otra que se ahorró en su capacitación.

Vista así, la lexia 76 es particularmente representativa al proclamar con angustia, desde la función fática, lo que podría leerse como una paráfrasis de la búsqueda del tiempo perdido: lograr la sincronía entre el tiempo virtual y el tiempo real.

Por otro lado, la apropiación interna del conocimiento –desde la óptica constructivista- es frágil. ¿Cómo sujetarlo en la virtualidad? La ciencia cognitiva, mediante el empleo de los postulados del PHI y PDP para “pensar en red”, ofrece estrategias de alta eficiencia donde la autoevaluación resultante del quizá mejor uso de la reflexividad, es también el mejor reconocimiento de la autoconstrucción del conocimiento. Las lexias 18 a 28 no sólo dan cuenta de este proceso, sino de que la última mencionada llega a manifestar las bondades del pensamiento heurístico para esos fines.

Con el proceder empleado, triangulado en la lingüística y el pensamiento crítico, la acción reflexiva en la comunicación virtual podría tentar a configurarla como un fenómeno metalingüístico y, por lo tanto, estimulante de la metacognición. Las lexias 43 a 57 , reiteran en el discurso del alumno al ciberespacio y sus sitios como metáfora de la inaprensibilidad, pero en contraste, el diálogo da cuenta de cómo poco a poco de reconoce que el conocimiento se da por la propia vía virtual, y no a través de la tradición instruccional. En la lexia 63, el docente da incluso cuenta de que la ciencia cognitiva provee de herramientas para la “lectura” virtual de las modalidades del pensar.

Por todo lo anterior, nos hallamos apenas ante un acceso parcial, via la interpretación de códigos en niveles específicos, de una veta de investigación cualitativa de muy probable controversia. En la comunicación virtual, ¿Se permitirá el acceso total al sentido con la simple adición combinatoria de los códigos? ¿Será la suma total de la descodificación el producto neto del valor comunicativo del proceso?

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se ha intentado, quién sabe aún con que fortuna, analizar los mecanismos comunicacionales de un ínfimo trozo de la acción educativa con el método virtual, su dirección y sentido en el marco de una orientación hermenéutica y con un instrumental de la lingüística estructural cuyo rasgo principal es unir los enfoques de ésta última (formal) con el crítico- literario, histórico, socio-psicológico e ideológico en un método integrador que busca detectar posibles armonías de fondo y forma, es decir, la inclusividad de los niveles lingüísticos y no-lingüísticos en que parecen concretarse algunos valores de la educación virtual .

Lo anterior quiere decir que la complejidad significativa de la interacción virtual parece ser captada en los códigos HERM. SIMB. SEM y REF., mientras que los códigos ACC. y EST. descodifican, sobre todo, los valores formales de estructura y secuencias, de composición y de expresividad.

Los modelos vigentes de estudio de la acción comunicativa, no sólo los de corte aristotélico -evidentemente insuficientes ante los nuevos retos del milenio- sino los de inspiración cibernética y hasta cognitiva (Cfr. Martín Serrano, 1993) requieren de ser profundamente repensados si se quiere enfrentar la distorsión de ese maravilloso objeto de estudio de la provisionalmente denominada comunicación virtual.

Dentro del propio universo de esta modalidad, y aunque existen las “páginas de prueba” para el uso de algunas herramientas de la educación virtual, es recomendable crear una especie de sistemas preventivos que induzcan la reflexividad del operario más allá de la lógica de prueba-error con el consecuente ahorro de energía asociada a la relación inteligencia- emoción.

Finalmente, la minúscula muestra trabajada da cuenta también de la necesidad de hacer accesible el indudablemente existente software con el cual ampliar los universos de este tipo de estudios. La dimensión expresiva, en todas sus formas – comenzando con la escrita- podrá despojarse de todo deslumbramiento y dimensionar un futuro de equidad.

REFERENCIAS

Barthes, R. (1980) S/Z. México: Siglo XXI.

Berruecos, L. (1994) Etnografía en la práctica docente modular. En: La construcción permanente del sistema modular. Luis Berruecos (Coord.) México: UAM-X.

Charles, M. (1997) El salón de clases desde el punto de vista de la comunicación. México: CISE.

Díaz, F. y Hernández, G. (1998) Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. México: McGraw –Hill.

Dunlap, J. & Grabinger, R. (1998) Rich environments for active learning in the higher education classroom. En: Brent G. Wilson (Comp.) Constructivist learning environment. USA: Educational technology publishing.

Elliot, E. (1998) El ojo ilustrado. Barcelona: Paidós.

Foucault, M. (1983) El orden del discurso. Barcelona: Tusquets

Fullat, O. (1983) Filosofías de la educación. Barcelona: CEAC.

Galindo, J. (1994) La comunicación como mentalidad y como forma de vida. En: Carlos Luna y Jesús Galindo (Comp.) Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva. México: Conaculta / ITESO.

Giménez, G. (1998) Importancia estratégica de los estudios culturales en el campo de las ciencias sociales. Guadalajara, México: ITESO (fotocopia S/f).

González, J. (1994) La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México. En: Estudios sobre las culturas contemporáneas Vol.VI, No. 18, Colima, México: Universidad de Colima.

González, J. y Mugnani, F. (1986) Metodología, métodos, técnicas para un protocolo de observación etnográfica. En: Estudios sobre culturas contemporáneas No1. Colima, México: Universidad de Colima.

Islas, O. y Gutiérrez, F. (1998) La comprensión de internet como extensión del Estado. En: V anuario de investigación de la comunicación. México: CONEICC / UIA.

Jakobson, R. (1981) Ensayos de lingüística general. Barcelona: Six Barral.

Jonassen D.; Peck, D. & Wilson, B.G. (1999) Learning with technology. New York: Prentice Hall.

Moles, A. (1971) La communication. Paris: Denoël.

Nickerson, R.S.; Perkins, D. & Smith, E. (1987) Enseñar a pensar: aspectos de la aptitud intelectual. Barcelona: Paidós.

Patton, M.Q. (1990) Qualitative evaluation and research methods. Newbury Park: SAGE.

Prado, G. (1991) Neohermenéutica y crítica literaria Ponencia. México: UIA (s/f).

Prado, G. (1992) Creación, recepción y efecto. México: Diana.

Ricoeur, P. (1983) Freud: una interpretación de la cultura. México: Siglo XXI.

Ruiz, J. (1999) Metodología de la investigación cualitativa. España: Universidad de Deusto.

Theory and technology: design consideration for hypermedia/ discovery learning environments (1995) En: <http://129.7.160.115/inst5931/discoverylearning.html>

ANEXO "A"

Operatividad y triangulación.

En tanto labor analítica, interpretante y reflexiva, el propósito de la hermenéutica actual es el de lograr una mayor comprensión de todo texto, siempre y cuando éste posea una naturaleza polisémica. Ello excluye manuales, instructivos y toda formulación de contenido unívoco, casi diríamos dogmático. Esto lo señalo por la posible oposición al proceder interpretativo en textos de "intencionado" contenido académico como el de las aportaciones a grupos de discusión por Internet. Las características de la "intención" que lleva incrustada cada comunicado, es precisamente multisignificante, y sobre su operatividad en la investigación se precisará más adelante.

Esa mayor comprensión que se busca abarca, además de los textos, la del mundo, la de sí mismo y la de la propia relación con el entorno en el que se está inserto, "entorno que a la vez que nos conforma, nosotros conformamos. Por ello, la actividad hermenéutica consiste en el despliegue de una serie de acciones conducentes a desentrañar (...) un contenido implícito, oculto, latente que vamos a construir a través del explícito o manifiesto, y así, comprenderlos de mejor manera, como sucederá con sus referencias (Prado, 1991).

De acuerdo con Patton (1990:187-193) la validación de la investigación cualitativa descansa en gran parte en la *triangulación*, término derivado de la agrimensura como metáfora de la combinación de metodologías en el estudio de un mismo fenómeno. Cada método revela diferentes aspectos de la realidad empírica, así que el empleo de múltiples métodos en los diferentes tipos de datos, y mediante el entrecruzamiento de sus "resultados", provee de tal validación al estudio como para permitir, al final, múltiples perspectivas para la interpretación de un solo conjunto de datos.

Emplear triangulación es reconocer que el investigador necesita permanecer abierto a múltiples formas de ver la realidad. Por eso la estrategia ideal de la metodología cualitativa está formada por tres partes: a) datos cualitativos; b) diseño holístico-inductivo de investigación naturalista; y b) Análisis de contenido. Para la propuesta de indagación hermenéutica en la reflexividad en el discurso del aprendizaje colaborativo virtual, adelantaré que el instrumental a emplear estará constituido, en lo general, por la entrevista virtual, la autobiografía intelectual y el análisis de contenido. De esta triada, el análisis de textos constituye la piedra angular del proyecto.

La condición que posibilita la acción reflexiva es "partir de la sospecha de que la conciencia nos miente y que todo lo que experimentamos no es ni unívoco ni tal y como se nos presenta de forma inmediata. El modo de abordar entonces la realidad, tanto externa como interna, es mediante un trabajo de interpretación de aquello que deseamos comprender, y esto pide por supuesto, una metodología que le brinde el rigor necesario a la práctica" (Prado, 1991).

Tal y como se presentó en la propuesta de investigación, los pasos a seguir en el proceder hermenéutico están constituidos por cinco niveles:

1.- Análisis de contenido y de la forma manifiesta de explicitar el contenido.

2.- Interpretación del texto manifiesto para penetrar en los contenidos implícitos, partiendo del análisis, y con el objeto de construir los sentidos no explícitos sino sugeridos.

3.- Reflexión hermenéutica. Responde a la pregunta ¿Por qué interpreté como interpreté?

4.- Apropiamiento de la reflexión. Asumir como propio el proceso y generar un texto escrito.

5.- Referencia a sí mismo, a la realidad, al entorno y autorreflexión.

A nivel 4, se tendrá que producir un nuevo texto en el que se opere el apropiamiento de la reflexión específicamente hermenéutica; ésta última unida al análisis de la TEXTUALIDAD MANIFIESTA, validará la interpretación, que de esta manera pasará de una posible *subjetividad* insostenible a la objetividad que las operaciones analítica y reflexivas en relación de diálogo, propician.

La posibilidad de acción de la hermenéutica en esta breve y esquemática perspectiva aplicada a la comprensión textual, se inserta en el campo de lo validable porque:

1.- Con el texto “en la mano”, con la textualidad manifiesta, unida a la reflexión sistemática, desarticula cualquier intento –consciente o no- de añadir intersubjetividades.

2.- Tiene una larga trayectoria histórica inscrita en la tradición cultural de Occidente, lo que le proporciona la solidez de la eficacia por ser un instrumento arraigado y probado en ella.

3.- Se constituye en teoría, práctica, instrumento y fuente generadora simultáneamente de propuestas y acciones en fenómenos de estudio y en los individuos que las practican.

La validación del proceder, desde la óptica del naturalismo, también se logra via triangulación en la medida en que el hecho de que no invalide otros modos de aproximación y análisis textuales, como sería el de las variadas posibilidades estructuralistas, semióticas, semánticas, estilísticas, por mencionar sólo algunas, sino que por el contrario, dé pié para incluirlas al *primer nivel* de acercamiento al texto –el análisis de contenido-, para de ahí ir profundizando en los otros niveles que lo conforman confiere a la hermenéutica una amplitud y flexibilidad abarcadora.

ANEXO “B”

Tradición, texto y hermenéutica.

Por su esencia reflexiva y su naturaleza interpretativa, la investigación de orientación hermenéutica destaca la importancia de algo que podría denominarse “jerarquía epistémica”, a la luz de la cual se construyen métodos, estrategias e instrumentos de investigación. Como consecuencia de la reciente sesión satelital y en el marco del desencuentro entre positivistas por costumbre y fenomenólogos por quedar bien, van aquí unos apuntes a propósito de Kuhn y su “Estructura de las revoluciones científicas” [En: Sánchez, E. (1991) Apuntes sobre una metodología histórico – estructural. Ponencia. Guadalajara: UdeG]. La idea es aterrizar en el instrumento –nada ortodoxo- con que abordaré ya la indagación hermenéutica de la reflexividad en el discurso del aprendizaje colaborativo con tecnología.

Por “jerarquía epistémica”, entiendo poner en operación una serie de técnicas para producir, analizar e interpretar datos, que a su vez tienen alguna relación más o menos explícita con unos procedimientos más o menos socialmente aceptados por la comunidad científica en la que uno se encuentra contextualizado. Dichos procedimientos, a su vez, tienen algún grado de congruencia con elaboraciones teóricas sistemáticas y con una serie de principios básicos y patrones de razonamiento, así como de presupuestos sobre cómo es la realidad y como es posible conocerla, y con un cierto marco de valores, con frecuencia más implícitos que explícitos, y quién sabe con que grado de conciencia por parte del “investigador”.

De aquí es posible pasar, en el marco del concepto de paradigma (de nuevo Kuhn) a la “tradición de investigación”. Esta la entiendo como una serie de concepciones más o menos explícitas sobre qué entidades elementales existen y cómo interactúan. Y desde un punto de vista metodológico, desarrolla directrices más o menos explícitas sobre cuales son las formas LEGITIMAS de indagar sobre tales entidades y sus interrelaciones. Todo ello subordinado –por convención- a concepciones y presupuestos históricamente enraizados.

De la articulación compleja de presupuestos y procedimientos privilegiados por una tradición de investigación surge, entonces, toda una lógica del descubrimiento, entendida en términos constructivistas, Es decir, que permite articular a la vez preguntas y determinar áreas problemáticas que enriquecen el proceso de construcción de un objeto de estudio. Por eso Patton (1990:39) señala que “el paradigma de selección reconoce que métodos diferentes son apropiados para situaciones diferentes. Una adecuada respuesta situacional es aquella en que el diseño del estudio es apropiado para una situación indagatoria específica”.

Por todo lo anterior, resulta pertinente reiterar los cuatro principios para la investigación de orientación hermenéutica que pueden ser aplicados, según Kneller (1984) citado por Patton:

- 1.- Comprender un acto o producto humano y, por lo tanto, todo aprendizaje, es como interpretar un texto.

2.- Toda interpretación ocurre en el contexto de una TRADICION.

3.- Interpretar implica el abrirse uno mismo al texto, y cuestionarlo y cuestionarse.

4.- El texto se tiene que interpretar a la luz de la propia situación.

Y a todo esto, cuando hablamos de “texto” ¿Nos estamos necesariamente refiriendo a toda comunicación escrita, o solamente a aquella de naturaleza literaria? Para las necesidades de mi intento de indagación reflexiva, hube de buscar una posible tipología en la cual enmarcar la conversación virtual, con supuesto sustento académico, que entablan los participantes en un grupo de discusión.

Aunque finalmente me quedo con textos escritos ni remotamente poéticos aunque sí retóricos (en ellos se intenta convencer de lo atinado de la aportación o de argumentar en contra o precisión de ella), considero valiosa la siguiente contribución a propósito del “texto” como “analogía” (Knevel en Patton op.cit.) de toda experiencia cultural:

“...nunca podemos experimentar simultánea o sucesivamente la totalidad de los artefactos simbólicos que constituyen la cultura de nuestros diferentes grupos de pertenencia o de referencia, sino sólo fragmentos limitados del mismo, llamados “textos culturales” ...(los cuales son) un conjunto limitado de signos o símbolos relacionados entre sí en virtud de que todos sus significados contribuyen a producir los mismos efectos o tienden a desempeñar las mismas funciones. Un libro constituye, por supuesto, un texto. Pero también un partido de fútbol, ya que todos los signos que observamos en él contribuyen a producir ciertos efectos como el relajamiento, el entusiasmo, la exaltación, la identificación pasional con uno de los equipos, etc....(y lo mismo ocurre con) el cine, el deporte televisado, la frecuentación de los grandes centros comerciales, la cultura popular, etc.” (Giménez, 1998).

Frente a los conceptos de *tradición de investigación* y de *texto cultural* hasta aquí formulados, es ya posible hablar de la hermenéutica como una actitud ante el fenómeno de la creación, la recepción y el efecto del texto:

“una práctica tanto en el nivel de la formulación misma como en el de su proceder reflexivo, dinámico y aplicable a textos concretos –prioritaria mas no exclusivamente escritos- en la búsqueda de una mayor comprensión de ellos. De esta manera, la posibilidad que aquí se enfrenta se registra dentro de un proceder filosófico pero entendido éste como filosofía práctica. A la vez se ofrece como una forma de conocimiento y un instrumento de aproximación a diversos objetos entendidos globalmente como textos (...) La práctica hermenéutica es, pues, acción REFLEXIVA que se engarza sobre una de índole francamente interpretativa; y si se tiene que interpretar a niveles más profundos y sofisticados que los que nuestra naturaleza de continuo nos impone, es porque hay algo más que exige ser desentrañado para ser comprendido” (Prado,1991).

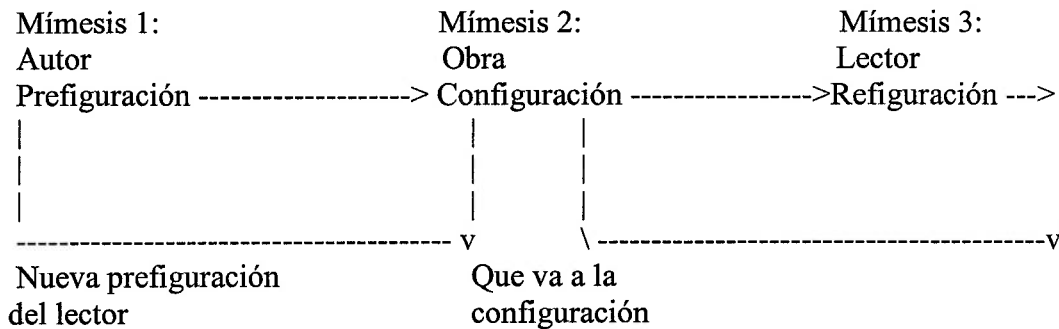
A N E X O “C”

EL CIRCULO HERMENEUTICO

En la multicitada obra de Patton (1990: 84), la hermenéutica es una aproximación teórica que, además de servir para la investigación cualitativa, puede coadyuvar en la organización en perspectiva de otras orientaciones teóricas. “¿Cuáles son las condiciones bajo las cuales un acto o un producto humano son realizados y que hacen posible interpretar sus significados?” se pregunta el autor.

Va cita textual: “los intentos de desarrollar una lógica de validación dentro de la tradición hermenéutica son relevantes para clarificar la validez de interpretación en la entrevista de la investigación cualitativa. La interpretación del significado está caracterizado por un *círculo hermenéutico*, o espiral. La comprensión de un texto tiene lugar a través de un proceso donde el significado de las partes por separado está determinado por el significado global del texto. En principio, tal explicación hermenéutica del texto es un proceso infinito en tanto termina en la práctica cuando se alcanza un significado sensible, una comprensión coherente, libre de contradicciones”. [Kvale, (1987: 62) citado por Patton,1990].

He aquí una aproximación muy esquemática al círculo hermenéutico, en tanto también aproximación operativa, instrumental, a esta propuesta reflexiva, según la propuesta de de Prado (1991):



Donde por “Mímesis” se entiende representación, recreación, modo de manifestación, plano de la expresión. Así, las representaciones que, además de su contenido en sí conllevan en latencia la “historia” del autor y su contexto (Mímesis 1), configuran la obra (Mímesis 2) cuya refiguración hace el lector a partir de su propia prefiguración (Mímesis 3). A partir de esto último, se configura un nuevo texto (paso metodológico número 4, de hecho las “consecuencias” de la investigación), por lo la prefiguración original cambia y hay una nueva: una “apertura de horizontes” (el quinto paso).

Para Eichelberger (1989, en Patton) los hermeneutas emplean métodos cualitativos para establecer contextos y sentidos de lo que hace la gente. Construyen la “realidad” con

base en sus interpretaciones auxiliadas por datos provistos por los participantes en el estudio.

Por eso se debe de conocer tanto del investigador como de lo investigado para que un estudio cualitativo sea puesto en un adecuado contexto hermenéutico. El investigador solamente puede interpretar desde una cierta perspectiva, cierta posición, una praxis o un contexto situacional; y dar cuenta, al final, de si el reporte es de uno mismo o si es de las perspectivas de las personas estudiadas.

Modelo de análisis para textos.

Con el fin de triangular y posibilitar la validación del primer momento del proceder hermenéutico, el acercamiento al texto en primer nivel incluye elementos analíticos y modos de aproximación de origen sociocrítico y estructuralista abundantemente empleados en estudios convencionales de contenido, desde los cuales, anclado en el texto, el investigador podrá ulteriormente profundizar.

Puede decirse que todo texto polisémico es, de algún modo, un relato. Este es *el qué* de toda narración y siempre lo hace a través de un *cómo*.

El *qué* es siempre una historia que realizan o llevan a cabo unos personajes que son agentes (Quienes ejecutan la acción) y/o pacientes (Quienes reciben esa acción). Estos interlocutores tienen una estructura psicológica propia. Se mueven dentro de un ambiente físico y están inmersos –y forman parte de él- en un ambiente psicológico externo, más introyectado.

Este ambiente externo o entorno psicológico está configurado por los sistemas de sentido dominantes: políticos, sociales, económicos, morales, religiosos, artísticos... *culturales*, en una palabra.

Además, existe un tiempo objetivo, cronológico, conjugado en tiempo presente en el que la acción se realiza; y un tiempo subjetivo, interno, conjugado en tiempo pasado (“ el autor citaba...”; “recuerdo que en la materia x...”) o en tiempo futuro, el de las expectativas.

El *cómo*, caracterizado en literatura por una amplia gama de elementos, para los fines de esta investigación dá cuenta de:

1.- Punto de vista del locutor: Si emplea las primera o segunda personas del singular o plural es estilo directo. Si lo hace con la tercer es estilo indirecto. Si hay irrupción abrupta de un discurso en otro se habla de estilo indirecto libre.

2.- Manejo del tiempo y del espacio: Objetivo si es el cronológico. Subjetivo si se refiere a sueño, memoria, imaginación etc. Planos temporales: transpsición, obliteración, simultaneidad. Recursos literarios: prolepsis (adelanto) y analepsis (retroceso).

3.- Diseño: En un ensayo o reporte formal, hay una estructura externa (partes, capítulos, apartados...), y una interna: inicio, desarrollo, hallazgo, conclusión; y puede ser lineal, circular o en zigzag. Hay también un diseño estético (en el positivismo no se acepta) con empleo de recursos propiamente literarios: metáforas, metonimias, sinécdoque y demás figuras retóricas. Hay también soportes simbólicos gráficos, tipográficos, signos de puntuación, espacios en blanco, etc.

4.- Fluír psíquico: Para efectos de esta investigación es sobre todo de naturaleza introspectiva. El locutor se autoanaliza y es posible detectar si lo hace conscientemente. Ello nos remitiría a un monólogo interior de naturaleza directa. Es decir, la configuración directa, sin mediaciones, de la asociación libre del fluír psíquico de quien escribe.

San Luis Potosí, S.L.P. 30 de mayo de 2001.

CCC
AI
DZ68

Ponencia CONEICC

**Filosofía de la Ciencia y Comunicación:
Notas preliminares sobre el problema de la
verdad**

**Elizabeth Bellon C.
Colaboradora de investigación externa (UIA)
Maestría en Comunicación (UIA)**

Junio, 2001

Filosofía de la ciencia y Comunicación: Notas preliminares sobre el problema de la verdad

Múltiples interpretaciones del mundo se pregonan en el campo académico de la comunicación: investigadores reconocidos o recién llegados, empiristas o hermenéuticos, cuantitativos o cualitativos, mercenarios, siervos, aventureros, aprendices o maestros, exploran a través de relatos el compartimiento de significados en sociedad. En indulgente disputa, dichas imágenes se transformarán en representaciones sociales válidas; “verdades” sobre la realidad que, en ocasiones, poco revelan sobre los “objetos de estudio” que alientan la indagación. Hombres y mujeres con historia, tiempo, espacio y subjetividad, construyen conocimiento con pretensiones científicas. Desde su posición en el campo, escépticos o creyentes viven en hipotética tensión constante hacia la “verdad”: están-ahí, imaginan, descubren, cavilan, observan, descifran, traducen, valoran, interpretan, describen, ponen en común...Pese a ello, todavía permanecen ocultos los hábitos, creencias, valores, paradigmas, métodos, errores o fronteras que conducen la práctica cotidiana de investigación en el campo de la comunicación, a saber, triplemente marginado: del conjunto de las ciencias sociales, del resto del quehacer científico más positivo o natural, así como de las prioridades del desarrollo nacional. (Fuentes y Sánchez, 1989)

Sabemos, el campo académico de la comunicación está aún en emergencia. (Fuentes, 1998) Sabemos también, que existe una comunidad de investigadores que trabajan distintas áreas de conocimiento. Dada la trayectoria reciente, naturaleza y condiciones del campo, los “saberes propios” de la comunicación en ocasiones parecen legitimados más por las disputas entre los agentes, por un arbitrario “derecho de propiedad”, por “argumentos de autoridad” o la “acumulación de prestigio”, que por el aporte a la comprensión de fragmentos de la realidad. De acuerdo con Fuentes: 1) han tenido primacía los factores *internos* (subjetivos, ideológicos), conformados históricamente por condiciones *externas* (estructurales, socioculturales y económico-políticas), cambiantes a lo largo del tiempo (Fuentes, 1998: 340); 2) la identidad generacional entre los investigadores mexicanos de la comunicación se explica porque comparten un *habitus* y una ideología profesional fuertemente articulados por ingredientes utópicos, originados en ciertas universidades en la década de los setentas (Fuentes 1998: 348); 3) la institucionalización del estudio de la comunicación en México no ha generado una matriz disciplinaria (científicamente) consistente porque ha obedecido a lógicas contradictorias y desarticuladas entre sí, entre las cuales ha predominado el crecimiento (cuantitativo) de la oferta de docencia a nivel licenciatura y a la que se ha subordinado el desarrollo (cuantitativo y cualitativo) de programas de posgrado, la investigación y la elaboración de sistemas teóricos-metodológicos (Fuentes 1998:358); en suma, la historia ha tendido a ser más *ideológica* que *científica*.

Ante la escasez de reflexión sobre cómo se construyen los objetos de estudio de la comunicación, sus “verdades”, sea desde la “sociología del conocimiento” (enfoque que me parece trabaja el Dr.Raúl Fuentes), menos aún desde la –para mí- tan novedosa como iluminadora “filosofía de la ciencia”, creo que resultaría de sumo interés para quienes estudian o ejercen la comunicación, o bien, para quienes se preocupan por la ciencia,

pensar a través de estas modestas líneas en torno a las condiciones en las que se ha dado la construcción de conocimiento en este campo, vinculándolo con la mirada contemporánea del quehacer científico en ciencias sociales. Desde la perspectiva de la filosofía de la ciencia y siguiendo al Dr. Velasco (Velasco, 2000), dicho quehacer se vincula hoy día más a la hermenéutica y a la heurística que al positivismo y al empirismo, más a la prudencia que a la metodología.

Desde mi punto de vista, el caso del campo de la comunicación y, por ende, del oficio del investigador, resulta harto provocador puesto que -tal vez por fortuna- se ha carecido de marcos teóricos duros, de metodologías rigurosas; en contraparte, parece que el investigador de la comunicación se aproxima siempre "heurísticamente" a un objeto cuyos límites son inciertos. Dada la falta de certezas que ha guiado a la comunicación, la filosofía de la ciencia sugiere el "juicio prudencial", la "verdad efectiva", el mero "descubrimiento", la "vigilancia epistemológica". En este sentido, las condiciones que en otros tiempos hacían vulnerable el carácter "científico" de la comunicación -la más pobre dentro de las ciencias sociales-, podrían develarse como una fortaleza. Paradójicamente, pocos investigadores asumen esta condición.

Una de las guías más importantes que cotidianamente debería de formar parte de la práctica de investigación, es la llamada "vigilancia epistemológica" (Bachelard, 1999; Bourdieu, 1995). Hipotéticamente, el ejercicio vigilante del propio investigador podría relacionarse con la construcción de saberes "científicos" a propósito de sus objetos de estudio. Más allá de las determinaciones socioculturales, de las relaciones de poder por las que *ciertas* interpretaciones de la realidad de *ciertos* investigadores se mantienen como válidas sin ser discutidas por la comunidad, más allá de las limitaciones presupuestales, institucionales o de las inercias, debemos develar de qué manera los prejuicios, valores, creencias, reglas, criterios de selección, métodos, hábitos y rutinas, entre otros, intervienen en la construcción de conocimiento. Alejándonos de la interrogante respecto del encuentro de "verdades absolutas", concebimos la interpretación como elemento fundamental en el oficio de investigar. Creo que es válido preguntarse: ¿cómo se construye el conocimiento con pretensiones científicas en el campo de la comunicación desde la práctica de investigación?, ¿cómo se "operacionaliza" cotidianamente la noción de vigilancia epistemológica?, ¿el ejercicio cotidiano de vigilancia epistemológica en la práctica de la investigación de la comunicación traería la construcción de saberes "científicos" a propósito del objeto de estudio?, ¿qué es la "verdad" en ciencia?.

Dada la complejidad del problema, la abundante bibliografía disponible y mi limitada competencia dentro del ámbito filosófico como para adentrarme con ligereza en territorios desconocidos y extraviarme en lecturas aberrantes, esta ponencia posee la reservada intención de construir, reflexivamente, una aproximación inicial respecto del problema de la "verdad" en ciencia, sea como la propiedad de una comunidad científica -acentuando la dimensión social-, sea como aquello que soporta la refutación -acentuando la cuestión de la validez-; al parecer, dos extremos de la discusión actual acerca de la construcción de conocimiento con pretensiones científicas. Las líneas que siguen tienen el propósito de "poner en común" una lectura personal respecto del problema, en el contexto de mi tesis de Maestría en Comunicación titulada "Construcción de conocimiento 'científico' en Comunicación: De la objetividad a la interpretación".

Con base en dicho debate se ubicará la perspectiva teórica que propongo que, si bien reconoce la importancia de la dimensión social en la construcción del conocimiento científico, es decir, que la noción de "sujeto" y "objeto" son construcciones inseparables y que el investigador es parte y ejerce su práctica al interior de un "campo" -sociología del conocimiento-, se plantea un recorte analítico con la intención de penetrar de manera directa al estudio de la práctica de investigación en el campo de la comunicación desde la noción de "vigilancia epistemológica" -filosofía de la ciencia-. Para ello, el eje preliminar que se abordará es el de la "verdad científica" de acuerdo con la perspectiva de Thomas S.Kuhn en *"La Estructura de las Revoluciones Científicas"* y *"La Tensión Esencial"*, en diálogo con las aportaciones de Karl R.Popper en *"La Lógica de la Investigación Científica"* y *"El Desarrollo del Conocimiento Científico. Conjeturas y Refutaciones"*; en suma, se plantea la polémica puesto que, por un lado, se acepta que el conocimiento humano es un producto *socialmente construido* -como propondría Kuhn- y, por otro, también tiene la pretensión de ser conocimiento *cierto* de alguna realidad -como sostendría Popper-. Desde esta lectura, se articula la noción de "vigilancia epistemológica" planteada por Gaston Bachelard en *"La Formación del Espíritu Científico"* para penetrar en la relación entre el "sujeto-investigador" y su "objeto de investigación" e, hipotéticamente, en la construcción de saberes "científicos" dentro del campo de la comunicación.

Desarrollo

Se sabe, en *"La Estructura de las Revoluciones Científicas"* Thomas S.Kuhn sostiene que la comunidad científica se construye a través de la aceptación de teorías que denomina "paradigmas"; es decir, conquistas científicas generalmente aceptadas que, durante un tiempo determinado, brindan un modelo de problema y soluciones aceptables a aquellos que trabajan en determinado campo de investigación. Una teoría paradigmática es aquella que instituye una cierta comunidad científica que, en virtud de dichos supuestos paradigmáticos, llevará a cabo la tarea de la "ciencia normal", referida a un trabajo de investigación fundamentado de manera estable sobre uno o más resultados alcanzados por la ciencia del pasado, a los cuales, durante determinado período, una comunidad científica en particular reconoce la capacidad de constituir el fundamento de su práctica ulterior; por tanto, hacer "ciencia normal" quiere decir resolver problemas definidos por dicho paradigma, enigmas que surgen y regresan a él.

Pero, "anomalías" recurrentes tenderán a aparecer y pondrán al paradigma en crisis, por lo que la comunidad científica se enfrentará a un período de "ciencia extraordinaria" y, sucesivamente, a una posible "revolución científica" a partir del cambio de paradigma. Atizando la discusión, Kuhn asegura que las razones por las cuales un científico adopta un nuevo paradigma van desde razones científicas, ideológicas y hasta autobiográficas; no obstante, es indispensable decidir cuál es el paradigma que deberá guiar la investigación en el futuro, en ocasiones, acerca de problemas que ninguno de los dos paradigmas competidores pueden aspirar a solucionar por completo. Lo que ocurre, dice Kuhn, no es una conversión en grupo, sino un desplazamiento progresivo en la distribución de la confianza de los especialistas. Nos hallamos ante un proceso que se desarrolla de manera constante, progresiva en apariencia, a partir de estadios primitivos pero que, en realidad, no tiende hacia ningún objetivo.

Para Karl R.Popper en su obra *"El Desarrollo del Conocimiento Científico. Conjeturas y Refutaciones"*, la mente del científico no es tabla rasa pues la observación

depende de la teoría; la inducción por enumeración no puede fundamentar nada debido a que los enunciados observacionales son tan falibles como las teorías que presuponen y no constituyen una base completamente segura sobre la cual construir leyes y teorías científicas. Por tanto, el falsacionista no se preocupa por establecer teorías como "verdaderas" o como "probablemente verdaderas" a la luz de la evidencia observacional. Las teorías se construyen como "conjeturas" o suposiciones especulativas y provisionales que el intelecto humano crea libremente en un intento de solucionar los problemas con los que tropezaron teorías precedentes y de proporcionar una explicación adecuada del comportamiento de algunos aspectos del mundo.

Toda "buena" teoría científica implica una prohibición: prohíbe que sucedan ciertas cosas. Cuanto más prohíbe una teoría, tanto mejor es. Una teoría que no es refutable por ningún suceso concebible no es científica. La irrefutabilidad no es una virtud de una teoría, sino un vacío. Sin embargo, hay grados de testabilidad: algunas teorías son más testables, están más expuestas a la refutación que otras; corren más riesgos, por decirlo así. Algunas teorías genuinamente testables, después de hallarse que son falsas, siguen contando con el sostén de sus admiradores, por ejemplo, introduciendo algún supuesto auxiliar *ad hoc*, pero tal operación de rescate implica un sesgo convencionalista y rebaja su status científico. En suma, el criterio para establecer el status científico de una teoría es su refutabilidad o su testabilidad. Las teorías que no superan las pruebas observacionales y experimentales deben ser eliminadas y reemplazadas por otras conjeturas especulativas. La ciencia progresa gracias al ensayo y al error, a las "conjeturas y refutaciones", de esta manera, sólo sobreviven las teorías más aptas.(Popper 1982:47)

Problema de la "Verdad Científica" en Kuhn

En su "Posdata: 1969" de "*La Estructura...*", el mismo Kuhn subraya que el problema de la verdad, validez o verosimilitud del conocimiento científico no se discute en términos filosófico-epistemológicos estrictos al interior de su obra; por el contrario, parte de una perspectiva distinta en la que se recupera la arbitrariedad existente en el quehacer científico, las luchas entre paradigmas en competencia y comunidades que pretenden sostenerlos como válidos, así como las anomalías que, a veces, mueven el trabajo científico liberándolo de la asepsia inductivista.

En síntesis, la aceptación de que "lo dado" no existe como tal, en oposición a lo que Kuhn denomina "lo reunido con dificultad" (Kuhn 1991:197); de que la ciencia no es "neutral" (Kuhn 1991:226), más bien, se trata de una empresa azarosa en donde la racionalidad no siempre es la regla y en donde la comunidad científica -como esquemas incorporados y como comunidad de juicio- ejerce una notable influencia; de ahí que, según Kuhn, "el conocimiento científico, como el idioma, es, intrínsecamente, la propiedad común de un grupo o no es nada en absoluto". (Kuhn 1991:319)

Para Kuhn, la pregunta sobre la "verdad objetiva" se transforma entonces hacia la pregunta sobre cómo es que, en una comunidad científica determinada, un cuerpo de conocimiento, un "paradigma", llega a quedar establecido como válido entre los miembros de dicha comunidad. Al respecto, Kuhn menciona que los científicos pueden estar de acuerdo en cuanto a la identificación de un paradigma como válido, pero, sin tratar siquiera de producir una interpretación plena o racionalización de él. En consecuencia, la "ciencia normal" no es una empresa única, monolítica y unificada, con frecuencia se asemeja a "una

estructura desvinculada con muy poca coherencia entre sus diversas partes" (Kuhn 1991: 89):

Hasta el grado en que se dedique a la ciencia normal, el investigador es un solucionador de enigmas, no alguien que ponga a prueba los paradigmas (...) En las ciencias, la consolidación de la prueba no consiste simplemente como sucede con la resolución de enigmas, en la comparación de un paradigma único con la naturaleza. En lugar de ello, la prueba tiene lugar como parte de la competencia entre dos paradigmas rivales, para obtener la aceptación por parte de la comunidad científica. (Kuhn 1991:225)

Como resultado, continua Kuhn, la "ciencia normal", entendida como la actividad para la resolución de enigmas -que no son tales porque no tiende a novedades fácticas o teóricas, y cuando hay, no las descubre, sino que adopta modificaciones *ad hoc* u otras tantas-, es una empresa altamente "acumulativa" que, en apariencia, ha tenido un éxito eminente en su objetivo a partir de la extensión continua del alcance y la precisión de los conocimientos científicos. (Kuhn 1991:92)

Problema de la "verdad científica" en Popper

Según Popper, el objetivo de la ciencia es la obtención de teorías cada vez más "verosímiles", cada vez más cercanas a la "verdad", y una teoría es verdadera cuando se corresponde con los "hechos". Si bien se trata de una definición de "verdad", aún carecemos de un criterio de "verdad": aunque encontráramos una teoría verdadera, nunca podríamos llegar a saberlo porque las consecuencias de una teoría son "infinitas" y no podemos controlarlas todas; por ello, la verdad es un ideal regulador. Nos acercamos a la verdad eliminando los errores de las teorías precedentes y substituyéndolas por teorías más verosímiles; sin embargo, no se trata de una "ley" de progreso sino de un "criterio" de progreso: una teoría puede acercarse a la verdad más que otra. (Reale 1995:897) Sólo aquellas teorías de las que se puede extraer consecuencias susceptibles de un control fáctico son científicas, sentencia Popper. Una vez formuladas las hipótesis que pretenden solucionar problemas, se extraen sus consecuencias y se les pone a prueba. Si se cumplen, la hipótesis "de momento" se corrobora; si por lo menos una de las consecuencias no se cumple, la hipótesis se ve falsada; dicha teoría debe ser comprobable o controlable en principio, es decir, "falsable":

Billones y billones de confirmaciones no convierten en cierta una teoría; un sólo hecho negativo falsa la teoría desde un punto de vista lógico (...) Puesto que toda teoría aunque esté confirmada siempre puede desmentirse, hay que tratar de falsarla porque cuanto antes se encuentre un error, antes se le podrá eliminar con la invención y la prueba de una teoría mejor que la anterior; así, se reconoce la fuerza del error. (Reale 1995:895)

Aunque para Popper una teoría es científica sólo si es "falsable" y posee cierta "coherencia lógica", en ningún caso el método podrá establecer por completo su verdad debido a que la cantidad de teorías que pueden ser verdaderas seguirá siendo "infinita".

Concordancias y divergencias

En "*¿Lógica del descubrimiento o psicología de la investigación?*" (Kuhn 1996:290-291), Kuhn comenta que tanto él como Popper coinciden en su interés por el proceso dinámico por el cual se adquiere el conocimiento científico, más que en la estructura, la lógica de los productos de la investigación científica; ambos enfatizan, como datos legítimos, los hechos y también el espíritu de la vida científica real y ambos voltean a menudo hacia la historia para encontrarlos. De este conjunto de datos compartidos, extraen en mucho las mismas conclusiones. Los dos rechazan la visión de que la ciencia progresa por acumulación; los dos, en cambio, subrayan el proceso revolucionario por el cual se rechaza una teoría y se reemplaza por una nueva, incompatible con la anterior. Los dos consideran profundamente el papel que en este proceso tiene la ocasional falla de la teoría más antigua para enfrentar retos propuestos por la lógica, el experimento o la observación. Finalmente, están unidos en la oposición a varias de las más características tesis del positivismo clásico: enfatizan la íntima e inevitable implicación de la observación científica con la teoría, son escépticos ante los afanes por producir cualquier lenguaje observacional neutral e insisten en que los científicos pueden propiamente proponerse inventar teorías que expliquen los fenómenos observados y que lo hacen en términos de los objetos reales, independientemente de lo que ésta última frase pueda significar.

Pero, si bien Kuhn reconoce que Popper no es un refutacionista ingenuo, cree que legítimamente puede tratarse como tal ya que ninguna teoría resuelve nunca todos los problemas que enfrenta en un momento dado, ni es frecuente que las soluciones ya alcanzadas sean perfectas. Si todos y cada uno de los fracasos en el ajuste sirvieran de base para rechazar las teorías -es decir, para "falsearlas"- todas las teorías deberían ser rechazadas en todo momento. (Kuhn 1991:228) La competencia entre paradigmas no es el tipo de batalla que pueda resolverse por medio de pruebas debido, en parte, a los distintos aparatos conceptuales que manejan los científicos, a la puesta en común de dichos aparatos conceptuales y a que, por tanto, los científicos practican sus profesiones en mundos diferentes. (Kuhn 1991:229-230) En el sentido que le da sir Karl, un error contamina a todo el sistema y sólo puede ser corregido sustituyendo por otro todo el sistema. (Kuhn 1996: 304) ¿Qué es una refutación sino una impugnación concluyente?, ¿En qué circunstancias la lógica del conocimiento requiere que un científico abandone la teoría aceptada al enfrentarla no a enunciados sobre experimentos, sino a los propios experimentos? (...) Más que una lógica, sir Karl nos da una ideología; en lugar de reglas metodológicas, nos da máximas aplicables a los procedimientos (Kuhn 1996: 306-307) Sir Karl, reprocha Kuhn, caracteriza a la ciencia entera en términos que se aplican sólo a sus ocasionales revoluciones. (Kuhn 1996:296) En última instancia, la explicación deberá de ser psicológica o sociológica. (Kuhn 1996: 314)

Al respecto, Kuhn reitera que los científicos no hacen transposiciones de paradigmas; la conversión no se puede forzar dada la resistencia de toda una vida, por tanto, resulta indispensable el cambio generacional. Sorprendido por la condena de sus críticos quienes le imputan la afirmación de que "la elección de teoría se convierte en un asunto de psicología de masas" (Kuhn 1996: 345), Kuhn declara que los científicos son sólo seres humanos y no siempre pueden admitir sus errores ni siquiera cuando se enfrentan a pruebas concretas (Kuhn 1991:234):

Toda elección individual entre teorías rivales depende de una mezcla de factores objetivos y subjetivos, o de criterios compartidos y criterios individuales (Kuhn 1996:345) ¿Por qué estos elementos les parecen tan sólo un índice de la debilidad humana y no de la naturaleza

del conocimiento científico? (Kuhn, 1996:349) Las elecciones de los científicos hacen entre teorías rivales dependen no únicamente de los criterios compartidos –que mis críticos llaman subjetivos-, sino también de factores idiosincráticos dependientes de la biografía y la personalidad del sujeto. (Kuhn 1996:354)

Por su parte, Popper acusó a Kuhn de relativista y negó la pertinencia de enfoques sociológicos o psicológicos sobre la ciencia, lo criticó respecto de la "ciencia normal" ya que aunque existe en realidad, se trataría de la actividad del profesional no revolucionario o, con más precisión, no demasiado crítico, del cultivador de disciplinas científicas que acepta el dogma predominante de su época, que no quiere ponerlo en cuestión y que acepta una nueva teoría revolucionaria sólo si casi todos los demás se hallan dispuestos a admitirla, es decir, si se convierte en "moda" por una especie de arrebatador consenso universal (Reale: 889-907):

El "científico normal" está mal educado. Ha sido educado en un espíritu dogmático, es víctima del adoctrinamiento; es una persona a la que habría que compadecer. (Reale 1995:912)

Ante la tesis de Kuhn que sostiene la imposibilidad de comparar paradigmas, Popper señala que se trata de un mito que en nuestro tiempo constituye el "baluarte del irracionalismo"; Kuhn, dice Popper, exagera una dificultad transformándola en imposibilidad.

Reiterando la pertinencia de la propuesta popperiana sobre la validez del conocimiento científico, la ausencia de un criterio absoluto de "verdad", la prevalencia de la búsqueda por las fuentes del "error", los "enunciados observacionales" no como criterio de validez sino sólo como instrumentos para la refutación o la prueba; además de su idea acusada de innatismo en torno al "Tercer Mundo", coincido con Kuhn en que, pese a la tendencia a ver como "ciencia" a cualquier campo en donde el "progreso" sea notable, ésta es una actividad de seres humanos que actúan e interactúan. Su conocimiento, sus afirmaciones, sus métodos, han sido creados, trabajados y compartidos entre grupos de seres humanos; por tanto, se acepta que el conocimiento científico es esencialmente "conocimiento social". Según Kuhn, en 1948 sir Karl escribió algo que viene al caso: "No creo que alguna vez podamos librarnos por completo de los lazos de la tradición. La llamada liberación es tan sólo el cambio de una tradición a otra". (Kuhn 1996:291)

Como actividad social, la ciencia es resultado de una historia y un proceso que ocurre en el tiempo y en el espacio y que involucra sujetos. Estos sujetos tienen vidas no sólo dentro de la ciencia, sino en sociedades más amplias de las cuales son miembros. Sin embargo, el conocimiento científico no debe comprenderse sólo a partir del estudio de las condiciones y los determinismos socioculturales, sino también a partir de los problemas acerca de la naturaleza y la validez del conocimiento con la intención de que, en efecto, sea conocimiento de una parte finita de la realidad. La concepción de la verdad como "ideal regulador", ni como puro consenso sin preocuparse por su contenido explicativo-comprensivo, ni como pura verosimilitud sin preocuparse del conocimiento como producto social, debería estar presente, de manera complementaria, en el quehacer reflexivo de

cualquier interesado en pensar cómo se construye el conocimiento con pretensiones científicas en cualquier campo académico, incluyendo el de la comunicación.

Ni es posible, al estilo de los positivistas extremos, reivindicar el primado de la racionalidad humana y el método empirista de un supuesto observador científico que ve la realidad a partir de una mente libre de prejuicios y generaliza con base en enunciados observacionales ocurridos en una multiplicidad de circunstancias para obtener leyes y teorías; ni tampoco es posible tender hacia una etnografía hermenéutica absoluta en la que prevalece el mito del investigador camaleónico, mimetizado a la perfección en sus ambientes exóticos, como un milagro andante de empatía, tacto, paciencia y cosmopolitismo. (Geertz 1987:12)

En suma, recupero la idea inicial de que el conocimiento científico posee ambas dimensiones que, por igual, reclaman atención: por un lado, es un "producto socialmente construido", como pensaría Kuhn, y por otro, tiene la pretensión de ser conocimiento "cierto" de alguna realidad, según la preocupación de Popper.

"Vigilancia epistemológica" como herramienta para la construcción de saberes científicos

Para Bachelard, la ciencia es una operación intelectual que tiene una historia y es fruto del trabajo colectivo. Este autor parece tender un primer "puente" entre la lógica y la historia respecto de la labor de la ciencia, a saber: la noción de "vigilancia epistemológica" o "vigilancia del tercer grado", en donde no sólo se "espera lo esperado o aún en "atención a lo inesperado -actitud del espíritu empirista o vigilancia del primer grado-, en donde no sólo se vigila la aplicación del método -vigilancia de segundo grado-, más bien, en donde a partir de la "autovigilancia", de una fortaleza científica homogénea y bien custodiada, se pone a prueba el método mismo y, en consecuencia, aparece la interrogación propiamente epistemológica que, supone Bachelard dentro del contexto antes descrito, "se declara absolutamente libre respecto a toda historicidad de la cultura". (Bourdieu 1995:124).

En el camino que va del conocimiento vulgar al conocimiento científico, son necesarias las "rupturas epistemológicas", mutaciones bruscas que deben contradecir un pasado. Estas sucesivas contradicciones del pasado son auténticas rupturas que comportan en cada caso la negación de algo fundamental -supuestos, categorías, métodos- que regía la investigación durante la fase precedente. Según Bachelard, para arribar a la "verdad" sólo es posible descartar gradualmente los errores; para ello, es preciso salvar los "obstáculos epistemológicos", es decir, aquellas ideas que prohíben y bloquean otras ideas: hábitos intelectuales solidificados, inercia que obliga al estancamiento de las culturas, teoría científica enseñadas como si fuesen dogmas, dogmas ideológicos que dominan las diferentes ciencias, etcétera. Los obstáculos epistemológicos más importantes son: 1) superar la simple opinión del científico; 2) problematizar acertadamente en torno a las teorías y la realidad; 3) superar la experiencia primera, aquella que se coloca más allá de la crítica; 4) salvar el obstáculo realista que consiste en la seducción ejercida por la noción de substancia; 5) al igual que el obstáculo animista. (Reale 1995:886)

Recuperando el primado teórico del "error", para Bachelard la "verdad" en ciencia no puede ser sino el límite de las ilusiones perdidas. La ciencia no capta ni captura lo real, sino que indica la dirección y la organización intelectuales según las cuales se puede tener la seguridad de que "nos acercamos a lo real". Así como no son catálogos de sensaciones, los conceptos científicos tampoco son réplicas mentales de esencias. (Bourdieu 1995:117)

Contra los "absolutos" tanto del idealismo como del realismo, Bachelard parece reconocer por igual la dimensión histórico-social que inquietaba a Kuhn, así como la dimensión de la validez y el problema de la demarcación del conocimiento científico que agitaba a Popper. La ciencia es para él un producto del espíritu humano de acuerdo con las leyes de nuestro pensamiento y adaptada al mundo exterior; lo cual ofrece dos aspectos: uno "subjetivo", otro "objetivo", ambos igualmente necesarios, pues cambiar cualquier aspecto de las leyes de nuestro espíritu resulta tan imposible como cambiar las leyes del mundo. (Bourdieu 1995:221) Al respecto, pero en un nivel de análisis que se refiere a la construcción del propio conocimiento, el autor también subraya el "doble sentido" de la prueba científica, que se afirma tanto en la experiencia como en el razonamiento, en contacto con la realidad tanto como en referencia a la razón. (Bourdieu 1995:222)

Situándose en el "centro filosófico", Bachelard sostiene que su tarea es mostrar que el "racionalismo" no es de ninguna manera solidario del imperialismo del sujeto; que no puede formarse en una conciencia aislada y que el "materialismo técnico" no es de ninguna manera un realismo filosófico. En su opinión, el materialismo técnico corresponde esencialmente a una realidad transformada, rectificada, que ha recibido la marca humana por excelencia, la marca del "racionalismo". Así, dice Bachelard, nos veremos siempre llevados al centro filosófico en que se fundamentan a la vez la experiencia reflexiva y la invención racional, en suma, a la región en donde trabaja la ciencia contemporánea. (Bourdieu 1995:314)

En consecuencia, considero fecundo retomar la noción de "vigilancia epistemológica" como guía metodológica en la construcción de saberes con pretensiones "científicas", con el propósito de reconciliar en la práctica cotidiana de investigación la dimensión histórico-social de la ciencia, así como su preocupación por la validez o verosimilitud del conocimiento. Si bien se acepta que la ciencia puede ser abordada desde teorías de carácter "sociológico" que conciben la construcción de conocimiento sólo como la propiedad común de un grupo -en el sentido de Kuhn-, como desde teorías de carácter "filosófico" que anteponen el problema de la verosimilitud o la validez del conocimiento científico al del consenso -en el sentido de Popper-, conjeturamos, siempre de manera hipotética, que la práctica cotidiana de una actitud crítico-reflexiva del investigador, de "vigilancia epistemológica", podría constituirse como *criterio de demarcación* para quienes aún pretenden construir interpretaciones "verdaderas" sobre fragmentos de la realidad.

Esta conclusión constituye apenas el primer avance de un trabajo en progreso. Muchos ajustes se realizarán en lo que resta del camino, mucho es provisorio e incompleto, pero confío en que ante la escasez de marcos conceptuales que expliquen acabadamente los problemas epistemológicos de la comunicación, así como la ausencia de aproximaciones empíricas en este ámbito, este particular acercamiento resulte esclarecedor. Y, espero además, haber hecho plausible esta hipótesis para quienes todavía afirmamos la ciencia como trabajo interpretativo y la vigilancia epistemológica como herramienta para acceder a la construcción conocimiento científico. Sin negar las determinaciones socioculturales, pretendemos acotar una parte finita del problema: reparar de manera directa en la relación entre el sujeto investigador y el objeto de investigación y, en hipotética simpatía, en la relación entre el ejercicio cotidiano de vigilancia epistemológica y la construcción de saberes científicos a propósito del objeto de estudio:

Pese a la ambigüedad, los criterios de elección funcionan no como reglas que determinen decisiones a tomar sino como valores que influyen en éstas (...) Pero sí especifican mucho: lo que cada científico debe tomar en cuenta para llegar a una decisión, lo que puede considerar pertinente o no, y lo que puede pedírsele legítimamente que comunique como base de la elección tomada. (Kuhn 1996:355)

Desde mi subjetividad, me atrae el conocimiento, la investigación, las “ciencias de la comunicación”. Aproximación, siempre vigilante.

Bibliografía

BACHELARD, Gaston. La formación del espíritu científico, Siglo XXI, México, 199 .

_____ La filosofía del no, Amorrortu, Buenos Aires, 199 .

BOURDIEU, Pierre. El oficio del sociólogo, Siglo XXI, México, 1995.

GEERTZ, Clifford. La interpretación de las culturas, Gedisa, Barcelona, 1987.

KUHN, Thomas S. La estructura de las revoluciones científicas, FCE, México, 1991.

_____ La tensión esencial, FCE, México, 1996.

POPPER, Karl S. El desarrollo del conocimiento científico. Conjeturas y refutaciones. Paidós, Buenos Aires, 1982.

_____ La lógica de la investigación científica. Tecnos, Madrid, 1999.

REALE, Giovanni y Darío REALE. Historia del pensamiento filosófico y científico. Herder, Tomo III, Barcelona. 1995.

CCC
AI
0268

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA E INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION
(CONEICC).
X ENCUENTRO NACIONAL: EL IMAGINARIO SOCIAL DEL COMUNICADOR
¿ REALIDAD O IMAGINARIO DE L COMUNICADOR ?.

“GLOBALIZACION, MEDIOS DE COMUNICACION Y FORMACION DE IMAGINARIOS”.

Dr. Javier Esteinou Madrid. *

* Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F.

Aguascalientes, México, 4 de Octubre del 2001.

**TENDENCIAS INFORMATIVAS E IMAGINARIOS CULTURALES DERIVADOS
DE LA APLICACIÓN DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO.**

El proceso de transformación moderna que ha experimentado México desde 1993 a la fecha con la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (TLC), ha producido profundos cambios en las estructuras económicas, políticas, sociales, agrícolas, tecnológicas, mentales, legales, etc., de nuestro país (1). Estos cambios, a su vez, han transformado los sistemas de vida, organización, trabajo, educación, producción, competencia, etc. de la mayoría de la población nacional.

Pero dichas modificaciones no sólo han impactado en la base económica y política de la sociedad mexicana, sino sobretodo han repercutido fuertemente sobre la estructura cultural, informativa y espiritual de nuestra República, a través de la formación de nuevos imaginarios colectivos. Ante ésta realidad histórica contundente, el problema ya no es preguntarnos si aceptamos o no la globalización cultural e informativa que se ha impuesto y ha atravesado el mundo de finales del siglo XX; sino que ahora debemos reconocer, para bien o para mal, que al inicio del nuevo milenio la globalización comunicativa es un hecho irresistible al cual ya estamos incorporados como comunidad y del cual no podemos desprendernos. Por ello, la pregunta que debemos colocar en la reflexión contemporánea de comienzo del nuevo siglo es **¿ Qué podemos obtener positivamente del proceso globalizador de producción de imaginarios y cómo podemos sobrevivir culturalmente como nación en ésta rápida reorganización cultural e informativa del mundo ?**.

Por ello, 6 años después de la práctica del TLC en nuestro país y en vísperas de firmar nuevos tratados con el Mercado Común Europeo, Asia, Europa y América Latina hoy es sumamente importante analizar **¿ Cómo la aplicación de las leyes del mercado del Tratado de Libre Comercio han transformando los imaginarios en nuestra cultura y comunicación nacional ?**.

Reflexionando sobre esta realidad, podemos decir que la aplicación de las reglas de mercado del TLC al terreno de la cultura y la información colectiva en México, especialmente de los medios electrónicos, han ocasionado, entre otras, las siguientes 17 transformaciones que han impactado fundamentalmente en la formación de los imaginarios colectivos de nuestra sociedad:

1.- La Comunicación Como Aceleradora del Capital. A partir de la aplicación de las reglas del Tratado de Libre Comercio, los procesos de comunicación se han concebido crecientemente como instrumentos aceleradores del proceso de realización de capital y no como herramientas para la elevación de la conciencia y el cambio colectivo para resolver nuestros problemas de crecimiento nacional. Esto, ha contribuido a producir una nueva valoración estratégica del campo de las telecomunicaciones y de la industria audiovisual que ha desatado una lucha nacional y continental por la concentración privatizada de las cadenas de difusión sin ningún precedente histórico en el país y la región.

2.- La Comunicación Como Mercancía. Para adecuar el espacio cultural de la sociedad mexicana a las nuevas necesidades del mercado que plantea el TLC, se ha alterado la concepción tradicional de la naturaleza de la actividad comunicativa que la comprendía como un producto social y se ha pasado, con mayor velocidad, a entenderla ahora como una simple mercancía mas que debe estar regida por los principios de la oferta y la demanda.

3.- La Obtención de la Ganancia a Corto Plazo. Cada vez más, se ha buscado obtener la ganancia a corto plazo a costa de lo que sea. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión realizada, mayor atractivo es el proyecto. Esto representa, que las inversiones mayoritarias que se destinan al terreno cultural y comunicativo están definidas muy directamente por la rapidez de la recuperación de la ganancia económica y no por otros criterios más humanos y equilibrados que anteriormente introdujo el Estado Benefactor.

4.- Recuperación de la Ganancia en Términos Monetarios. La ganancia ha sido solicitada en

términos monetarios y no de otro tipo de retribución, como puede ser el "enriquecimiento social" o la "humanización de la población" o el "cambio de conciencia colectiva". Para la realidad cultural e informativa de mercado esto significa que aquellas actividades que no producen "ganancias pecuniarias" y no de otro tipo, no son apoyados por las principales instituciones comunicativas del país. Por consiguiente, los proyectos culturales de apoyo al desarrollo social han quedado crecientemente marginados o han desaparecido.

5.- El Uso de Ideologías Modernizadoras Para Abrir las Fronteras Culturales. Con el fin de ampliar más los márgenes de la acción transnacional sobre el campo de la cultura y la comunicación en el proceso de modernización que vive nuestro país con el Tratado de Libre Comercio, el mercado mundial ha recurrido crecientemente al uso de dos ideologías neoliberales para legitimar su avance y penetración en la periferia: la tesis del "**Libre Flujo Internacional de la Información**" y la ideología del "**Acceso a la Modernidad Cultural**".

Así, por una parte, argumentando que en la "Era de la Información" el mundo se ha convertido en una "aldea universal" a través de la expansión de las telecomunicaciones y el crecimiento de las redes de información, que ha ocasionado que todas las culturas estén interrelacionadas entre sí, derrumbando las "Fronteras Culturales"; se ha revitalizado la tesis del "Libre Flujo Internacional de la Información" para ampliar las posiciones del capital. Justificación, que en el fondo, no es otra cuestión que la premisa para permitir la fácil difusión y penetración de las imágenes transnacionales a todas las zonas del planeta, pues son sólo estas empresas las que pueden competir intensamente a escala global.

Por otra parte, paralelamente se ha promovido la adopción de la ideología del "acceso a la modernidad cultural" que en términos de concepciones de masas ha sido la visión que intenta homogeneizar la mayor parte de los campos de imaginarios sociales en base a los nuevos valores del consumo y el disfrute neoliberal para facilitar la expansión del mercado capitalista que exige el nuevo proceso de concentración de capital a escala mundial. Así ha surgido en el México moderno de la década de los 90 s. un nuevo autoritarismo simbólico que se basa en la cancelación de las riquezas y diferencias de las diversas manifestaciones culturales de los grupos sociales, para dar paso a la formación de una nueva hegemonía ideológica de los monopolios locales y transnacionales en el campo de la cultura nacional. Con ello, se ha impuesto un concepto de calidad, de estética y de modernidad cultural que parte de lo exótico, lo folklórico, lo menudo, lo anecdótico, lo atomizado, lo frívolo, y lo tecnológico; marginando las peculiaridades de lo propio y lo trascendente en nuestro país.

Con esto, las instituciones representantes del comercio internacional han exigido mediante sus acciones diplomáticas, políticas, económicas, y especialmente de mercado, que nuestros valores e identidades nacionales se flexibilicen y abran a la modernidad para "formar un mercado universal sin barreras o límites" (2), a través de sus campañas de marketing hasta lograr que estas se adapten de manera más favorable a su nueva dinámica de concentración material.

6.- El Surgimiento de la Video-Vida. Dentro de la dinámica que ha seguido el modelo de comunicación-mercado se ha difundido rápidamente la mentalidad de que para que todo espacio público de comunicación sea moderno debe de estar atravesado por el complejo audiovisual, pues de lo contrario será atrasado, anacrónico y poco competitivo. Así, ha surgido en las principales ciudades de México el fenómeno de la "Video-Vida" como una fiebre cultural moderna que ha atravesado todas las actividades de nuestra existencia.

De esta manera, en los pocos espacios de diálogo, reunión y encuentro personal que quedan en nuestras deshumanizadas urbes, la propuesta modernizante de los "comunicadores profesionales" de la etapa del modelo de comunicación-mercado ha sido dar el tiro de gracia a estos resquicios de vida para convertir las

en zonas de pasatiempo posmodernas. De esta forma., hemos transformado la taquería en "video taco", el bar en "video bar", la pizzería en "video pizza", la discoteque en "video discoteque", el restaurant en "video gourmet", la sala de espera en "video sala", el camión en "video bus", el metro en "video metro", el avión en "aéreo video", el elevador en "video elevador", el banco en "video banco", la iglesia en "video iglesia", la caseta telefónica en "video teléfono", el domingo en "video domingo", la conversación de sobre mesa, en "video plática", el espectáculo en "video show" (solo falta el "video sanitario" que no debe tardar en surgir), etc., propiciando una vez más la distancia y el desencuentro entre las personas con su consecuente estado de creciente de oscuridad humana.

Incluso, esta concepción "moderna" de la comunicación" ha avanzado tanto, que por ejemplo, en México, algunos de los principales jardines del Distrito Federal se han convertido en video jardines para ver a través de pantallas gigantes de televisión eventos como la pelea del Macho Camacho, el Concurso Miss México, los debates políticos entre los diversos candidatos a la presidencia de la República, los informes presidenciales, los campeonatos de fut bol, la "Celebración del Milenio" la final del Super Bowl, etc, restándoles su carácter de zonas de tranquilidad y de armonía con la naturaleza.

De esta forma, la relación con el complejo del video en las ciudades ha substituido el espacio de encuentro, convivencia y contacto que antes le correspondía a la plaza pública, al jardín, a la alameda, al quiosco, etc. produciendo la zona de la "Video Vida".

Paradójicamente, intentando producir dinámicas de comunicación con todo el arsenal de tecnologías informativas con que contamos al iniciar el siglo XX, esta práctica urbana pos moderna, ha transformado progresivamente dichos espacios, y otros más, en áreas de incomunicación humana, al suprimirles su ambiente de privacidad y de individuación que le son propios, para convertirlos en otros aparatos más del consumo, de la ideologización del dinero y del poder.

7.- La Anarquía Cultural. La aplicación de la dinámica de la "Mano Invisible" del mercado sobre los procesos de comunicación y cultura ha generado en la sociedad mexicana un fuerte desorden informativo que ha producido silenciosamente una anarquía cultural al permitir que estemos altamente informados sobre lo secundario y no sobre lo fundamental.

Esta anarquía cultural acelerada por la dinámica del mercado ha creado un caos en la conciencia colectiva que ocasionado que la energía social se concentre en los procesos de la super acumulación material y ha impedido que resolvamos como sociedad los grandes problemas nacionales que nos impiden crecer.

8.- La Presencia del Malthusianismo Cultural. Con el reinado de los principios del mercado y la anarquía cultural que ha provocado en el campo mental, cada vez más, hemos presenciado la práctica de un "**malthusianismo cultural**" que ha permitido que sólo sobrevivan aquellas estructuras de conciencia que sean las más aptas para existir, desde los criterios del mercado. Así, con la aplicación de la "Mano Invisible del Mercado" sobre los procesos de comunicación la conciencia de lo social, ha sido desplazada para dar paso a la mentalidad de los negocios, el pensamiento de la ganancia ilimitada, el deseo del lucro, la inclinación dominante por el pragmatismo económico, la ideología de la posesión material como sentido de la vida, y la visión del progreso técnico como nueva religión, por encima de otros valores urgentes para la sobrevivencia colectiva.

En éste sentido, mientras en nuestra sociedad ha existido la necesidad estratégica de contribuir a producir desde los medios de comunicación, especialmente electrónicos, una mentalidad para la sobrevivencia social como es la construcción de una cultura ecológica, una cultura del agua, una cultura de la civilidad urbana, una cultura de la racionalización de los recursos no renovables, una cultura de la tolerancia humana, una cultura de la defensa de las especies animales, una cultura de la protección de la biodiversidad,

una cultura de promoción de la vida, etc.; en ese mismo contexto de prioridades sociales, los canales de difusión electrónicos gobernados por los principios del mercado han tendido a construir una atmósfera de desperdicio cultural al producir una cultura de la frivolidad, una cultura del hiperconsumo, una cultura de la "novedad", una cultura de la transnacionalización, una cultura light, una cultura del espectáculo, una cultura del "star system", una cultura del Show, etc., que son altamente rentables, a corto plazo, pero nos han llevado a despilfarrar la enorme energía humana que existe en el país para enfrentar nuestros grandes problemas de crecimiento y de sobrevivencia humana.

Hay que recordar que el mercado por sí mismo no tiene ética, ni corazón, ni se preocupa por lo humano y lo social. Su objetivo es la rápida y creciente acumulación de riqueza a expensas de lo que sea. Por consiguiente, es una ley que en la medida en que funciona autónomamente, sin sólidos contrapesos planificadores puede introducir en las comunidades una relación social de comunicación salvaje.

9.- La Transformación de los Valores. Así como el capitalismo Mexicano para afianzarse en su fase de industrialización creó a mediados del siglo XX un tejido cultural consumista que con el tiempo se convirtió en la religión de las ciudades, desde la cual los individuos construimos gran parte de nuestro sentido más profundo para vivir y apoyamos el modelo de acumulación material; ahora, al final del siglo XX el "capitalismo modernizador" para consolidarse en su etapa neoliberal de apertura de fronteras ha requerido producir otros rasgo de la identidad nacional a través de una nueva estructura de valores algunos de cuyos puntales han sido la eficiencia maquinizada, la tecnificación, el pragmatismo, la supercompetencia, la privatización, la obsolescencia, la desregulación, la desestatalización, la internacionalización, la globalización, la aceleración, etc.

Nueva estructura axiológica que se ha distinguido por cancelar los valores del antiguo "Estado del Bienestar" nacional generado a partir de la Revolución de 1910, e introducir los valores del moderno "Estado Neoliberal" que mantiene como centro de gravedad el "**laissez faire, laissez passer**" del proyecto de acumulación ampliada en el campo de la comunicación, la cultura, la conciencia y el espíritu. De esta forma, podemos afirmar que con el proceso de globalización se ha intensificado la proliferación de diversos órdenes y expectativas pragmáticas del conocimiento y de la vida. En particular, "se da un mayor énfasis científico y tecnológico en nuestra tradición intelectual; que hasta el momento ha sido más propicia a la influencia de la cultura humanista y jurídica" (3).

Así, proyectando sobre el campo de la conciencia colectiva las nuevas determinantes estructurales que gradualmente ha impuesto el programa de crecimiento neoliberal, catalizado por el Tratado Trilateral de Libre Comercio, observamos que la moderna subjetividad que ha producido la estructura cultural y los medios electrónicos está caracterizada, en parte, por fomentar el individualismo por sobre las relaciones solidarias. Acentuar la competitividad por sobre el trabajo compartido ("Tequio"). El canibalismo salvaje por sobre la fraternidad. La marcada admiración por lo extranjero que por lo nacional. El interés por la no planificación colectiva sino por la altamente privatizada. La lucha por la libertad y felicidad aislada y no por la grupal. El valor supremo de la "eficiencia" por sobre otras metas humanas superiores. El abandono de los valores tradicionales para asimilar los "modernos lights". El dinero como base del reconocimiento y la valoración social. El hedonismo y la "**Cultura Narcisista del Yo**", como nuevo cristal para mirar la vida. La tecnificación extrema como sentido del éxito y no el diálogo y el acercamiento humano. Exaltar el alto pragmatismo por encima de otras cualidades humanas superiores. Promover el "futuro funny" que el de la participación creciente en nuestro proceso histórico. El impulsar el "culto a la juventud" por ser la etapa más productiva del individuo y el desprecio a los viejos por improductivos. La predilección por la modernidad entendida como el estilo de vida que permanentemente se ajusta a la adquisición de la última novedad y el rechazo a lo tradicional y lo antiguo. La invasión compulsiva de la vida privada por las industrias culturales y no el incremento de la "vida interior". La invención de una nueva identidad basada en la mayor asimilación de las culturas externas y no en el enriquecimiento del "México Profundo". El aprendizaje del idioma inglés

para expandir el código lingüístico de la ampliación del capital, por sobre la asimilación del castellano y otras lenguas indígenas propias. La realización del principio de ganancia salvaje a costa de lo que sea y no la obtención racional de la riqueza respetando los ordenes naturales de la vida. La acelerada norteamericanización de nuestra cosmovisión y no el regreso a las formas milenarias de sabiduría de nuestras "culturas negadas". La construcción de la "alegría" a partir de la adquisición de lo ajeno y no del dominio creciente de lo propio, etc. .

De esta manera, a partir de la aplicación del proyecto neoliberal en la sociedad mexicana nos enfrentamos a la redefinición y cambio profundo de nuestra identidad psíquica, cultural y humana como sociedad pluriétnica y pluricultural; para ahora incorporar otros marcos de cosmovisión y de prácticas de la existencia desde las premisas de la "modernidad". Bases de visión de la vida y del espíritu que mayoritariamente tienden a ser la mirada de la reproducción ampliada del capital a escala planetaria.

En este sentido, podemos decir que en las entrañas de nuestra vida cotidiana hoy estamos ante el silencioso embate de nuestras culturas y diferencias ideológicas tradicionales para reacomodarlas o destruirlas dentro del nuevo esquema de división del mundo por modernos bloques hegemónicos. Recomposición mental que gradual y silenciosamente está unificando los campos imaginarios, las aspiraciones profundas y las cosmovisiones de los seres a través de la construcción de un nuevo concepto de relaciones humanas, de placer, de triunfo, de trabajo, de felicidad, de moral, de religión, de etnia, etc., en una idea, de un nuevo sentido y estilo de vida determinado por las nuevas exigencias de maduración del comercio mundial. Situación que se condensa en la creación del nuevo **"México Imaginario de la Fase de la Globalización Mundial"**, que se opone al México profundo y real de finales del siglo XX.

Ante este panorama, es conveniente considerar que si la historia de la publicidad en México a lo largo de los últimos 40 años ha demostrado que con tal de vender las mercancías para acelerar el proceso de circulación del capital, esta estuvo dispuesta a banalizar e incluso prostituir finamente la imagen de la mujer para presentarla fundamentalmente como un objeto de uso sexual, a añadirle cualidades falsas o "fetichizar" los productos para hacerlos más atractivos, a crear necesidades artificiales en los consumidores para alentar la compra, a hacer creer que el valor de las personas se deriva de la marca que eligen y no en el porcentaje en que se conocen a sí mismos, a impulsar que el éxito de los individuos se da en la medida en que se acumulan pertenencias y no en el grado en que se es humano, a modificar la identidad nacional para revalorarse socialmente a través de la adquisición progresiva de más productos transnacionales, etc.; ahora, es posible pensar que al entrar intensivamente en la fase de desarrollo de "libres fronteras" se construirá masivamente a través de las industrias culturales una visión del hombre y de la vida cada vez más condicionada por los requerimientos de expansión y fortalecimiento del mercado universal y no de la humanización de los individuos.

De aquí, la importancia estratégica en plena globalización de rescatar y reforzar nuestra base de identidad cultural para incorporarnos de manera firme a los nuevos cambios inevitables que plantea el drástico reordenamiento económico, político y cultural del mundo.

10.- Surgimiento del Neoconsumo Nacional. Motivado por la necesidad de movilizar el enorme flujo de mercancías que acceden al país por la apertura de fronteras comerciales a través del Tratado de Libre Comercio, se ha producido en nuestra República una nueva mentalidad neoconsumista que actúa como cemento ideológico que articula a las todas las clases sociales en sola práctica: el neoconsumo. Dicha ideología se ha caracterizado por difundir intensamente la propuesta que plantea que para ser modernos, estar al día y mantenerse adaptados a la permanente dinámica de cambio que se vive en el mundo, hay que consumir constantemente los nuevos productos, especialmente extranjeros, que produce la modernidad. De esta manera la nueva ecuación social formula la concepción: consumo, igual a progreso social.

Con ello, las leyes internacionales del nuevo patrón de acumulación de capital que se han gestado y que permean todos los niveles de nuestra sociedad, han exigido en la esfera cultural que el alma colectiva que se construya en el país a través de los canales electrónicos de información se base en una visión de la vida más cosificada y transnacionalizada que nos lleve a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como República y como personas. En una idea, a lo largo de este período de libre comercio se ha buscado producir culturalmente en México a los **"hombres universales"** y a los **"ciudadanos del mundo"**, capaces de consumir cualquier mercancía elaborada por los acuerdos comerciales de los nuevos bloques hegemónicos y a adquirir mayor identidad a través de ello.

11.- **La Sobrevivencia de las Ideologías del Mercado.** Así como en el terreno productivo para conservar el precio de las mercancías la ley de la oferta y la demanda del mercado ha obligado permanentemente a desperdiciar miles de toneladas de productos en nuestro país plagado de carencias vitales (4); de igual forma la aplicación de los principios del mercado al campo de la conciencia ha obligado a producir a través de las industrias culturales las ideologías del desperdicio más rentables, y a sacrificar los valores más importantes que nos constituyen como comunidad, memoria y Nación en la medida en que no sean altamente lucrativos en términos monetarios y de corto plazo, o que se opongan al crecimiento del mercado. Es decir, en la sociedad mexicana regida exclusiva o mayoritariamente por los principios de la oferta y la demanda, el mercado está liquidando "naturalmente" a todas aquellas formas culturales que son "ineficientes" para respaldar e impulsar el proceso de sobre acumulación y super consumo social y fomenta a las que sí permiten su expansión material.

De esta forma, así como con la aplicación de las leyes del mercado al campo económico durante los preparativos para el ingreso al Sistema General de Aranceles y Comercio (GATT) y el acceso al Tratado de Libre Comercio, produjeron una gran quiebra de la industria electrónica, metal mecánica, agricultura, textil, plástico, alimentos, tejido, mueblera, calzado, restaurantera, de la transformación, el pequeño comercio y mochos otros más; ahora con el reinado creciente de los principios del mercado en el terreno cultural tenemos que preguntarnos, **¿ Cuáles son las cosmovisiones, las ideologías y los valores culturales propios de la cohesión e identificación de nuestra civilización nacional que ya han quebrado o desaparecerán ante la producción de la enorme cultura parasitaria que produce el proyecto modernizador de acumulación material a escala super transnacional a través de las industrias comunicativas ?.**

12.- **La Producción de la Cultura Chatarra.** El proceso neoliberal de mercantilización extrema de la cultura y de la comunicación ha funcionado bajo la tendencia de producir, exclusivamente, aquella conciencia, educación, tradición e idiosincrasia que sea funcional para incrementar el proyecto de acumulación de capital, especialmente, a escala mega transnacional; y ha marginado la construcción de las políticas culturales orgánicas que urgentemente requiere nuestro proyecto de desarrollo natural. De esta manera, podemos decir que al acercarse el fin del siglo XX, el proyecto "modernizador" introducido al país ha formado intensivamente una nueva **"Cultura Chatarra"** de la expansión del capital y una reducción de la **"Cultura de la Vida y de la Humanización"** que tanto requiere nuestra sobrevivencia nacional. Esto debido, a que desde los criterios monetaristas de la modernidad, el impulso de la Cultura de la Vida y de la Humanización no es una actividad lucrativa que valga la pena fomentarla, a menos que el proyecto de desarrollo material llegue a fases críticas en las que el deterioro humano y social avance tanto que se establezca en contradicción con la tasa de producción y concentración de la riqueza.

13.- **La Comunicación Salvaje.** Al estar los procesos culturales del país crecientemente regidos básicamente por los principios de la economía de mercado y no por otras racionalidades sociales más equilibradas, hemos sido conducidos como sociedad hacia a un sistema de comunicación salvaje que he producido silenciosamente frente a nuestras narices una enorme crisis cultural, ética y moral. Proceso de comunicación que se ha caracterizado por privilegiar lo superfluo por sobre lo básico; el espectáculo por sobre el pensamiento profundo; la evasión de la realidad por sobre el incremento de nuestros niveles de

conciencia; la incitación al consumo por sobre la participación ciudadana, el financiamiento de los proyectos eminentemente lucrativos por sobre los humanistas, la cosificación de nuestros sentidos por sobre la humanización de nuestra conciencia, la visión de la reducción contra la cultura de la complejidad, la homogeneización mental por sobre la diferenciación cultural, la ideología del desperdicio por sobre las actitudes sustentables, etc.

Así, la aplicación de la dinámica de la “Mano Invisible del Mercado” a los procesos de comunicación, colectivos no ha construido en nuestras sociedades un sistema de comunicación superior, sino un complejo modelo de comunicación para la muerte.

14.- La Cultura Idiota. Derivada de las lógicas anteriores y de la de anarquía cultural que han impuesto las leyes del mercado sobre los procesos de comunicación social, ha surgido en la atmósfera mental de México una cultura idiota que se caracteriza por construir una visión de la vida altamente fragmentada, descontextualizada y superficial que se produce con los enormes y rápidos torrentes de información secundaria o terciaria que transmiten los medios de información sobre nuestros sentidos. Dicha cultura amparada en la tesis de la “libertad de Comunicación” nos ha llevado a saber cada vez más del gran mundo externo y cada día menos de nosotros como Naciones, comunidades y como personas.

Su modelo se caracteriza por promover en grandes dimensiones la difusión intensiva de la información secundaria, la violencia temática, el consumo exacerbado, la invasión de la privacidad, la banalización de la realidad, la comunicación alarmante, morbosa y sensacionalista, la imposición mental del principio de la ganancia a toda costa, la frivolidad informativa, el entretenimiento vulgar y estafalario, la cosmovisión hollywoodense de la vida, etc., con tal obtener ratings y vender; en detrimento de la calidad de los contenidos y de las necesidades orgánicas de comunicar los mensajes estratégicos que requerimos asimilar colectivamente como pueblos y civilización latinoamericana para transformar nuestras conciencias y poder sobrevivir en el continente.

De esta forma, la modernidad latinoamericana de mercado ha planteado que en la fase de apertura de libre comercio “la basura informativa tiene libertad para circular en los medios de difusión” (5), y la consecuencia de abdicar de la construcción de una cultura para la sobrevivencia humana al iniciar el siglo XXI, vía los canales de información, es el triunfo de la cultura idiota en México. En este sentido, podemos pensar que debido a que la nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal lleva a que los medios gubernamentales se comercialicen más, y por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen el contenido de transmisión de los canales, cada vez más, ha sido más difícil promover una “cultura de desarrollo social” desde estos, pues el esquema de sostenimiento de dichas empresas ha buscado crecientemente la obtención de la máxima ganancia monetaria, a corto plazo.

15.- Dificultades Para Construir Las Culturas de la Sobrevivencia. La aplicación de los principios de mercado sobre el proceso de funcionamiento de la comunicación colectiva dentro de la nueva fase de apertura y globalización cultural, ha significado que la opción para construir vía la televisión y otros medios de comunicación y cultura una mentalidad colectiva de carácter preventivo o correctivo frente a nuestros grandes problemas de desarrollo nacional como son la protección ecológica, la producción de alimentos, la atención a los sectores marginados, la promoción de la mujer, la aceptación de los grupos indígenas que son los fundadores de este territorio, la conservación de especies naturales, la atención de los ancianos, el combate a la erosión de la tierra, la tolerancia a la biodiversidad, el respeto a la diferencia, la humanización de las ciudades, etc., en una idea, el impulso a una cerebralidad social más desarrollada en favor de la conservación de la vida y no de la muerte; cada vez será más difícil lograrla vía las industrias culturales. Esto debido a que éstas son acciones sociales poco rentables para las leyes del mercado que progresivamente gobiernan más el proyecto de los medios públicos (6).

En este sentido, podemos pensar que debido a que la nueva forma de financiamiento que plantea el modelo neoliberal lleva a que los medios gubernamentales se comercialicen más, y por lo tanto, sean los patrocinadores quienes determinen el contenido de transmisión de los canales, cada vez más, ha sido más difícil promover una "cultura de desarrollo social" desde estos, pues el esquema de sostenimiento de dichas empresas ha buscado crecientemente la obtención de la máxima ganancia monetaria, a corto plazo.

16.- La Crisis Ético-Moral. Con la acumulación de estas tendencias culturales que ha producido la dinámica del mercado sobre los medios de comunicación se ha generado en el seno cultural del país una profunda crisis ético-moral que es más fuerte que la crisis económica y política y que está provocando a largo plazo el silencioso colapso de nuestra sociedad. Es decir, al examinar el origen de la crisis nacional que hemos vivido en el país, observamos que tradicionalmente se han privilegiado, casi con exclusividad, las explicaciones de carácter económico y político que han producido este fenómeno; y se ha olvidado que detrás de dichos factores infraestructurales existe una drástica crisis de cultura y de valores nacionales que es la que, en última instancia, ha provocado el colapso de nuestra sociedad. En este sentido, podemos afirmar que por debajo de la crisis de desarrollo material que está experimentando nuestro país, existe una severa bancarrota ético-moral que está produciendo el proceso de decadencia de nuestra República como pocas veces se ha presentado en toda la historia de México (7).

Es por ello, que al olvidar o renunciar a que la ética y moral fueran el alma de nuestra dirección nacional, permitimos que el proyecto salvaje de la acumulación de capital a escala mundial, promovido por la ideología de la modernidad neoliberal, especialmente a través de los medios de difusión colectivos, actuara como las fuerzas que rigieran la dinámica cotidiana de nuestra sociedad. Con ello, hemos creado un proceso colectivo de descomposición de los valores y códigos sociales elementales que hacen posible la convivencia comunitaria y hemos generado una sociedad profundamente enferma que, cada vez más, pierde su capacidad mental de auto dirección equilibrada (8).

De esta forma, al incorporarse México aceleradamente al proceso de modernización internacional, se ha construido en el país un nuevo sistema de "valores" que han producido una cultura de la deshumanización y no del avance de la persona. Así, constatamos que un conjunto de antivalores como el individualismo, el culto al Ego, la ganancia monetaria a corto plazo a costa de lo que sea, la avaricia, el consumismo ilimitado, la codicia sin freno, el placer irrestricto, la obsesión por la acumulación, etc.; ahora son presentados por nuestro decadente sistema cultural; especialmente difundido por los medios de información electrónicos, como los nuevos "valores" modernos que hay que perseguir e imitar para tener éxito y aceptación social (9).

El gobierno creciente de este complejo sistema de antivalores nacionales ha creado un reforzamiento de la cultura de la acumulación materialista que está exterminando todas las relaciones de armonía y de formas de vida en nuestro territorio y en el Planeta. Así, cada vez más, disfrazada de moderna y avanzada, se refuerza en nuestra sociedad la presencia de la "**Cultura de la Muerte**" que mina todas las relaciones básicas de convivencia del hombre con su entorno y que evita la construcción de una cultura de la paz (10).

La presencia de esta devastación cultural que vive la sociedad mexicana a principios del siglo XXI, refleja que no asistimos a una simple reajuste cíclico o coyuntural mas de las estructuras económicas, políticas o culturales de nuestra sociedad; sino que ahora estamos ante una profunda crisis de civilización, que tiene su origen en el deterioro de su fundamento ético-moral.

17.- El Debilitamiento Cultural del Estado Mexicano. Ante el panorama de creciente globalización cultural que ha experimentado la sociedad mexicana, debemos tener presente que por la irresponsabilidad que se mostró al no planificar con fines colectivos el uso de los medios electrónicos en las últimas 3 décadas, la falta de voluntad política para formar desde los canales masivos una cultura para el desarrollo, la debilidad de los gobiernos pos cardenistas para defender la cultura nacional, la complicidad de las autoridades públicas

ante la penetración del proyecto transnacional en el terreno psíquico, la desarticulación global que vive el proyecto cultural gubernamental y el retiro sustancial de la presencia del Estado del campo de la comunicación colectiva para que esta sea conducida mayoritariamente por el mercado; hoy el Estado Mexicano ha perdido un enorme terreno para formar, a través de las industrias electrónicas, un fuerte nacionalismo, una sólida identidad y cohesión nacional que sirvieran como punto de despegue para el proyecto de crecimiento interno.

Ante esta realidad comunicativa observamos cotidianamente la presencia de un Estado Mexicano crecientemente más débil, pues no cuenta con un proyecto espiritual para la rectoría de los medios de comunicación electrónicos y de la cultura nacional, sino que el mismo los ha abandonado, mayoritariamente, a los caprichos de las "libres fuerzas del mercado" interno y externo. Por ello, ante la privatización progresiva y el financiamiento crecientemente mercantil de los medios de comunicación públicos, hoy somos cada vez más testigos de la derrota del proyecto cultural del Estado y de la sociedad civil en el terreno cerebral para mantener y ampliar el programa de identidad y democratización nacional a través de la superestructura audiovisual de la República.

Por consiguiente, se puede pensar que la dirección cultural de la sociedad mexicana, especialmente, de las clases medias metropolitanas, ha sido realizada, cada vez más, desde las industrias audiovisuales, particularmente, de carácter transnacionales. Situación que en la medida en que se consolide llevará al país a una mayor dependencia estructural del exterior y en algunos casos a la parálisis cultural del proyecto de conciencia interna de nuestra nación, pues crecientemente conoceremos más sobre lo secundario y no sobre lo central para nuestro desarrollo. Realidad que en el grado en el que se afiance acentuará nuestra crisis nacional, y por consiguiente, ahondará nuestro estado generalizado de infelicidad humana.

En este sentido, desde este horizonte presenciamos que contrariamente a las tesis modernizadoras del Estado Mexicano que han planteado que éste se desregula y se privatiza para ya no ser más un Estado propietario, sino una entidad orientadora y directora de la sociedad; en la práctica constatamos que en el terreno cultural el Estado se ha convertido en una realidad progresivamente más endeble que no tiene capacidad para dirigir mentalmente a la sociedad mexicana hacia un proyecto cultural propio, autónomo y de superación de la Especie Humana.

Bajo esta perspectiva, podemos decir "que el México Profundo está de nuevo bajo el riguroso control del México Imaginario que, como pocas veces, ha hecho suyo el proyecto de las potencias dominantes. Sin embargo, ese México Profundo sigue vivo y su contradicción con el México Imaginario no ha desaparecido, sino todo lo contrario se ha agudizado" (11).

De aquí, la importancia central de preguntarnos en el marco de la globalización mundial ¿ Cuál debe ser el papel del Estado Mexicano para construir una política de comunicación y cultura colectivas que permita el avance de nuestra nación y no la simple subordinación subjetiva al modelo internacional de la acumulación de capital ?.

De otra forma, teniendo posibilidades de sobra para comprender hacia donde tiende a evolucionar el proyecto cerebral de nuestra sociedad ante el fenómeno de la globalización cultural y de aplicar las medidas correctivas necesarias para mantener el rumbo de comunidad autónoma; habremos elegido el camino de la incondicionalidad ideológica que nos lleva a convertirnos en "ciervos" que no buscan alternativas ante el proyecto de la "modernización"; sino a someternos dócilmente a ésta: Entonces habremos entrado por propia voluntad en el "**Fast Track de la desnacionalización y el extravío Mental**".

NOTAS.

(1) El 22 de noviembre de 1993 el Senado de la República Mexicana aprobó el texto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con los gobiernos de Estados Unidos y Canadá,

(2) Concepción del ex presidente norteamericano Ronald Regan.

(3) Las culturas aisladas perecen; sólo las comunicadas sobreviven: Fuentes, La Jornada, 20 de julio de 1991.

(4) Por ejemplo, mientras a nivel de desarrollo material en la década de 1990 en el país existió un altísimo déficit lechero de más de cinco millones de litros anuales que nos llevó a importar sólo en 1992 más de 150,000 toneladas de leche en polvo. Una desnutrición crónica en más del 50 % de la población económicamente activa y en el 40 % de los niños provocando la muerte anual de 40 mil infantes en México (Esta realidad se ha dado a tal extremo en algunas regiones de la República, que por ejemplo, en Yucatán por cada cien mil niños que nacen mueren 92 por desnutrición. Un porcentaje más elevado que en Haití y en Guatemala). Un bajo rendimiento escolar por el déficit de peso y la aguda hambre que se presenta en los escolares. Una anemia en seis de cada diez mexicanos y una pobreza extrema en más de 17 millones de personas, etc. Deficitaria en 5 millones de lts. la producción lechera nacional, Excelsior, 21 de noviembre de 1991; Importará México 150 mil toneladas de leche en polvo, El Financiero, 11 de febrero de 1992; 41 millones de mexicanos sin acceso a los mínimos esenciales de nutrición, El Financiero, 15 de octubre de 1991; Están desnutridos 40 % de los niños mexicanos, Excelsior, 6 de diciembre de 1991; Cada año mueren por enfermedad 40,000 mil niños en México, Excelsior 24 de diciembre de 1991; Mueren por desnutrición 92 de cada cien mil niños en la Zona Centro Yucateca: PN, Excelsior, 18 de marzo de 1992; 31 % de los niños en el D.F. en edad preescolar padecen déficit de peso, Uno Más Uno, 4 se marzo de 1992; 41 millones de mexicanos sin acceso a los mínimos esenciales de nutrición, El Financiero, 15 de octubre de 1991; Padecen anemia 6 de cada diez mexicanos, afirman especialistas, Excelsior, 21 de octubre de 1991.

En ese mismo período de aplicación de las Leyes de la Oferta y la Demanda en el país las empresas nacionales despilfarraron o destruyeron en 1991 más de 2,000 toneladas de frutas en Chilpancingo, Guerrero; 40 toneladas diarias de tomate y calabaza en Tulancingo, Hidalgo; cientos de toneladas de azúcar en Guadalajara, Jalisco; 35 mil toneladas de soya en Culiacán, Sinaloa; 15 mil toneladas de jitomate en Morelos; 16,800 toneladas de tejocote en el centro del país; 800 toneladas diarias de frutas y legumbres en la Central de Abastos del Distrito Federal, etc., para ser industrias eficientes y conservar los precios competitivos de los productos que exige la nivelación de los mercados. Por día se hechan a pierden 40 toneladas de tomate y calabaza en Tulancingo, Excelsior 6 de septiembre de 1991; Se pudren 200 toneladas de frutas cosechadas en Guerrero, Excelsior 20 de septiembre de 1991; Sobreoferta azucarera en México: Dos millones de toneladas, Excelsior, 21 de septiembre de 1991; Nadie compra a labriegos sinaloenses 35 mil toneladas de soya: Crisantes Enciso, Excelsior, 14 de octubre de 1991; Quince mil toneladas de jitomate perdidas en Morelos, Excelsior, 20 de octubre de 1991; Se desperdician 16,801 toneladas de tejocote por año, Excelsior, 11 de noviembre de 1991; Tiran al día 800 toneladas de frutas y legumbres, Uno Mas Uno, 5 de noviembre de 1991; Sin abasto nacional, Morelos importa jitomates: S Aguilar, Excelsior, 20 de marzo de 1992.

(5) La Cultura Idiota, Carl Bernstein, Revista Nexos No. 177, México, D.F. septiembre de 1992, 6 páginas.

(6) La primera competencia que debemos ganar debe ser ante nosotros mismos: Alvarez Lima, Uno Más Uno, 11 de diciembre de 1988.

(7) Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral, Octava Semana de la Investigación Científica, Cuadernos de Extensión Universitaria, Octava Semana de Investigación Científica, Coordinación de Extensión Universitaria, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., octubre de 1998, páginas 173 a 177; y Crisis, Valores y Reforma Moral, (Tres partes) periódico Excelsior, 3 de septiembre de 1996.

(8) Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral, Obra citada, paginas 137 a 177.

(9) Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral, Obra citada, paginas 137 a 177.

(10) Crisis Económica-Política, Cultura y Reforma Moral, Obra citada, paginas 137 a 177.

(11) El "México Profundo" sigue vivo, Excelsior, 31 de julio de 1991.

CCC
AI
0268

LA SEGUNDA JORNADA

Podría decirse que entre las estrategias para ser con las que las distintas especies emprenden su enseñoramiento del entorno, la apuesta de la humanidad queda ahora clara: el acto de comunicación como medio para llegar allá donde las limitaciones han impuesto la veda. La mirada que se lanza lleva las proyecciones del interior y lee a partir de un guión. Con él constata a su regreso que lo real es operable y que el discurso lo puede enriquecer. Por ello algunos se han atrevido a pensar la comunicación. De lograr hacerlo, su recompensa puede ser atisbar en la naturaleza humana y, de reojo, sorprender las reglas de producción del mundo. A tal fin, estos pensadores han arrojado y despachado ciertas categorías con poder heurístico de troquelado, instrumentos de fe, a decir verdad.

En el catálogo de las imputaciones del hombre, la figura de *el imaginario* se recorta sobre las demás como su sistema organizador, como la clave de sus procedimientos para facultar y cancelar. Precisamente, al constatar que el mundo configurado se despliega siguiendo un orden, cabe esperar que tal imaginario sea, operativamente al menos, una lógica, un sistema de referencia que se utiliza para pensar pero que también puede ser pensado. Es decir, una categoría se puede poner en primer plano para no olvidar que el objeto que nos regala es hechura suya y que tiene sus proporciones.

Esto es algo de lo que hemos intentado alcanzar en nuestro Encuentro CONEICC: acceder hacia nosotros mismos sin perder la perspectiva de nuestro punto de articulación. Nos hemos propuesto reconocer el tejido con el que nos fabricamos un entorno en el quehacer de la comunicación, sin perder de vista el patrón que dictó su trazo y su consistencia. A ese esquema le hemos llamado *imaginario social*.

No se trata ahora de teorizar sobre cómo se produce éste o bajo qué principios opera, sino de hacer un ejercicio de mirada reflejada para determinar, desde la óptica que nos otorga, cómo es nuestra práctica desde las perspectivas nuestras: nosotros como instituciones, como académicos y como estudiantes.

El llamado ha sido amplio y no fueron copiosas las respuestas. Sin embargo, las expectativas estaban puestas más que en la representatividad numérica, en la autenticidad del pensamiento *in situ* de los protagonistas, aquello que animó los esfuerzos por reunirnos a intercambiar las visiones. Ponencias diversas en sus contenidos y en sus tratamientos fueron presentadas en mesas enriquecedoras, como bases de discusiones hoy irrecuperables por este medio. No obstante, quedan los documentos detonadores, susceptibles de ser recorridos por diversas miradas. Sus niveles de reflexión y sus géneros de preocupaciones bien constituyen una muestra de la variedad de las aportaciones que nuestro campo nos hace para la reconstrucción de lo que parece aguardar y de lo que hemos recorrido.

Aproximadamente a la misma altura del año, en diversas sedes del subcontinente, otros encuentros impulsados por sus propias asociaciones y por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS,

congregaban las experiencias y las miradas hacia el frente. Esperemos que la trascendencia de lo que en estos espacios se desplegó no se mida sólo en la certidumbre que pueda proveer, sino en su capacidad propiciadora de destino común. En este Encuentro CONEICC, los trabajos de análisis de los sujetos de la formación –instituciones, académicos y estudiantes– fueron reunidos en la segunda de tres jornadas. A continuación se ofrece una breve semblanza de cada uno de los espacios ofrecidos para el intercambio de perspectivas y experiencias en un contexto paritario.

La mirada institucional

Los trabajos se desarrollaron bajo la guía de una convocatoria a directivos y coordinadores de carrera, orientada a producir “el acercamiento a la construcción de su realidad cotidiana a partir de sus actividades: planeación de carrera, relación con los demás actores de la comunicación, problemas y expectativas”. Se obtuvieron diversas respuestas institucionales. Hubo incluso un informe de la vocalía noreste que recoge en una perspectiva integrada los indicadores de la región. Con esa base, representantes de las cinco vocalías de CONEICC se reunieron en una mesa para intercambiar las visiones diagnósticas y adelantar perspectivas.

La temática de exposiciones y discusiones fue articulada mediante los siguientes parámetros:

1. Modelo Educativo: *Curriculum*

- Modelo de enseñanza-aprendizaje
- Metodología y herramientas
- Formación docente
- Número de alumnos
- Número de académicos adscritos al programa.

2. Investigación

- Generación de conocimientos
- Líneas y modalidades de trabajo
- Vinculación interna

3. Entorno:

- Normatividad
- Mercado laboral
- Vínculos con la sociedad (impactos en ambas direcciones)
- Egresados

4. Expectativas

5. Principales rutinas que enfrentan cotidianamente

- Planeación curricular
- Crecimiento de la carrera
- Equipos y laboratorios
- Titulación
- Dudas y atención a estudiantes
- Trabajo en equipo con académicos.

Las ponencias que se ofrecen a continuación responden a estos indicadores en un ejercicio que sabemos que ha sido realizado con honestidad y, esperamos, con suficiente provecho para fines de autoevaluación. La diversidad de instituciones aquí reflejadas muestra, a través de cierta lectura, más rasgos comunes que distanciamientos. Desde la perspectiva aquí avanzada, ello puede resultar en la plausibilidad de la propuesta de un cierto imaginario institucional que recorre nuestros planes y, de ahí, nuestras realidades.

La mirada de los académicos

Ricas en reflexiones y experiencias, las aportaciones de los académicos bordaron sobre el entorno profesional del campo y su vinculación con la formación profesional y sobre los posicionamientos de los actores de ésta en el discurso, en la historia personal y en las necesidades cognitivas. El llamado del CONEICC ofrecía el espacio en "Mesas de trabajo por áreas académicas, y con egresados, para propiciar el *intercambio de experiencias* entre realidades y contextos diversos. Esta reflexión se remite al papel de las Escuelas de Comunicación en la construcción del imaginario sobre el ejercicio de la profesión".

Los ejercicios de reflexión de nuestros académicos se recogen en los documentos anexos. Seguramente nuestros futuros arqueólogos, o al menos, nuestros imaginadores encontrarán más de un sentido de riqueza en estos trabajos. Esperemos que cada lector pueda encontrar en la alteridad del discurso, el dibujo de una condición que reconozca al mismo tiempo como propia.

La mirada de la clientela

A partir de un cierto trabajo de reflexión sobre sus condiciones de estudiantes de comunicación, algunos jóvenes dieron fe de los choques frecuentes entre una realidad que lucha por imponerse y una tozuda imaginación que no renuncia a dictar la configuración del entorno. La invitación del CONEICC fue hecha para presentar materiales diversos. Aquí se recogen sólo los desarrollados en ponencias, en atención a los siguientes "disparadores":

- ¿Por qué estudias Comunicación?
- ¿Cuáles son tus proyectos a corto y mediano plazo?
- ¿Cómo visualizas el ejercicio de tu profesión?
- ¿En qué campo profesional te gustaría desarrollarte?
- ¿Cómo construyes tu realidad cotidiana como estudiante de Comunicación?

Indudablemente, la lectura de estos materiales nos ofrecerá la oportunidad de repensar nuestros procesos, de refrendar nuestros ideales y de saldar algunas deudas de la imaginación. Que los textos que acompañan esta pequeña presentación se continúen en nuestras propuestas por una renovada comunicación.

Un agradecimiento sincero a cuantos contribuyeron a la realización de los trabajos de este segundo eje: a los miembros en activo del CONEICC, en especial a Claudia Benassini Félix, coordinadora académica del evento; a nuestros moderadores: Ildebranda López, Graciela Bernal, Graciela Paz, Vicente Castellanos y, como emergente eficaz, Héctor Gómez; a Cristina Romo por su trabajo de compilación para la producción de estas memorias. Sobre todo, vaya nuestro reconocimiento a nuestros ponentes y a quienes les dieron las facilidades para realizar y presentar sus trabajos. Sin ellos esto no habría sido.

Jesús Becerra Villegas
Febrero de 2002.

1 Ensayo mesa de trabajo: Unison

CCC
AI
0268

LA CONSTRUCCION DE LA REALIDAD DEL ESTUDIANTE DE COMUNICACION

Al decir que el estudiante de comunicación construye su realidad cotidiana, se está planteando que es un individuo que vive en un momento histórico determinado y estando inmerso en una estructura social.

Cuando se asiste a una escuela y más a una Universidad, se crean en los estudiantes expectativas, sueños, deberes, mitos...

Universidad, docentes y alumnos entablan una relación vertical, donde el poder reside en el **conocimiento**.

La Universidad es una *Institución social*, es el *Icono del conocimiento* porque ocupa un lugar dentro de la *estructura social* que le permite legitimar lo que se debe y no debe aprender; marca lo correcto y lo incorrecto que materializa a través de sus planes de estudio permeados de una *Ideología*, ya sea dominante o de oposición, ésta siempre existirá, pues al ser un actor social se constituye como un *campo* donde se relacionan los individuos.

Al decir que es un campo me refiero a lo que propone Bourdieu "como espacios estructurados de posiciones (o de puestos) cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios"¹

Planteo **un campo Universitario** conformado por *individuos* que se encuentran en constante lucha, por sustentar el conocimiento del campo.

La Universidad, como Institución proporciona al estudiante a través del docente y sus planes de estudio un conocimiento, que posteriormente le servirá en su vida futura para entrar al campo laboral. Esta hipótesis se está modificando, pues el conocimiento que es el eje de este campo, está siendo sustituido por la información.

¹ BOURDIEU, Pierre. Sociología de la cultura. PP 135.

Veamos al **conocimiento** como *proceso cognitivo* que se comprueba a través del uso de la razón y la experiencia, conduce a una reflexión práctica y cada individuo le otorga algo que lo distingue, le da una esencia histórica.

Actualmente el momento histórico en el que vivimos, donde términos como globalización, y tecnología son los predominantes, *la información* se ha convertido en sinónimo de **conocimiento**. Pero no es la tecnología la que provoca este fenómeno, analicemos: el Internet condensa una cantidad inimaginable de información, eso es innegable, como también la condensa en menor proporción una biblioteca, una es material y otra es virtual y sin embargo ambas son *información*.

Por ello el conocimiento solo aparece cuando el individuo hace uso de su *capacidad de reflexión*, de su memoria histórica para transformarla en conocimiento.

Quiero decir que la *reflexión* que conduce a un **conocimiento** esta siendo limitada por el bajo interés de los individuos que conforman el *campo universitario*, dando como resultado la formación de **reproductores de información y no de productores de conocimiento**. Lo anterior se debe a que el proyecto de educación de las Universidades no esta evolucionando. La *fast-comunication* que ahora existe, responde a los tiempos de *posmodernidad* donde la memoria ya no existe.

Los docentes son el *eje mediático* entre institución y alumno. El docente transmite y provoca que se reproduzca la *Ideología del campo* universitario en los alumnos, sea esto consciente o inconscientemente. Pues *interpretando lo interpretado* el docente enseña a los alumnos o los guía hacia lo correcto es pues la conciencia impuesta.

Las ciencias de la comunicación por llamar de alguna manera a la carrera tiene así como nombres distintos , planes de estudio distintos, esto dependiendo de la Universidad donde se estudie. ¿Por qué? Pienso que esto responde a una competencia entre las mismas Universidades, es una lucha por la *hegemonía del conocimiento* y que

solo se logra ganar con el reconocimiento social de formar profesionales capacitados para el campo laboral.

Pienso que la hegemonía en el campo la sustenta quién o quienes, logran acumular *capitales* suficientes para convencer. Estos *capitales*, que retomo de la idea de Boudieu, pueden ser simbólicos, económicos, culturales, sociales.

Lo que esta provocando, es que al ofrecer las universidades una amplia gama de oferta los egresados tendrán que *competir* desigualmente a diferencia de otras carreras, donde básicamente aprenden lo mismo, sin embargo en la comunicación no ocurre esto. Surgen así las competencias desiguales y sobre todo estamos construyendo una *estructura comunicativa social desorganizada* y movida solo por los intereses económicos y no sociales.

El *proyecto educativo* para estudiar comunicación en México no concuerda con la *realidad laboral*. El estudiante de comunicación construye su realidad sobre *mitos* que le son transmitidos en el campo universitario, social y cultural.

La Universidad plantea que lo ofrecido a sus alumnos es lo que requiere para formar parte del campo laboral. (*¿determinado por quién?*)

Los docentes advierten que el campo laboral es completamente distinto al universitario (*entonces ¿para que ese plan de estudios?*)

Y la sociedad piensa que Joaquín López Doriga es el concepto e imagen del comunicador por el contacto que mantiene con los medios de comunicación. (*¿esa es la aspiración del estudiante de comunicación?*).

El plan de estudios que como mencionaba, tiene una *carga ideológica* (una forma de ver el mundo) el cual es impartido por un docente o varios docentes es la *materialización* de lo que el estudiante de comunicación se supone debe ser, de acuerdo a la Institución que lo imparte.

Vemos pues que la construcción de la realidad del estudiante de comunicación *no es pura*, y que *esta permeada* de factores externos al individuo, históricos, sociales, ideológicos que lo moldearán.

La pregunta sería, ¿quiénes están construyendo la comunicación en México, los comunicadores, las instituciones o la sociedad?, podríamos preguntarnos también si la ideología del campo universitario coincide con la ideología dominante.

Hablábamos anteriormente del momento histórico, y en México se esta respirando *cambio*. Los medios no solo en nuestro país se han convertido en los constructores de las imágenes sociales predominantes, han servido también como *aparatos hegemónicos* que convencen y dicen en que pensar, son pues un medio que otorga poder.

Los estudiantes de comunicación que logran una *reflexión* y reconocen el funcionamiento de los medios de comunicación, muchas de las veces su ideología no concuerda con lo que esta obligado a trabajar, entonces para qué estudiar toda una carrera de cuatro años si bien se puede aprender lo básico en un taller y lo demás en la práctica, pues al tener relaciones que comúnmente se le llaman "*conectes*", no hay problema en entrar a trabajar.

Sin embargo, la *reflexión* no solo conduce a un crecimiento en el *campo laboral* sino también de la misma *sociedad*, ésta debe reaccionar y exigir que los comunicadores un trabajo de que corresponda a su entorno, de lo contrario seguiremos escuchando, viendo, leyendo cosas que no se merece nuestra sociedad. Sin embargo su participación es nula, el caso es que tenemos que recordar que nosotros también somos parte de ella, por tal motivo debemos concientizar nuestras acciones presentes y futuras.

Las universidades públicas están formando *carne de cañón* y no por el plan de estudios, sino porque la *relación* entre *Institución* y *Campo laboral* es opuesta, los intereses son distintos.

Los *campos que conforman la estructura social* actual, están en movimiento constante por la lucha que mantienen, es por eso que la *Institución* que representa el *Campo universitario* mantiene una defensa que deberá sostener sobre el pensamiento globalizante en la que esta inscribiendo a todo el pensamiento social, que marca a la *información* como **conocimiento**.

Los medios de comunicación también afectan en la manera de cómo el estudiante de comunicación construye su realidad cotidiana, vende una imagen que esconde la *ideología dominante*; presentan a los jóvenes como frescos, libres, que toman riesgos, conquistadores, pero, ¿qué tanto concuerda con la *realidad-real* que México esta viviendo?

La construcción de la realidad es *dinámica* cambia con la sociedad y sus tiempos, es por ello que esta visión sea temporal a esta época, otorgándome cierto alivio pues la esperanza de que la sociedad reaccione es latente.

Los alumnos de comunicación debemos aprender a *reflexionar*, solamente esto puede salvarnos de la era de la información. Los *comunicadores-comunican*, tienen siempre algo que decir. La formación que hasta ahora he tenido, no solo de parte de una institución sino mucho de lo que soy como individuo influye en todo lo que hasta ahora he escrito.

Pienso que el comunicador se ha convertido en un *artista-posmoderno* que intenta materializar sus sueños, ya sea dirigiendo, produciendo, escribiendo, investigando...

Investigar es parte de una elite, solo los ungidos podrán salir de la caverna y abrir los ojos a la luz, ¿por qué el conocimiento se ha vuelto algo que proporciona status y no progreso?

La educación ahora es un *producto* que no todos pueden consumir y solo aquellos que tengan la capacidad social y económica puede adquirirla.

El estudiante de comunicación *compra* la idea dependiendo sus necesidades, pero ¿y las necesidades del país? es decir ¿las universidades responden a la oferta y la demanda de estudiantes y no a un proyecto de comunicación?

Los medios de comunicación, así como las instituciones en la docencia y la investigación, que conforman el campo laboral, *determinan* que comunicadores se están formando porque si no se cumplen los requisitos que ellos piden, nosotros los egresados, los comunicadores somos rechazados.

Somos pues los estudiantes de comunicación remedos de lo que quisiéramos ser y no somos, damos la impresión de no tener una construcción propia de la realidad cotidiana pues esta no es mas que la *unión de mitos* que maquillan un sueño que *la realidad*, llamémosle *vida real* no existe, solo a través de la *reflexión* produciendo **conocimiento** podremos construir junto con la acción social, un proyecto comunicativo que nos lleve a un proyecto común y funcional en México.

Pregunta abierta al presente. La generación de conocimiento en la construcción simbólica de la realidad y del imaginario de la Comunicación.

I. Preliminares. ¿Dónde diantres estamos?

El XI Encuentro Nacional CONEICC tuvo como punto de partida el volver a visitar algunos elementos de la historicidad y del proceso institucional en la conformación del campo académico de la comunicación en México, y se propuso como una invitación para “hacer un alto en el camino y reflexionar sobre el escenario del comunicador desde la perspectiva de sus diversos actores” por medio de “acercarnos cabalmente tanto al imaginario social del comunicador como a su contraparte, la construcción social de la realidad”.

El tema y los objetivos en si no eran nuevos, pues hay una historia que deviene desde la década de los setentas donde se inauguran las reflexiones sobre el mismo campo de la comunicación, tanto en América Latina como en México, intentando dar un panorama de la manera y los temas de estudio que se han realizado en el momento. En otros encuentros que ha organizado el CONEICC se ha pretendido hacer algo similar, así como otros intentos que ha realizado la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, algunos centros de investigación del país, y algunos investigadores en lo personal, ya sea mediante la organización de espacios de encuentro y discusión entre investigadores, o por la publicación de diversos materiales.

Muchos de los esfuerzos que se han realizado han tenido como objetivo crear estados de la cuestión de “la indagación de la comunicación, sus logros, efectos y perspectivas” (Sánchez Ruiz 1988; 9). Otros han intentado dar un paso más y, a partir de los estados de la cuestión de lo que se ha hecho desde los inicios de la investigación de la comunicación en el país, generar un conocimiento, más en lo sociológico que en lo epistemológico, que permita reconocer “las prácticas sociales de producción de conocimiento sobre la comunicación que, bajo condiciones históricas determinadas, sobre todo en cuanto a aplicación y transmisión, permiten identificar a una nascente comunidad de investigadores, a un conocimiento y a una especialidad científica” (Fuentes Navarro 1991; 23).

Debido a la idea de que “la construcción de mapas orientadores ante la creciente complejidad del campo es un pre requisito importante para la generación de opciones profesionales más claras y para el reconocimiento de los antecedentes, fundamentos y necesidades de desarrollo del pensamiento y la acción latinoamericanos sobre la comunicación en la última década del siglo XX” (Fuentes Navarro 1992; 7), varios investigadores se dieron a la tarea de realizar mapas y perspectivas de la investigación de la comunicación, principalmente en la década de los ochentas y durante los noventas.

Sin embargo, los estados de la cuestión y las perspectivas de la investigación de la comunicación en los noventas, fueron señalando la dificultad de realizar síntesis y cartografías generales, en mucho debido al explosivo desarrollo del mismo campo

académico (Fuentes Navarro 1996), y también, por la misma ampliación de complejidad así como las aceleradas transformaciones del mundo contemporáneo que fueron dando como resultado entornos borrosos, la disolución de las cartografías elaboradas que se habían realizado, la necesidad de enfocar más y de múltiples maneras. Y sin embargo, los esfuerzos continuaron, buscando crear un “mapa nocturno”.

Recientemente Maria Immaculata Vassallo de Lopes y Raúl Fuentes Navarro han publicado un libro colectivo que desde “muy distintas posiciones intelectuales, ideológicas y geográficas, la multiplicación de propuestas de re formulación teórica y práctica de los estudios de la comunicación muestra una insatisfacción generalizada con el estado actual del campo, y la urgencia de repensar sus fundamentos y de reorientar su ejercicio” (Vassallo de Lopes y Fuentes Navarro 2001; 11). En el mismo libro, ambos investigadores señalan que la manera como se ha traducido el interés en la producción del conocimiento científico de la comunicación en los últimos años se ha dado en tres contextos: el social o macrosocial, teniendo como eje a la globalización y es el que más atención ha atraído; el institucional, que es el que menor interés ha despertado; y el discursivo, uno de los más crecientes. Este último ha tenido como uno de sus principales ejes de reflexión la composición y el estatuto disciplinar de la comunicación, a los desafíos epistemológicos, teóricos y metodológicos en la cual se encuentra atravesada (Idem.; 9-10).

Esta situación, todo indica, no ha sido privativo de los estudios de la comunicación, sino de las mismas ciencias sociales que desde la década de los setentas han tenido que renovar sus enfoques, su organización, sus procedimientos, pero a partir de los ochentas y, principalmente, los noventas las cosas han tenido un rostro de incertidumbre, indeterminación e indefinición.

El panorama actual de la generación de conocimiento de la comunicación, entonces, implica, como lo diría Renato Ortiz para las ciencias sociales, una “redoblada atención con el pasado, como con el futuro, y de una preocupación constante por la tradición y los cambios” (Ortiz 1999; 19), y expresa que redoblada “porque las transformaciones recientes nos obligan a considerar la forma radical y sistemática los problemas que nos envuelven, y no es por eso sólo el hecho de que nos enfrentamos con el final del siglo” (Idem.).

La intención, entonces, de hacer un alto en el camino en estos tiempos, no podía dejar de lado una tradición de pensamiento que se ha generado, en determinadas condiciones históricas, sociales y culturales, así como los contextos de los últimos tiempos, tanto a nivel de lo social, como a nivel del mundo intelectual, académico, y profesional.

La idea no era hacer un estado de la cuestión ni una cartografía, sino propiciar una serie de imágenes sobre los imaginarios de los investigadores en la construcción de conocimiento de la comunicación en el país. La pregunta era, ¿cómo incitar a una reflexión ante ese marco contextual y general?, pregunta que nos encaminara a visualizar las imágenes de los imaginarios de los investigadores, y otras más que fueron saliendo a lo largo del camino antes, durante y después del Encuentro, principalmente aquella pregunta que emergió en una charla previa a la inauguración del evento con Horacio Guajardo y Raúl Fuentes y que se volvió a plantear durante el dialogo inaugural, y se quedó suspendida como parte de un proceso reflexivo por venir: ¿dónde diantres estamos?

II. Conocimiento, Mundo Social y Comunicación.

La mayoría de los dominios cognitivos con los que se ha trabajado desde la emergencia de las ciencias sociales han sido parte de los esfuerzos por generar conocimiento de lo social de un momento histórico que así lo requería y estos han ido mutando ante los retos que las transformaciones del mundo social le ha ido planteando.

En los últimos tiempos el contexto en el que se ha generado una emergente y galopante transformación social se puede resumir mediante la emergencia del mundo global, o globalización como mejor se le conoce.

Cuando se le preguntó a Anthony Giddens sobre cuáles eran los factores claves que estaba enfrentando la sociología en los inicios del siglo XXI, este respondió que eran tres: la globalización y la creciente interdependencia que va generando, tocando toda dimensión y rincón de lo social, el cambio tecnológico que va alterando las maneras como trabajamos y vivimos, y los cambios en la vida cotidiana de la gente. Giddens añadió que la sociología tiene un papel crucial en dichas transformaciones intentando dar cuenta el por qué esas transformaciones se han hecho tan importantes, y las consecuencias que tendrán (Giddens 2002).

El mundo global, no solo ha alterado al mundo y la vida social, sino que se ha ido conformando como una nueva re ubicación del objeto social, y por tanto de indagación, y la perspectiva desde la cual se imponen algunos de los retos de conformar las estructuras del saber que se requieren para dar cuenta de ese nuevo estado del mundo. Ha traído consigo narrativas que intentan crear nuevas coordenadas para la imaginación cognitiva y sociológica. También, ha permitido comprender que el mundo se ha convertido en un recurso heurístico y epistémico, de reflexión e indagación que torna visible lo que permanecía oculto, revela nuevos perfiles y sentidos silenciados por la historia (Hawthorn 1995).

Pero toda empresa de generación de conocimiento se ve llevada a que, todo quien la emprende, una decisión: asumir un punto de vista, de recorte y de mirar al mundo. Es por ello que en la historia del conocimiento del mundo y de lo social, se han dado posturas diversas (Varela 2000) y, en los tiempos de la globalización éstas son múltiples y encontradas entre sí, y, también las posiciones epistemológicas ante la historia y el mundo social (Robertson y Garrett 1991; Sinclair 2000).

Alrededor de las ciencias sociales, podemos visualizar tres posiciones ante el mundo global: la de aquellos que consideran que el pensamiento clásico es un pensamiento acabado y que puede dar cuenta de lo que ocurre; la de aquellos que piensan que hay que comenzar de nuevo, ante un nuevo mundo y principio epistémico, a construir una nueva ciencia social (Wallerstein 1998); y la de aquellos que piensan que hay que reconocer que estamos en un nuevo proceso de la civilización mundial y, por lo tanto recuperar los

elementos del pensamiento social clásico que sean vigentes y construir nuevas perspectivas para pensar lo social (Ortiz 1999).

La situación del campo académico de la comunicación no ha sido ajena a lo anterior, y se encuentra en condiciones y retos similares de las ciencias sociales, en general. La mayoría de los dominios cognitivos con los que se ha trabajado desde los inicios de la conformación de un conocimiento de la comunicación han sido herencias de un pensamiento que podríamos decir clásico de pensar lo social, y ha estado en el centro de una serie de paradojas que han caracterizado los esfuerzos por definir su objeto de estudio, sus perspectivas, sus procedimientos de análisis y el tipo de sociedad que ha representado y colaborado a configurar.

En el campo académico de la comunicación, también se va tomando consciencia de que el mundo social, la presencia y transformación de tecnologías de información, y las alteraciones que se gestan en la vida cotidiana de las personas en todo el mundo son una serie de retos teóricos, metodológicos y epistemológicos, de que las maneras como se les ha intentado explicar por medio de las teorías de la comunicación que emergieron desde la segunda mitad del siglo XX, son insuficientes, cortas y limitadas (Vilches 2001), que se requiere, y es urgente, una nueva re articulación conceptual, ante la refuncionalización acelerada de la comunicación (Fuentes Navarro 200).

En ese punto vienen aparecen los otros dos contextos esbozados por Vassallo de López y Fuentes Navarro: las implicaciones institucionales y los discursivos sobre la re organización disciplinar de la comunicación.

Por un lado está el reconocimiento de la necesidad de una transformación del conocimiento comunicativo, mediante el reconocimiento de que ya hay una tradición de conocimiento de lo comunicacional que es necesario no perder de vista, regresar a revisarlo, su trayectoria histórica, y el debate de si es necesario insistir en la consolidación o disolución del campo disciplinar de la comunicación (Fuentes Navarro 1999). Varios de los planteamientos que se realizan por este lado tocan con una visión de síntesis como la que vienen realizándose en las ciencias sociales desde la década de los ochentas (Giddens y Turner 1991), y la teoría de la estructuración de Anthony Giddens (1995) se retoman para crear un escenario de discusión. Recientemente Raúl Fuentes ha sintetizado las inquietudes de varios intelectuales de diversos países que van por esa línea de pensamiento, a través de la expresión de Dan Schiller de “impensar la comunicación”, con lo cual quiere decir que el estudiar la comunicación hoy “consiste, más bien, en elaborar argumentos sobre las formas y determinaciones del desarrollo sociocultural como tal”¹. Desde ahí se hacen propuestas en el orden de lo epistemológico, metodológico y teórico.

Por otro lado, también está el reconocimiento de que las cosas no deben quedarse ahí, que debe comenzar un nuevo diálogo con otras estructuras del saber que devienen de las reflexiones y propuestas de devienen, principalmente, de las ciencias naturales contemporáneas. Desde las ciencias sociales, Immanuel Wallerstein es quien lo ha venido expresando. Su idea de “impensar las ciencias sociales” (Wallerstein 1998) parece expresar

¹ Citado por Raúl Fuentes (2000 y 2001^a).

la inquietud de hacer tabla rasa del conocimiento de lo social y volver a comenzar a armarlo todo. Pero cuando enfocamos otros derroteros a la idea de “abrir las ciencias sociales” (Wallerstein 1996) que ha planteado después del informe de la Comisión Gulbenkain, lo vemos expresar que quizá las cosas no son necesariamente el solo hecho de insistir en la organización de la institucionalidad de las ciencias sociales, sino de actitud intelectual. Lo expresa así Wallerstein:

Creo que estamos viviendo en un momento en el que el esquema cartesiano que sostenía todo nuestro universo universitario, y por lo tanto todo nuestro edificio de especializaciones, está siendo desafiado seriamente por primera vez desde fines del siglo XVIII. Creo que ese desafío conducirá en realidad a una considerable reestructuración institucional en los próximos cincuenta años. Y creo que es relativamente urgente que todos nosotros echemos una mirada a las cuestiones epistemológicas básicas que se están debatiendo; es decir, que levantemos la vista de cada una de nuestras preocupaciones especializadas a esa preocupación común de todos los estudiosos (Wallerstein 2001; 186).

Levantar la mirada para Wallerstein sería el “tener consciencia clara de la dirección en que vienen encaminándose las ciencias naturales” (Idem.; 187), y para lo cual, al hacer la pregunta de que si estamos preparados para ello, su propia respuesta es que parece lejano, porque “muchos de nosotros están cavando túneles hacia adentro en lugar de explorar hacia el exterior” (Idem.; 190). El desafío que plantea Wallerstein es por otra vía y es mayúsculo, y en su visión, las ciencias de la complejidad y los estudios culturales son dos estructuras del saber que desde el último tercio del siglo XX vienen abriendo a las ciencias sociales, y quizá, y teniendo como mediadora a las ciencias sociales, el dialogo y la re organización institucional se puede iniciar en el siglo XXI (Wallerstein 1999 y 1999^a).

El planteamiento de Wallerstein, no es necesariamente, entonces, el barrerlo todo, sino colocar en otro lugar del conocimiento científico en general, las reflexiones, el debate y las propuestas del desarrollo de las ciencias sociales. Como lo plantea el mismo pensamiento complejo, ello no abandonar los principios de la ciencia clásica, “sino de integrarlos en un esquema que es, al mismo tiempo, más amplio y más rico “ (Morin 1997; 21). La cuestión, al parecer, no es tanto el hecho de optar por una u otra, como el pensamiento social clásico lo ha hecho por mucho tiempo, sino, la de ampliar la visión y la lógica: esto y esto, y también esto, dentro de contextos históricos de posibilidad (Beck 1998).

Entonces, el mundo actual, nos vemos enfrentados a una situación de **fronteras** que han generado un contexto, al mismo tiempo borroso y fértil, en la empresa del conocimiento, donde las seguridades anteriores se ponen en duda y suscita nuevos debates: por un lado, el mundo que emergió de la concepción clásica del conocimiento y, por el otro lado, el que ha emergido de la concepción compleja del conocimiento. Los estudios y concepciones de la comunicación también han seguido una senda similar y se ha abierto nuevas concepciones sobre la comunicación en la vida social (Roldán Castro 1999; Luhmann 1998). El panorama que se abre es el de dos modelos de concebir la comunicación: la que viene del mundo clásico del conocimiento y que es representada a partir de la imagen de la máquina de comunicar, y la que viene del mundo de la complejidad y que es representada por la imagen del sistema viviente (Sfez 1995).

Ambas concepciones implican dominios cognitivos, concepciones de la realidad diferenciados, así como riesgos y posibilidades. Implican un tipo de práctica y profesional de la comunicación con derroteros distintos. Si bien, la primera es la que ha prevalecido y se mantiene dentro de las escuelas de comunicación, la segunda comienza a re plantear algunas de sus prácticas educativas y profesionales que no es posible dejar de lado. También, la presencia de ambas concepciones no resuelve la incompletud, los problemas epistémicos y el perfil de profesional de la comunicación, sino que le agrega nuevas dimensiones en la empresa de la búsqueda del conocimiento. Pareciera una nueva evidencia de la debilidad del esfuerzo por generar conocimiento de la comunicación, pero quizá sea la posibilidad de encontrar nuevas rutas para la imaginación del conocimiento de la comunicación

III. Hacia una ¿posible? reflexión de segundo orden en la Comunicación.

Ante este panorama, es evidente que si tocaba, y toca, hacer un alto en el camino y detenernos a observar la manera como hemos asimilado una serie de dominios cognitivos que nos han llevado a percibir de determinadas maneras a la comunicación y a su práctica educativa, es decir las estructuras cognitivas y organizadoras de nuestro conocimiento que se asimilan, reproducen y difunden a través de distintas instituciones (Morin 1992^a).

¿Cómo hacerlo?

La idea era recordar la importancia de la manera como algunos agentes del conocimiento y de la práctica profesional, a partir de sus trayectorias personales dentro de un contexto social e histórico, se insertaron en el campo académico de la comunicación. Es la ruta de Edgar Morin que se pregunta sobre las **thématas**, las ideas obsesivas que han guiado la investigación y la generación de conocimiento (Morin 1998). Es lo que Fernando Savater, para el caso de la Filosofía, realiza cuando expresa los motivos que lo llevan a escribir su **Diccionario Filosófico**:

Aunque a grandes rasgos hay cierto acuerdo sobre el pasado de la filosofía, esta concordia disminuye según nos vamos acercando a la valoración del presente y se hace hasta impensable cuando de lo que se trata es de visualizar su futuro. Creo, por tanto, que lo mejor es intentar ahora una consideración personal, juntamente histórica y conceptual, de lo que yo tengo por filosofía, sin pretender que mi planteamiento sea válido para la mayoría de los filósofos actuales ni mucho menos el único válido (Savater 1996).

Desde esas perspectivas que nos parecían altamente sugerentes, provocadoras y, probablemente útiles para clarificar muchos escenarios borrosos, ambiguos o poco visibles, nos pareció que tocaba poner a dialogar a algunos de los actores del conocimiento de la comunicación y ver de dónde han procedido esos conocimientos, los contextos históricos y

sociales donde se dieron, lo que hacen con nosotros y nosotros con ellos y si, pueden deben o merecen ser transformados.

La idea entonces, era proponer una posible discusión a partir de lo que sería una reflexión de segundo orden: observar la manera como se ha observado, indagado y estudiado a la comunicación (Ibáñez 1994; 1998) para que desde ahí, pudiéramos no solo hacer un alto en el camino, sino ver aquello que nos ha dicho que la comunicación es y ha sido de determinada manera, aquello que se ha dejado en el pasado como realidades no visibles y que ahora cobran una nueva significación, y aquello que nos está guiando a ver de determinada manera al presente, y los trazos que estamos realizando para contemplarla en el futuro

Algunas de las preguntas que se consideraban pertinentes para el dialogo inaugural y para las ponencias a discutir fueron:

- ¿Cuáles han sido los contextos históricos y sociales para generar un conocimiento de la comunicación en el país?
- ¿Cómo se establecieron en las prácticas educativas?
- ¿De dónde han procedido los conocimientos a partir de los cuales se ha pensado y generado conocimiento de la comunicación?
- ¿Qué realidades comunicacionales se han privilegiado, se han hecho visibles en el campo académico de la comunicación? ¿Por qué?
- ¿Es un conocimiento acabado? ¿Qué elementos de su historicidad deben ser considerados en el contexto actual y la visualización posible del futuro?
- Ante el contexto actual, ¿cómo concebir a la comunicación?

IV. Los imaginarios en la construcción del conocimiento de la Comunicación.

El primer día del IX Encuentro Nacional CONEICC versó sobre “La generación de conocimiento en la construcción simbólica de la realidad y del imaginario de la Comunicación”, y se desarrolló en dos momentos.

En un primer momento, un dialogo entre tres académicos que han estado presentes a lo largo de la historia de la investigación de la comunicación en México: Horacio Guajardo (Universidad de Monterrey), Raúl Fuentes Navarro (ITESO, Universidad de Guadalajara) y José Carlos Lozano (ITESM, Campus Monterrey). En segundo momento se llevó a cabo una mesa con cuatro ponencias de cuatro académicos: Elizabeth Bellon (Universidad Iberoamericana de la ciudad de México), Javier Esteinou (Universidad Metropolitana), Oscar Rodríguez (Universidad Autónoma de San Luis Potosí) y Jesús Galindo (Grupo de Acción en Cultura e Investigación).

La mesa de dialogo inaugural del Encuentro, tenía como objetivo el evitar el formato tradicional donde se presenta una ponencia donde un académico expresa sus puntos de vista sobre el tema en cuestión, y más bien, romper con esa formalidad, incitar y provocar a los

dialogantes a que desde sus esquemas conceptuales, pero también desde sus experiencias académicas y personales, se pudiera tejer una visión o una serie de visiones sobre la manera como se ha generado conocimiento en la comunicación. De esta manera, cada participante en el dialogo hizo una breve exposición de sus visiones y experiencias, y posteriormente, y a partir de la pregunta, ¿dónde diantres estamos?, se procedió a dialogar en común.

El dialogo fue fértil por varias razones. En primer lugar, porque se pudo esbozar una serie de imágenes alrededor de las cuales el campo de la comunicación ha estado presente y son, desde el quehacer cotidiano de la enseñanza y aprendizaje, pero también de la reflexión e indagación, algunos de los marcos que nos han caracterizado y nos caracterizan en estos momentos. Desde el recuerdo de aquella búsqueda de “la imaginación al poder” de los años sesentas que mencionó Horacio Guajardo, y que era el espíritu de la época en varias universidades del país, y que encontraban en los medios de comunicación un espacio para ello; pasando por las implicaciones que se daban en la ambigüedad del concepto que lo mismo alejaba que acercaba a lo que era la comunicación, a la vez que prometía un campo disciplinar y profesional nuevo, el crecimiento de las escuelas que ofrecían este tipo de estudios, hasta las luchas por el sentido de entender y hacer comunicación como una tradición teórica, con lo cual además de las búsquedas y luchas por el poder, eran las búsquedas del sentido del mismo campo, que esbozó Raúl Fuentes Navarro; hasta el recuento de aquellas teorías y enfoques teóricos que desde los setentas y hasta los noventas han estado presente en el campo de la comunicación, caracterizado por una serie de rasgos que ya han sido señalados en otros momentos, se subraya la escasa investigación empírica, la débil formación teórica y metodológica, la arrogancia teórica de querer inferirlo todo lo que sucedía con los medios, y la ausencia de una continua y sistemática revisión de lo que se piensa en estos momentos, por parte de José Carlos Lozano.

Por otro lado, fue rica por una serie de ideas a manera de conclusiones posibles del dialogo. La visión de estar en una situación de crisis, de tiempos límite para la consolidación del campo académico de la comunicación, “como última oportunidad” para hacerla, señalada por Fuentes Navarro, la necesidad de recuperar la noción de que la comunicación es un elemento de poder, sus vínculos y la manera como la reconocen y ejercen los mismos centros del poder.

También, el dialogo fue rico porque deja en evidencia que es difícil dar respuesta a dónde diantres estamos, pues se consideró que la pregunta debe dejarse abierta al presente.

En lo que concierne a las ponencias, podemos decir que fueron de dos tipo: las dos primeras más de tipo reflexivo sobre cuestiones de los contextos discursivos de la construcción del conocimiento y de los sociales donde se encuentra el quehacer y la indagación de los estudios de la comunicación; las dos restantes, sobre investigaciones concretas, una realizada y una en proceso de elaboración, y desde donde también aparecen algunos elementos de los contextos discursivos, sociales e institucionales.

La ponencia de Javier Esteinou, “Globalización, medios de comunicación y formación de imaginario”, expresó que a partir de 1993, cuando se firmó el Tratado de Libre Comercio, una serie de transformaciones en lo político, económico, social y cultural se han dado en México y que ha transformado “los sistemas de vida, organización, trabajo, educación,

producción, competencia, etc., de la mayoría de la población nacional”. Esto, a su vez, ha repercutido en la “estructura cultural, informativa y espiritual de nuestra república, a través de la formación de nuevos imaginarios colectivos”. Esteinou se pregunta sobre lo que podemos obtener del proceso globalizador en la producción de imaginarios y lo que se puede hacer para sobrevivir “como nación en rápida reorganización cultural e informativa del mundo”. La ponencia se desarrolla a partir de esas inquietudes y mediante el esbozo de diecisiete transformaciones que se han dado en el país.

En su ponencia, “Filosofía de la ciencia y comunicación: notas preliminares sobre el problema de la verdad”, Elizabeth Bellon, partió de que ante diversas posiciones y perspectivas se han generado conocimiento con pretensiones científicas, han estado en tensión constante “hacia la verdad”, pero que permanecen oscuros “los hábitos, creencias, valores, paradigmas, métodos, errores o fronteras que conducen a la práctica cotidiana de investigación en el campo de la comunicación”. Ante la fascinación que causan los planteamientos de la filosofía de la ciencia en el proceso de investigación que viene desarrollando Bellón, considera que sus aportaciones pueden ser importantes “a las condiciones en las que se ha dado la construcción de conocimiento en este campo, vinculándolo con la mirada contemporánea del quehacer científico en las ciencias sociales”, y considera que el concepto de “vigilancia epistemológica” de Bacherlad puede ser una guía metodológica importante “con el propósito de reconciliar en la práctica cotidiana de investigación la dimensión histórico-social de la ciencia, así como su preocupación por la validez o verosimilitud del conocimiento”.

Oscar Rodríguez, en su ponencia, “Una aproximación al proceder hermenéutico en la reflexividad de la comunicación virtual en la educación”, presentó los planteamientos y resultados de una investigación. La investigación intentó vincular la evaluación del aprendizaje que implica el empleo didáctica de la tecnología educativa, la virtual, y la necesidad de optar por la transmisión de representaciones culturales. El objetivo era “explorar en un enfoque y con unos instrumentos de investigación con los cuales, lejos de ser respuestas inmediatas y prácticas, o concretas a la evaluación de la educación virtual, lo que se pretende lograr es una ampliación de las maneras como estudiamos la cognición humana y la tecnología educativa.

Finalmente, Jesús Galindo, presento una ponencia, “La televisión como objeto de investigación”, en la cual inicia señalando que la televisión “es el gran misterio de nuestra época”, pues pese a todo lo que se ha pensado, escrito sobre el tema, se tiene “una colección de lugares comunes sobre el sentido y la ubicación desde lo simple y lo complicado”, y pese a ser un objeto de miradas críticas, “seguimos sin tener un argumento para vincularla con fondos y formas filosóficas y de sabiduría coloquial”. La ponencia es el telón de fondo y sustento de una investigación en curso, y lo interesante es el armado metodológico y conceptual que se va desplegando desde una mirada sociológica, histórica, etnográfica y cultural mediante una serie de principios constructivistas y cognitivos.

Y, si, la pregunta por el presente, quedó en suspenso.

V. **Pregunta abierta al presente.**

Una primera sensación de las reflexiones que se llevaron a cabo el primer día del Encuentro es que o no se había comprendido las propuestas a desarrollar, o que estamos lejos de poder realizar una reflexión de segundo orden en el campo de la comunicación, o que finalmente los participantes no lo consideran importante, o, quizá, todo junto y a la vez.

La segunda sensación es que, pese al número reducido y quizá no de para dar una representatividad del campo, nos habla de diversas posturas desde las cuales se están realizando algunas reflexiones.

Unas reflexionan sobre el mismo campo a la par que indagan, otros, simplemente cabalgan montados en reflexiones ya asumidas. Algunas provienen de visiones y procedimientos que han sido ya muy discutidos y se ponen en la mesa como importantes y vigentes, cuando la comunicación y las ciencias sociales han alargado y dirigido sus miradas hacia otros lados. Algunas colocan sus visiones en dimensiones más amplias de la comunicación, y desde ahí miran y proceden.

Por momentos pareciera que las visiones se han estacionado, en otros que las reflexiones, como expresa Wallerstein, tienden a seguir cavando hacia lo profundo, en otros más pareciera que se comienza a explorar también hacia el exterior.

Pareciera que por momentos se asumen algunos de los contextos actuales del campo académico de la comunicación sin rigor, en otros, parece que el trabajo hermenéutico es un instrumento necesario y valioso para controlar lo que se ve y expresar sentidos de la vida social y del quehacer de la comunicación.

Por momentos parece que las preguntas substituyen a la generación de conocimiento, en otros el asombro y la enormidad del fenómeno parecen ir en proporciones desiguales, en otros más el reto se encara y se apuesta.

Las reflexiones, entonces, fueron valiosas porque nos re ubican en el torbellino y la incertidumbre del presente de toda empresa de producción del conocimiento hoy; porque nos colocan en una situación de que quizá estemos lejos de lograr la consolidación del campo de la comunicación como disciplina teórica que genera conocimiento social, que en un punto donde, quizá, sea “nuestra última oportunidad”, pero que quizá estemos más cercanos de lo que pensamos.

Y, también, nos reflejan lo que se está expresando y lo que están asimilando y configurándose en los imaginarios de los estudiantes y maestros de nuestras universidades.

Héctor Gómez Vargas
León, Guanajuato, febrero del 2002,.

Bibliografía.

- BECK, Ulrich (1998). **¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización**. Barcelona, Editorial Paidós.
- FUENTES Navarro, Raúl (2000). **Educación y telemática**. Buenos Aires, Editorial Norma.
- FUENTES Navarro, Raúl (2000^a). "Para impensar la comunicación mediada desde una perspectiva sociocultural", en **Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC**. México, CONEICC y Universidad Autónoma Metropolitana. Volumen VII.
- FUENTES Navarro, Raúl (1999). "La investigación de la comunicación en América Latina y perspectivas para el siglo XXI", en **Diálogos de la Comunicación**. Felafacs, Lima, No. 56.
- FUENTES Navarro, Raúl (1996). **La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994**. México, ITESO y Universidad de Guadalajara.
- FUENTES Navarro, Raúl (1992). **Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina**. México, Felafacs.
- FUENTES Navarro, Raúl (1991). **La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México**. México, ITESO y CONEICC.
- GIDDENS, Anthony (2002). "An interview with Anthony Giddens", en **Sociology**. Bajado el 6/02/02, de: <http://www.polity.co.uk/giddens/interview.htm>
- GIDDENS (1995). **La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración**. Buenos Aires, Editorial Amorrourtu.
- GIDDENS, Anthony, Turner Jonathan (1991). **La teoría social hoy**. México, CNCA y Alianza Editorial.
- HAWTHORN, Geoffrey (1995). **Mundos plausibles, mundos alternativos**. Londres, Cambridge University Press.
- IANNI, Octavio (1998). **La sociedad global**. México, Siglo XXI.
- IBAÑEZ, Jesús (1998). **Nuevos avances en la investigación social**. Barcelona, Proyecto a Ediciones.
- IBAÑEZ, Jesús (1994). **El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden**. Madrid, Editorial Siglo XX.
- LUHMANN, Niklas (1998). **Teoría de los Sistemas Sociales (artículos)**. México, Universidad Iberoamericana-ITESO.
- MORIN, Edgar (1998). **Mis demonios**. Barcelona, Editorial Kairós.
- MORIN, Edgar (1997). "La necesidad de un pensamiento complejo", en González Moena, Sergio (compilador), **Pensamiento complejo. En torno a Edgar Morin, América Latina y los procesos educativos**. Colombia, Cooperativa Editorial Magisterio.
- MORIN, Edgar (1992^a). **El método. Las ideas**. Madrid, Editorial Cátedra.
- ROLDAN Castro, Ismael (1999). **Caos y comunicación. La teoría del caos y la comunicación humana**. Sevilla, Edición y Comunicación.
- ORTIZ, Renato (1999). "Ciencias sociales, globalización y paradigmas", en Reguillo, R. y Fuentes, R. (coords.), **Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura**. México, ITESO.
- ROBERTSON, Roland y Garret, William (1991). "Religion and Globalization: an introduction", en Robertson, R. y Garret, W. (eds.), **Religion and global order**. New York, Parangon House Publishers.
- SINCLAIRE, John (2000). **Televisión: comunicación global y regionalización**. Barcelona, Editorial Gedisa.

SANCHEZ Ruiz, Enrique (1988). "Presentación", en Sánchez R., E. (compilador), **La investigación de la comunicación en México**. México, Edicom y Universidad de Guadalajara.

SAVATER, Fernando (1996). **Diccionario Filosófico**. México, Editorial Planeta.

SFEZ, Lucien (1995). **Crítica de la comunicación**. Buenos Aires, Editorial Amorrourtu.

VARELA, Francisco (2000). "El círculo creativo. Esbozo histórico-natural de la reflexividad", en Watzlawick y Et. Al., **La realidad inventada. ¿Cómo sabemos lo que creemos saber?** Barcelona, Editorial Gedisa.

VASSALLO de Lopez, Maria Immacolata y Fuentes N., Raúl, "Introducción", en Vassallo de Lopez, M. y Fuentes, R. (compiladores), **Comunicación. Campo y objeto de estudio**. México, ITESO.

VILCHES, Lorenzo (2001). **La migración digital**. Barcelona, Editorial Gedisa.

WALLERSTEIN, Immanuel (2001). **Conocer el mundo, saber el mundo. El fin de lo aprendido. Una ciencia social para el siglo XXI**. México, Editorial Siglo XXI, UNAM y Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades.

WALLERSTEIN, Immanuel (1999). "Social sciences in the twenty-first century", Fernand Braudel Center. Bajado de: <http://fbc.binghamton.edu/iwunesco.htm>

WALLERSTEIN, Immanuel (1999^a). "Dilemas del capitalismo contemporáneo. Las ciencias sociales y la geopolítica del siglo XXI", en **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas**. Universidad de Colima, época II, Volumen V, No. 9, diciembre.

WALLERSTEIN, Immanuel (1998). **Impensar las ciencias sociales**. México, UNAM-Editorial Siglo XXI.

CCC
AI
DZ68

From: "Eugenio Gomez" <orezas@hotmail.com>
To: cromo@iteso.mx
Date sent: Tue, 12 Feb 2002 17:05:31 +0000

cristina

te mando el texto que escribi como presentacion de la mesa que me toco coordinar en el encuentro. me parecio que el orden por aparecer de las conferencias podria ser el mismo que se presentaron en el mismo encuentro (y asi los presento en este texto):

primero el de javier esteinou.
segundo, elizabeth bellon
tercero, oscar rodriguez
cuarto, jesus galindo

si recuerdas, el de lisset navarro no se presento porque ella no fue, por lo que no lo incluí. si tienes alguna observacion, me la hace saber.

un abrazo

hector

Descargue GRATUITAMENTE MSN Explorer en <http://explorer.yupimsn.com/intl.asp>

| |
|---------------------------------------|
| NOMBRE DEL ARCHIVO |
| Eje2-Mónica.doc |
| uaem1.doc |
| PonenciaUniversidadLoyola-CONEICC.doc |
| CONEICCUDEM.doc |
| PonenciaUNIVAHabíaunavez.doc |
| UVMTlalpanComunicación(1) |
| VicenteCastellanos.html |
| CONVOCATORIA4OCTUBRE.doc |
| Ensayo,mesadetrabajo.sdw |
| ponenciaahconeicc.doc |
| participaciónjefadedepto.doc |

| |
|--|
| Académico1.doc |
| Octavio Islas.doc |
| EnsayoEmmaConeicc.doc |
| MOM.doc |
| Ponencia MónicaRangel.htm |
| Juan Carlos Ayala.html |
| DEMANERAS COMUNICATIVASY APUESTASDEINVESTIGACION.doc |
| Investigación,escuelasystudiantes decomunicación-Apunte...doc |
| Elprocesodeformaciónen |

| |
|---------------------------------|
| lasescuelasdecomunicación...doc |
| participaciónalumno.doc |
| Batichica.doc |
| ENSAYOPARACONEICC(1)Kareem.doc |
| DocumentoparaMéxico(1).doc |

"Ensayo,Mesadetrabajo.sdw".
specha. Todo lo demás cuadra

**PONENCIA CONEICC
COMUNICACIÓN Y CIUDAD**

**LA IMPORTANCIA DE INCLUIR EL TEMA DE LOS ESPACIOS
URBANOS EN LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACIÓN
SOCIAL.**

FELICIDAD BONILLA GOMEZ
PROFESORA DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
DE LA U.A.GUERRERO.

Si entendemos que la ciudad es un espacio creado por el hombre para vivir en sociedad, es entonces una expresión de su cultura que lo diferencia de otras. Francisco Davara señala que la creación de la ciudad ofrece una representación de la sociedad que la hizo posible, definida por unos espacios urbanos determinados, modelos de la visión e idea del mundo compartida por sus creadores y habitantes”.

De acuerdo a lo anterior entendemos que el espacio urbano es en si un conjunto de mensajes, por un lado su estructura física, que la conforma su distribución territorial, sus calles, sus edificios y por otro los usos que de ellos

hacen sus habitantes de acuerdo a las costumbres y tradiciones, los sentimientos y actitudes, en general las formas de vida social que configuran su vida social.

Es decir, las ciudades en si las podemos entender como mensajes estructurados, y como ámbitos comunicacionales.

Para los comunicadores es importante entender y comprender estos dos aspectos ya que aportan nuevos elementos a la generación y aplicación de conocimientos en el ámbito de la comunicación social y que pueden ser de utilidad no sólo a quienes trabajamos esta especialidad. Si no aportar información importante a la ciencia urbana y entrar en diálogo fructífero con especialistas en asentamientos humanos

En la Facultad de Ciencias de la Comunicación existe las asignaturas de Comunicación Urbana, e Investigación en Comunicación Urbana que corresponden al área teórico metodológica del plan de estudios que esta por concluir y cuya función es la de proporcionar a los estudiantes un espacio de reflexión e indagación sobre los fenómenos particulares de los fenómenos y procesos de comunicación que se dan específicamente en las ciudades. Quiero aclarar que en el plan de estudios que este año escolar estamos iniciando ya estas asignaturas no existen como tal, sus contenidos están incluidos en la asignatura Comunicación Comunitaria y en el Seminario del mismo nombre, este cambio se hizo básicamente para dar flexibilidad al plan de estudios y sea el aprendente quien elija si desea aplicar sus conocimientos en el ámbito urbano o en el rural.

Esta asignatura se ha venido trabajando básicamente en la solución de problemas concretos que se presentan en las ciudades de Chilpancingo, Iguala y Acapulco, coordinados con Protección Civil, el Programa de Respuesta Inmediata y la Secretaría de la Juventud del Gobierno del estado de Guerrero y los respectivos Ayuntamientos.

Con protección Civil y el programa de Respuesta Inmediata, se realizaron campañas dirigidas a los habitantes de las barrancas, consideradas zonas de alto riesgo para su seguridad en época de lluvias. Y con la Secretaría de la Juventud con los programas contra las adicciones y para prevenir embarazos precoces.

Para decidir que estrategia comunicacional en concreto se debería aplicar utilizamos algunos elementos que metodológicos de Francisco Javier Davara, quién señala que para conocer cuales son los espacios que facilitan los procesos comunicativos es necesario identificar los siguientes elementos:

- ❖ Identificar de los espacios significantes urbanos; el uso y comportamiento de los habitantes ante ese entorno inmediato
- ❖ Identificar los espacios de uso público (fijos – causales), privado (prohibidos- variables.)
- ❖ Clasificación de ámbitos comunicacionales: Canales de información, lugares de intercambio de comunicación.
 - Por canales de información se entiende a las vías de una ciudad por las cuales se desplazan sus habitantes de forma potencial o habitual.

- Los lugares de intercambio son aquellas intersecciones del camino, el zócalo, parques etc. lugares de concentración donde las personas se paran conversan, comentan temas de actualidad y de su interés.

Esto es con la finalidad de usar medios de comunicación alternativos con mensajes más directos que tengan que ver con los problemas de un sector de una ciudad en concreto, (barrios o colonias) y que puedan ser reforzados por las redes de comunicación cotidiana de esa población.

Esto ha permitido que entendamos que aun cuando hay problemas que afectan a una ciudad en general, hay sectores de la misma que se ven mas afectado que otros y es necesario aplicar estrategias especificas para esos lugares y que se pueden reforzar con campañas en los medios masivos.

Aguascalientes, Octubre 2001

CCC
AI
0268

ENSAYO PARA CONEICC.

¿POR QUÉ ESTUDIAS COMUNICACIÓN?

ELEGÍ LA CARRERA DE COMUNICACIÓN PORQUE CREO QUE ES UNA CARRERA CON MUCHO FUTURO, YA QUE EN NUESTRA ÉPOCA EL RECURSO MÁS VALIOSO ES LA INFORMACIÓN Y SIN DUDA DURANTE EL DESARROLLO DE MI CARRERA APRENDERÉ COMO MANEJAR LA INFORMACIÓN.

POR OTRO LADO LO QUE ME IMPULSÓ A ESTUDIAR ESTA CARRERA ES UNA ESPECIE DE SUEÑO UTÓPICO ESPERO ALGÚN DÍA ALCANZAR, Y ESTE ES EL PODER VER LOS MEDIOS LIBRES DE VICIOS Y CORRUPCIÓN, PRESENTANDO LA VERDAD Y NO SOLO DISTRACCIONES, DEJANDO A UN LADO EL AMARILLISMO Y EL SENSACIONALISMO, CUMPLIENDO CON SU DEBER ANTE LA SOCIEDAD, EL DEBER DE INFORMAR, ENTRETENER, EDUCAR DE LA MEJOR MANERA POSIBLE, CON PROGRAMAS REALMENTE CLASIFICADOS DE ACUERDO A LAS EDADES, CAPACES DE CENSURAR AQUELLO QUE REALMENTE NO ENSEÑA NADA MÁS QUE MALOS HÁBITOS, LOS CUALES SON TRANSMITIDOS IMPUNEMENTE A LOS PEQUEÑOS, QUIENES SIN DUDA SON EL FUTURO DE ESTE MUNDO Y DESDE MUY TEMPRANA EDAD ESTÁN SIENDO EXPUESTOS A LA VIOLENCIA, LA CORRUPCIÓN, DROGAS, ALCOHOL, SEXO ENTRE OTRAS MUCHAS OTRAS COSAS QUE HOY EN DÍA SON SIMPLEMENTE PARTE DE LA VIDA COTIDIANA AUN CUANDO NO DEBERÍA SERLO. Y ASÍ COMO ESPERO QUE TODO LO ANTERIOR SEA CENSURADO, TAMBIÉN AÑORO QUE TODO LO RELEVANTE, IMPORTANTE Y VITAL PARA CONSTRUIR UN FUTURO MEJOR SEA TRANSMITIDO, Y EMPECEMOS A CONOCER LO QUE LIBERTAD DE EXPRESIÓN SIGNIFICA REALMENTE, EVITANDO A TODA COSTA EL LIBERTINAJE QUE CONOCEMOS HOY COMO LIBERTAD.

ESTAS SON LAS RAZONES QUE ME IMPULSAN HOY A ESTUDIAR COMUNICACIÓN, SON EL COMBUSTIBLE PARA EL FUEGO Y LA PASIÓN QUE

ARDE EN MI POR ESTA CARRERA, BUSCANDO SIEMPRE ALGO MEJOR, BUSCANDO LA VERDAD, PORQUE EL DÍA QUE CONOZCAMOS LA VERDAD SEREMOS LIBRES.

MIS PROYECTOS A CORTO Y MEDIANO PLAZO.

CREO QUE EL PROYECTO MÁS TANGIBLE A CORTO PLAZO ES EL SEGUIR ESTUDIANDO, Y BUSCAR DAR LO MEJOR DE MI DÍA A DÍA. PARA MI UN PROYECTO A CORTO PLAZO INVOLUCRA UN PERÍODO DE MÁXIMO DOS AÑOS...DENTRO DE DOS AÑOS TENDRÉ VEINTE DE EDAD, Y ESTARÉ EN EL SÉPTIMO SEMESTRE DE MI CARRERA, A PUNTO DE TERMINAR, ¿QUÉ ES LO QUE ESPERO CUBRIR EN ESE TIEMPO? PUES BIEN ACADÉMICAMENTE ESPERO TENER UN BUEN PROMEDIO, CALIDAD EN MIS TRABAJOS, PASIÓN POR LO QUE HAGO; Y PODER DOMINAR OTRO IDIOMA APARTE DEL INGLÉS; PERSONALMENTE: RELACIONES SÓLIDAS, UNA VISIÓN CLARA DE LO QUE HARÉ AL TERMINAR MI CARRERA, LLEVARME BIEN CON MI FAMILIA Y AMIGOS SIN IMPORTAR DONDE NOS ENCONTREMOS, NI POR LO QUE HAYAMOS PASADO, SER UNA MUJER TRANSPARENTE, UN LIBRO QUE CUALQUIERA QUE SE ACERQUE PUEDA LEER, CAPAZ DE AMAR A LOS QUE ME RODEAN, Y DE VIVIR Y MORIR POR LO QUE CREO, POR QUIENES AMO, Y POR QUIENES ME AMAN. PROFESIONALMENTE ESPERO ESTAR TRABAJANDO, Y CONSTRUYENDO COMO UNA REALIDAD EL SUEÑO QUE ME IMPULSÓ A ESTUDIAR COMUNICACIÓN.

EN CUANTO A LOS PROYECTOS A MEDIANO PLAZO, DIGAMOS QUE SON AQUELLOS QUE ABARQUEN MAS O MENOS DE AQUÍ A CUATRO AÑOS, ASÍ ES QUE ACADÉMICAMENTE DEBO HABER TERMINADO MI CARRERA Y COMENZADO ALGUNA MAESTRÍA O ESPECIALIDAD, TAL VEZ INCLUSO OTRA CARRERA, Y POR SUPUESTO UN IDIOMA MÁS. PERSONALMENTE CREO QUE MIS PROYECTOS NO VARÍAN MUCHO, SI ACASO CREO QUE LO QUE CAMBIARÍA ES QUE PARA ESE ENTONCES PUEDA YO TENER UNA RELACIÓN

MAS O MENOS SERIA CON ALGUIEN, Y OBVIAMENTE QUE LAS RELACIONES DE AMISTAD PRESENTES SEAN MAS FUERTES DE LO QUE SON HOY. PROFESIONALMENTE: TRABAJAR, EN UN BUEN LUGAR, CON UN BUEN SUELDO, PERO SOBRE TODO CON LIBERTAD PARA ESCRIBIR, PUBLICAR Y DECIR LO QUE REALMENTE ES Y NO LO QUE LOS DEMÁS DESEAN OÍR SOLAMENTE.

¿CÓMO VISUALIZO EL EJERCICIO DE LA PROFESIÓN?

SÉ QUE NO SERÁ FÁCIL, YA QUE LA OFERTA DE COMUNICADORES CRECE EN MANERA INCREÍBLE, SIN EMBARGO ME VEO PRODUCIENDO PROGRAMAS, ESCRIBIENDO ARTÍCULOS, E INCLUSO ALGÚN LIBRO; PLASMANDO EN CADA UNO DE ELLOS LA VERDAD, SIN IMPORTAR LAS CONSECUENCIAS DE ESTA, OLVIDANDO LA VERDAD RELATIVA DE HOY Y RETOMANDO LA VERDAD ABSOLUTA DE ANTAÑO.

EN MUCHAS FORMAS ME VISUALIZO LUCHANDO, NADANDO EN CONTRA DE LA CORRIENTE CONTAMINADA QUE PREDOMINA EN LOS MEDIOS ACTUALMENTE, PERO SALIENDO AIROSA DE CADA SITUACIÓN.

SOBRE TODO LLEGANDO A LA RAÍZ DE LAS COSAS, TRATANDO DE OFRECER UN SENTIDO A LA VIDA BASADO EN LA VERDAD, UN PORQUE A LO QUE SUCEDE, DESBANCANDO MITOS, AUN SABIENDO QUE LA VERDAD TIENE UN COSTO ALTO, TAL VEZ POR ESO SON POCOS LOS QUE SE ATREVEN A BUSCARLA, MENOS AUN SON AQUELLOS QUE SE ATREVEN A GRITARLA A LOS CUATRO VIENTOS, PORQUE DE SEGURO LES COSTARÍA LA VIDA, NO SOLO EN EL SENTIDO DE PODER MORIR, SINO TAMBIÉN EN EL SENTIDO DE QUE AQUELLOS QUE CONOCEN LA VERDAD JAMÁS PODRÁN VIVIR DE LA MISMA FORMA QUE HAN VIVIDO ANTES DE ELLA.

YO ESTOY DISPUESTA A PAGAR ESE PRECIO, PORQUE HE DESCUBIERTO QUE ES MÁS ALTO EL COSTO DE VIVIR LEJOS DE LA VERDAD.

¿EN QUÉ CAMPO QUIERO TRABAJAR?

EL CAMPO POR EL QUE MÁS ME INCLINO ES EL DE LOS MEDIOS IMPRESOS, CREO QUE ES INCREÍBLE LA FUERZA QUE UNA PALABRA TOMA UNA VEZ QUE ES PLASMADA CON TINTA, YA QUE SIN DUDA UNA PALABRA ESCRITA TIENE LA POSIBILIDAD DE SOBREVIVIR A TRAVÉS DE INCONTABLES GENERACIONES, POR ESO QUIERO ESCRIBIR, NO SOLO A LA MANERA ANTIGUA, SINO TAMBIÉN POR INTERNET.

AUN CUANDO SUENE ALGO UTÓPICO, POCO REAL ME GUSTARÍA SER ESCRITORA, UNA ESCRITORA CUYAS OBRAS TRASCIENDAN, MÁS ALLÁ DE SU VIDA.

POR LO ANTERIOR EL CAMPO QUE MAS ME ATRAE SON LOS MEDIOS IMPRESOS, PERO SI NO TRABAJARA EN ESTO TOMARÍA LA PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN O DE RADIO, AMBOS ME AGRADAN, Y SI TUVIERA LA OPORTUNIDAD DE ELEGIR ENTRE CONDUCIR UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN Y UNO DE RADIO CREO QUE ME QUEDARÍA CON EL DE RADIO.

EN CONCLUSIÓN ME VEO TRABAJANDO NO EN PUBLICIDAD O EN UNA EMPRESA SINO EN LOS MEDIOS.

YO SE QUE POR AHÍ SE DICE QUE NO SE PUEDE TENER TODO EN LA VIDA, SIN EMBARGO ESPERO PODER LOGRAR TODO LO ANTERIOR Y JAMÁS LLEGAR AL PUNTO EN EL QUE TENGA QUE ELEGIR ENTRE PUBLICAR O PRODUCIR LO QUE LOS PATROCINADORES DESEAN O BIEN TRABAJAR POR MI CUENTA CON MIS PROPIOS RECURSOS, Y SIN EMBARGO NI POR UN MOMENTO DUDO QUE ELEGIRÍA MIL VECES TRABAJAR POR MI CUENTA QUE HACER ALGO EN CONTRA DE LA VERDAD.

¿CÓMO CONSTRUYES TU REALIDAD COTIDIANA COMO ESTUDIANTE DE COMUNICACIÓN?

A BASE DEL PASADO, DEL PRESENTE Y DEL FUTURO, ES DECIR TOMANDO EN CUENTA LAS EXPERIENCIAS PASADAS, PARA NO COMETER LOS MISMOS ERRORES Y PARA DARME CUENTA DE PORQUE SOY COMO SOY; VIVIENDO EL HOY COMO SI SÓLO EXISTIERA ESO, PERO PENSANDO EN QUE SI ME ENCUENTRO CON UN MAÑANA LO QUE HICE HOY LE AFECTARA.

PASO TIEMPO CON MI FAMILIA, AMIGOS Y COMPAÑEROS, ASISTO A CLASES, BUSCO APRENDER DE LOS MAESTROS NO SOLO ACERCA DE LAS MATERIAS QUE ME IMPARTEN, SINO DE LA VIDA MISMA, COMPARTO CON LOS DEMÁS LO MUCHO O LO POCO QUE PUEDA, ME INFORMO, Y DISFRUTO.

TRATO DE DESARROLLAR MIS HABILIDADES Y GUSTOS. ESCRIBO POR EL SOLO PLACER DE HACERLO, Y TOMO CLASES DE PIANO NO PORQUE SEA BUENA EN ELLO, SINO PORQUE LO DISFRUTO, Y ME RELAJA, TOMO TIEMPO PARA MI MISMA, REFLEXIONO SOBRE LO QUE HE HECHO, Y LO QUE PLANEEO HACER.

DISFRUTO LO QUE TENGO, SUEÑO, ANHELO Y VEO HACIA DELANTE EN BUSCA DE SER UNA MEJOR PERSONA DÍA A DÍA NO SOLO POR MI SINO POR AQUELLOS QUE ME AMAN, Y QUE AMO.

CCC
AI
0268

Apunte para la Mesa de Trabajo:
Escuelas de Comunicación: La mirada institucional.

Alejandro Hernández
Director de la
Escuela de Periodismo Carlos Septián García.

1. Modelo Educativo.

Las experiencias de la Escuela de Periodismo Carlos Septián García en cuanto a la planeación curricular se caracterizan por una necesidad permanente de revisar el Plan de Estudios, en primer lugar, desde luego, como un imperativo de la actividad académica, inspirada siempre en el espíritu de responder adecuadamente a las expectativas y requerimientos del alumnado, y, en segundo lugar, por la dinámica profesional de la carrera que impartimos, cuyas transformaciones sociales y tecnológicas demandan de nosotros una actualización constante.

En ocasiones, la revisión conduce a realizar adecuaciones menores o de alcance medio para ajustar contenidos de algunas materias en cuanto a sus programas de trabajo. En otras, se trata de cambios de fondo que implican la transformación del Plan de Estudios, lo que desde luego tiene una periodicidad más amplia.

Actualmente, nos encontramos en un proceso de reforma a nuestro Plan de Estudios con el objetivo de responder satisfactoriamente a los nuevos desafíos académicos como resultado de los cambios registrados en la sociedad y en las nuevas circunstancias del periodismo en México. Nos hemos propuesto que este nuevo Plan

entre en vigor en el ciclo lectivo que se inicia en septiembre de 2002.

La formación de periodistas, de acuerdo con nuestra experiencia y nuestra visión, debe darse en tres vertientes complementarias:

Se trata, por una parte, de proporcionar a nuestros alumnos una sólida preparación tecnológica, que incluye tanto el conocimiento y ejercicio de la técnica periodística como de los instrumentos que la tecnología de hoy ha puesto a disposición de los medios masivos de información.

En segundo término, nos empeñamos en dar a nuestro alumnado una formación axiológica, habida cuenta de que el ejercicio del periodismo está vinculado estrechamente al ejercicio de la libertad y, por lo tanto, su práctica implica la comprensión de complejos mecanismos de expresión humana que afectan de una u otra forma a los consumidores de información y a la sociedad en general.

Así, la formación deontológica es uno de nuestros mayores compromisos tanto con la comunidad como con los medios de información y con el propio alumno. La enseñanza del periodismo no se explicaría sin el elemento axiológico y ético como parte integrante de la construcción de una conciencia social imprescindible para el periodista, respecto de su responsabilidad, de la trascendencia de su actividad y de su influencia en la vida nacional.

En tercer término, aportamos a nuestros alumnos el conocimiento fundamental de las ciencias sociales, debido a que el periodismo está inmerso en todas las actividades del ser humano en cuanto afectan la vida en común, es decir, en cuanto tienen expresiones públicas que inciden en la sociedad. Esta vertiente, la axiológica, está orientada a fortalecer en el alumno su capacidad de percepción, comprensión y valoración de cuanto ocurre.

Nos basamos en el hecho de que el periodista no es un mero espejo inanimado de los hechos públicos, sino una persona que sólo puede presenciar, investigar y transmitir los acontecimientos a partir de su capacidad de interpretar y valorar la información que, por supuesto, no es de su propiedad sino patrimonio colectivo.

Estas tres vertientes, tecnológica, axiológica y epistemológica, enunciadas aquí en un obligado orden que sin embargo no implica mayor o menor importancia, hacen posible una formación integral de los estudiantes que aspiran a vivir de y para el periodismo.

Para lograr la integración de conocimiento y el desarrollo de habilidades, combinamos de manera permanente la teoría y la práctica: la primera, para dar un marco conceptual que estimamos fundamental para una verdadera formación profesional; la segunda, para acercar a nuestros alumnos a lo que será su desempeño en los hechos, de manera que la academia contribuya eficazmente a la preparación de profesionales de la información.

A través de la práctica, los alumnos confrontan su visión conceptual y sus herramientas técnicas con la realidad, tan propicia a sorprendernos siempre con fenómenos nuevos, especialmente porque nuestra materia prima, los hechos, no se sujetan a la estadística sino a la sorpresa de la novedad y oponen un permanente desafío a nuestra capacidad de asombro.

Para lograr la necesaria consistencia docente enfrentamos el problema, común a todas las escuelas de periodismo, de que los periodistas en ejercicio suelen carecer del control de su tiempo, de tal forma que en ocasiones se presentan problemas de asistencia que es necesario atender de inmediato.

Lo relevante, sin embargo, no son las soluciones casuísticas de emergencia, sino la instrumentación de diversas medidas para el

establecimiento de un sólido compromiso con la planta docente y la definición de criterios para la contratación de maestros, de manera que hemos logrado asistencia docente casi al cien por ciento sin renunciar a que una gran proporción de nuestro claustro de maestros esté integrado periodistas en ejercicio.

Así, estamos por iniciar un programa que asegure la formación continua y consistente de maestros que a su vez constituirán, como ya muchos lo hacen, el soporte básico de nuestras tareas académicas.

La población escolar de esta Institución se ha mantenido en los últimos años en un promedio de 500 alumnos, divididos en 12 grupos. Anualmente, cada generación de egresados varía entre 130 y 100 personas.

Cada semestre contamos con una planta docente de entre 42 y 46 maestros, de los cuales 15% son profesores de tiempo completo y los restantes son contratados por horas-clase.

En cuanto a su formación, 50% son egresados de las carreras de periodismo y de ciencias de la comunicación, la mayoría, por cierto, exalumnos de la propia Septién. El 50% restante tiene formación en ciencias sociales.

2. Investigación.

Hasta ahora, las actividades de investigación han tenido únicamente propósitos académicos y de difusión interna.

Actualmente, en atención a la reforma académica que hemos emprendido, todo el esfuerzo de investigación se está orientando a este propósito.

A partir del año próximo, esta rama de la Escuela se fortalecerá no sólo a través de la intensificación de las actividades sino mediante la difusión de los trabajos en revistas especializadas y, fundamentalmente, mediante la publicación de libros sobre periodismo y comunicación con el sello de Ediciones Septién García. Nuestro programa prevé la publicación de 5 títulos durante el año 2002.

3. Entorno.

El actual marco normativo que rige el desempeño de los medios masivos de comunicación, y que por lo tanto acota el trabajo de los profesionales del periodismo, ha quedado rezagado respecto de las nuevas realidades sociales, económicas y políticas del país, así como debido a las transformaciones tecnológicas que han incidido en el alcance, rapidez e influencia de los medios.

Con una Ley de Imprenta con más de ochenta años de vigencia y una Ley Federal de Radio y Televisión que data de los años sesenta, el ejercicio del periodismo ha superado, en los hechos, las restricciones que la propia normatividad impone y que no guardan una relación concomitante con la realidad actual.

Adicionalmente, los espacios de libertad son ahora mucho más amplios que en el pasado, como producto de los cambios sociales y políticos de las últimas dos décadas. Así, estos nuevos espacios requieren de una mayor responsabilidad y conciencia social para prevenir y evitar excesos.

De acuerdo con las circunstancias actuales, habría que llevar a cabo un proceso de redefiniciones en diversos ámbitos, por ejemplo, la validez o invalidez de las intromisiones a la vida privada, el manejo de los rumores en los medios, el secreto profesional, la cláusula de conciencia, la difusión de la violencia, la exaltación de la delincuencia, el derecho a la información, entre otros.

Ante la carencia de una actualización de la normatividad y el recurrente rechazo de los medios para que ésta se realice, los propios medios, en algunos casos, han emprendido el camino de la autorregulación para fijar una línea de conducta. Por esta razón han surgido los códigos de ética y los manuales de estilo, como instrumentos para normar la actuación de los periodistas. Suele ocurrir, sin embargo, que los directivos de los medios ordenen excepciones, por lo que la autorregulación sólo cumple parcialmente su propósito. Una norma que se aplica casuísticamente deja de serlo. En consecuencia, con todo y que representan un avance, las disposiciones internas no están resolviendo el problema de la ausencia de actualización del marco normativo.

El nuevo entorno político, en cuya configuración los medios representaron un papel relevante, ha hecho que periódicos, noticiarios de radio y televisión, y ahora los portales de internet, vuelvan su atención hacia sus receptores, ya que su dependencia del poder público ha tendido a disminuir.

Este es un cambio de gran significado: si en otro tiempo los medios sirvieron al poder en turno porque de él dependían, ahora esa dependencia se ha trasladado hacia la preferencia de los receptores, lo que implica una expectativa de que la calidad de la información, y no su apego a las disposiciones oficiales, serán la pauta para la permanencia o la desaparición de medios.

Aunque hubo quien afirmó, en su momento, que esta nueva realidad propiciaría la reducción del mercado laboral para los profesionales de la información, la realidad demuestra que no es así. Siguen surgiendo medios de todos los tamaños y formatos, y la competencia ahora está obligando a la búsqueda de transformaciones en el periodismo, conscientes todos de que son los receptores los que decidirán, a través de su preferencia, si un periódico o un noticiario debe o no permanecer.

Por supuesto, la publicidad sigue siendo el sostén de los medios, pero ahora en función de la penetración y presencia pública de cada uno de ellos, vinculada al universo de lectores o la cantidad y perfil de su audiencia.

La proliferación de instituciones de educación superior que ofrecen la carrera de licenciado en ciencias de la comunicación, periodismo u otras similares puede ser resultado de una moda. Pareciera que ahora estudiar comunicación o periodismo fuera por sí mismo símbolo de estatus y motivo de expectativas orientadas a la fama, el reconocimiento público, el poder o la influencia social.

Aun cuando así fuera (lo es en muchos casos), el mercado laboral parece seguir ofreciendo posibilidades de crecimiento y recepción para una gran cantidad de egresados. Contrariamente a lo que los números aparentan revelar, los titulados en estas materias tienen mucho campo de trabajo, especialmente si se considera, además de los medios tradicionales, a la internet, las oficinas de prensa, de comunicación social y de relaciones públicas, en las que un profesional de la comunicación puede emprender una carrera con amplias expectativas de desarrollo.

Así como la demanda cuantitativa todavía tiene terrenos por explorar, la demanda cualitativa sigue siendo la mejor opción como generadora de oportunidades. Por una parte, la calidad del egresado es, por supuesto, determinante; por otra, la especialización es ahora una constante del periodismo, a tal grado que puede preverse que en algunos años los medios estarán más interesados en contratar a un egresado con alguna especialidad que en buscar, permítaseme la expresión, a un periodista general.

En consecuencia, el diseño e impartición de cursos, diplomados, maestrías, por parte de las instituciones formadoras de comunicadores, representa para éstas una oportunidad de

fortalecimiento de su oferta académica y una imperiosa necesidad de los profesionales del periodismo y de las empresas empleadoras.

Aunque parezca paradójico, existe aún un importante margen de escolarización en el campo periodístico, ya que con frecuencia los periodistas en ejercicio, hayan o no cursado una carrera profesional, demandan servicios de actualización o de especialización que pueden cubrir las instituciones educativas siempre que sus cursos, programas y maestros estén a la altura de las expectativas.

Independientemente de que nosotros somos los primeros en percibir que nuestro actual Plan de Estudios requiere de una reforma, nos parece que la preparación que ofrecemos a nuestros alumnos ha encontrado una correspondencia básica con los requerimientos de los medios y de otros empleadores, como lo demuestra el hecho de que una gran proporción de nuestros egresados se desempeña en actividades propias de su profesión o afines a su carrera. Hay exalumnos de la Septién en periódicos y revistas, radio y televisión, portales de internet, agencias informativas, oficinas de prensa y comunicación social, e incluso en empresas de relaciones públicas o publicidad.

Asimismo, una parte importante de nuestros exalumnos mantiene vínculos con la Septién, algunos como maestros y otros como profesionales a los que les interesa retroalimentar a la institución respecto de las realidades que encuentran en el ejercicio del periodismo.

Para fortalecer y ampliar esta red de vínculos, estamos integrando un directorio de exalumnos, que al momento tiene registrados a 1,527. El registro incluye sus principales datos laborales y personales. A partir de enero, iniciaremos diversos programas de información y retroalimentación con estos egresados a fin de mejorar la comunicación con ellos, mantener su sentido de pertenencia y beneficiarnos con sus experiencias y sus sugerencias.

En cuanto al grado de satisfacción profesional de nuestros alumnos, éste muestra notorias variaciones. Con frecuencia, encontramos alumnos que hacia al final de la carrera manifiestan dudas respecto de la utilidad de sus estudios y que después de uno o dos años de ejercicio profesional nos expresan una percepción favorable.

Aunque reconocemos siempre la necesidad de mejorar nuestra oferta formativa, la proporción de exalumnos que manifiestan su satisfacción están por encima de 70%.

4. Expectativas.

Más allá de que la comunicación y el periodismo, entre otras, se han convertido en las *carreras de moda*, tenemos la convicción de que junto a profesiones vinculadas con las telecomunicaciones, la informática, la biotecnología y la robótica, la comunicación y el periodismo serán *el tema*, cuando menos, de las próximas dos décadas.

Desde luego, esta vigencia implicará transformaciones. Está por verse, por ejemplo, cómo se resuelve la convergencia temporal de la cultura del papel con la cultura de la electrónica. Si esta coexistencia perdurará por años o por décadas, si el papel cederá frente a la exigencia de la inmediatez o a las demandas ecologistas, si luego de siglos el papel se convertirá en objeto de museo, son dudas válidas que, sin embargo, nos parece que no se resolverán al corto plazo.

Hasta ahora, la experiencia muestra que la radio no se acabó con el surgimiento de la televisión, ni el cine desapareció con la tecnología del video, como ninguno ha sucumbido al embate de la internet. En todo caso, el periodismo se ha colocado como un servicio preponderante en cada medio y sus profesionales están preparados para mantener su vigencia aun en el caso de que alguno de ellos quedara atrapado en la obsolescencia.

Como los profesionales del periodismo, la Septién ha ido evolucionando con las diversas etapas de la comunicación, y está preparada para enfrentar las circunstancias que pudieran presentarse en cuanto a cambios tecnológicos o de preferencia de los receptores. Por ello estamos formando periodistas que sean capaces de ejercer su especialidad en todos los medios actuales, y estamos estudiando las posibles modificaciones en los instrumentos de comunicación, las cuales serán vastas si se toma en cuenta la voz de los especialistas, quienes afirman que de toda la tecnología que estará vigente dentro de diez años aún no se conoce el 80%. Como para perder el sueño... o como para estar alertas y dispuestos a enfrentar los cambios.

5. Principales rutinas que enfrentamos cotidianamente.

De acuerdo con lo apuntado en la primera página, la planeación curricular juega un papel determinante en el cumplimiento de nuestra obligación como formadores de periodistas. Si no se hace adecuadamente y si no se cierra el ciclo con procesos de evaluación y revisión, pronto perderá sus capacidades de respuesta.

La planeación curricular, por tanto, es una de nuestras obligaciones y oportunidades fundamentales.

Paralelamente, debemos ser capaces de ofrecer una apertura adecuada de especialización, en cantidad y calidad, de manera que los egresados de periodismo o de licenciaturas afines puedan optar por cursar estos diplomados o maestrías a fin de mantener o acrecentar sus expectativas laborales y de desarrollo personal.

Más que crecer en la matrícula, deberemos crecer cualitativamente en la licenciatura, y debemos estar en condiciones de ofrecer opciones serias de especialización o actualización.

Esto implica, entre otras obligaciones, atender el imperativo de mejorar nuestros equipos, laboratorios e instalaciones en general para acerca lo más posible a nuestros alumnos a la realidad que habrán de enfrentar como profesionales.

Tenemos que lograr, asimismo, la profesionalización del claustro docente por lo que hace a su actividad académica. Tenemos el doble reto de mantener y acrecentar el porcentaje de maestros que sean periodistas en ejercicio, a la vez que alentar su preparación pedagógica y su interés por su vocación magisterial. Nuestros maestros deben ser profesionales exitosos, en el mejor sentido de la expresión, y no fugitivos de su fracaso en el campo profesional, y deben tener a la docencia como una expresión esencial de su vocación.

En cuanto a la titulación, ésta constituye el factor que completa el círculo de la preparación de nuestros alumnos. Por ello, hemos proporcionado atención específica a la recepción profesional, mediante un área que alienta y propicia el mayor número de titulaciones, sin que ello implique recurrir al expediente fácil de reducir la exigencias de este proceso.

A partir de que la Septién obtuviera, en 1976, el reconocimiento de validez oficial por parte de la Secretaría de Educación Pública, el número de titulados varió sustancialmente hasta alcanzar su mayor cantidad en 1993, cuando se titularon 39.

Después de ese año, y gracias a las medidas instrumentadas, el número ha ido en aumento hasta alcanzar, en el año 2000, la cifra de 71.

Por otra parte, hemos intensificado el seguimiento personalizado de alumnos para detectar sus rezagos y alentar sus avances, así como para detectar vocaciones específicas, relacionadas con alguna vertiente del periodismo o de su preferencia por algún medio.

Asimismo, hemos incorporado el trabajo en equipo de los docentes para fomentar su sentido de pertenencia a un proyecto común, afinar los programas de trabajo y lograr congruencia temática de materias afines, en la inteligencia de que comparten un Plan de Estudios diseñado para proporcionar una formación integral.

Como puede advertirse, los desafíos del nuevo milenio implican en conjunto un gran reto para las instituciones formadoras de comunicadores. Seremos más capaces de enfrentarlos con éxito en la medida en que fortalezcamos nuestra comunicación y consolidemos nuestra unidad como instituciones afines, en cuyo objetivo el CONEICC tiene un papel y una responsabilidad fundamental.

CCC
AI
0268

ESCUELAS DE COMUNICACIÓN: LA MIRADA INSTITUCIONAL

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ATEMAJAC (UNIVA)

Lic. Alina García Barba

Jefa del Departamento de Comunicación

Modelo Educativo:

Currículo:

El origen de la carrera se remonta a los mismos orígenes de la institución, en la década de los sesenta, que aparece como escuela de periodismo, cuyos primeros egresados emergen en 1965.

Desde entonces el currículo ha sufrido diversas modificaciones, tanto de nombre como de contenidos. La última reforma curricular se llevó a cabo en mayo de 1994, de la cual surge el actual plan de estudios.

En estos momentos, se está en proceso de concluir el rediseño curricular y se espera que el nuevo currículo entre en vigor en enero del 2002.

La revisión curricular no ha sido metódica, ya que la misma universidad ha pasado por diversas transformaciones; sin embargo, en el presente año la revisión curricular se ha vuelto institucional y se espera que se lleve a cabo cada cinco años. Además, también se ha institucionalizado la evaluación permanente del currículo, para lo cual se ha creado una coordinación específica para ello.

En la UNIVA se trabaja bajo el sistema de créditos; todas las licenciaturas cubren poco más de 300 créditos, repartidos en 50 asignaturas.

En febrero del 2001 se presentó el documento del Modelo Curricular Operativo Departamental de la UNIVA, el cual rige ya a toda la institución; la estructura curricular se organiza de acuerdo a las características del sistema departamental adoptado por la universidad desde 1993, en dos fases o apartados de desarrollo educativo: el área de formación básica y el área de formación profesional.

Aunque actualmente el currículo plantea tres orientaciones: periodismo, comunicación organizacional y medios, éstas desaparecerán en el nuevo plan.

Esta decisión se basa en el estudio que se realizó sobre mapas laborales y por las necesidades mismas de la institución.

Modelo de enseñanza – aprendizaje:

El modelo pedagógico de la UNIVA se basa en la Pedagogía Interactiva que plantea un currículo con características que faciliten el aprendizaje, el desarrollo de las funciones autogestivas en el alumno y sobre todo, la relación universidad – entorno como medio para este aprendizaje.

El currículo interactivo otorga una gran importancia a seis elementos:

La relación docente – alumno. Es en este aspecto donde la Pedagogía Interactiva plasma la necesidad de establecer una estrecha relación a través del conocimiento profundo de las expectativas y de los deseos de ambos elementos de este binomio.

El conflicto cognoscitivo, el cual surge a partir del cuestionamiento de la realidad y la confrontación de esta realidad con las ideas preconcebidas, la experiencia y la teoría, del cual surge también la propuesta de cambio.

Las relaciones grupales, donde se plantea la necesidad del trabajo en equipos colaborativos como elemento sinérgico de aprendizaje.

Los intereses personales, origen de la investigación y que nacen a partir de las necesidades no sólo de la empresa y del rol que juega el alumno en ella sino a partir de necesidades de tipo social. La inquietud por cubrir estas necesidades proporciona elementos de vital importancia para desarrollar investigaciones que propongan soluciones a los problemas pero que igualmente puedan generar nuevas necesidades y con ello el progreso.

Las diferencias individuales, cuya atención se realiza a través de la tutoría académica y la atención personal.

La vinculación, que genera no sólo recursos informativos sino un espacio de aprendizaje más significativo para el alumno.

Metodología y herramientas:

Para hacer realidad el Modelo de Pedagogía Interactiva, la institución, y en especial el Departamento de Comunicación, ha implementado mecanismos específicos entre los que se destacan:

Operar con una estructura organizacional que apoya y facilita la interacción entre las diferentes áreas de desarrollo: investigación, vinculación, nuevos proyectos.

Contar con docentes que ejercen una profesión relacionada con la comunicación: periodistas, locutores, productores, publicistas, consultores en comunicación, productores, fotógrafos, etc.

Capacitar a los docentes, a través de tres diplomados: Pedagogía Interactiva, Investigación para la Docencia y Tecnología Educativa.

La institución difunde el modelo a través de una colección de textos, denominada Cuadernos de Pedagogía Interactiva.

Implementar un programa de Calidad en el Aula que cubre aspectos como cumplimiento con los programas de estudio.

Vincular las actividades académicas con el entorno a través de coloquios, talleres, foros.

Promover la participación de los alumnos en actividades extracurriculares como son la organización de congresos y la realización de un noticiero interno.

Difundir los productos de los alumnos a través de publicaciones como la Revista UNIVA y los Cuadernos de Investigación en Comunicación.

Contar laboratorios, equipo audiovisual y computacional para apoyar las actividades pedagógicas

Formación docente:

Desde su origen, la carrera se ha caracterizado por contratar profesionistas que ejerzan su oficio dentro de alguna área de la comunicación como la parte más fuerte de su planta docente; se podría afirmar que el cuerpo de maestros está constituido por un 80% de profesionistas y 20% de académicos de carrera.

Para desarrollar las habilidades docentes que se requieren, la universidad ofrece la ya mencionada formación en Pedagogía Interactiva; también se ofrece al maestro la oportunidad de ser becado para estudiar una de las dos maestrías relacionadas con el área, que la institución ofrece: Educación y Desarrollo Organizacional, así como la Maestría en Comunicación Social e Institucional o bien la maestría en Educación que también ofrece la UNIVA. De

igual forma, la Institución ofrece el apoyo económico y administrativo para que su planta docente curse en el Doctorado en Ciencias del Desarrollo Humano.

Por otra parte, a través del Departamento de Intercambio, los maestros pueden tramitar becas para estudiar algún curso de especialidad, en el extranjero. Varios de los académicos han estudiado o estudian alguna de las maestrías o especialidades que se ofertan en la ciudad, especialmente la que ofrece la Universidad de Guadalajara.

También se han otorgado becas a través del programa SUPERA.

Como apoyo adicional, el Departamento promueve la participación de alumnos y maestros en Congresos y eventos académicos relacionados con el campo de la comunicación.

Cada cuatrimestre se evalúa el desempeño docente, y a los maestros mejor evaluados se les otorga tanto un estímulo económico como un reconocimiento impreso.

Por último, para mejorar el perfil del docente, la UNIVA ofrece descuentos para estudiar idiomas en el Centro de Lenguas Extranjeras con el que cuenta. Actualmente estudian en él 1,500 personas aproximadamente.

La carrera de Comunicación se caracteriza por ser la de mayor población estudiantil; actualmente cuenta con 743 alumnos y en septiembre se esperan 180 de nuevo ingreso, ya aceptados que lograron la aprobación de más de mil puntos del examen College Board.

Número de académicos de tiempo y por horas:

Maestros de tiempo variable 37

Maestros planta 11

Técnicos laboratorios 7

Investigación:

Generación de conocimientos:

El Departamento de Comunicación cuenta con una coordinación de investigación cuyos objetivos particulares, para el presente año, son:

Elevar el aprovechamiento de las materias de la línea de investigación, a través de la presentación de al menos un proyecto de investigación, con calidad publicable, del 80% de los alumnos que cursen las asignaturas.

Finalizar el proyecto de rediseño curricular en mayo del 2001.

Finalizar el proyecto sobre la historia de la carrera de comunicación en diciembre.

Proponer al COECYTJAL un proyecto de investigación que vincule la empresa con la universidad.

Elevar el porcentaje de titulados por tesis profesional a un 50%, cuidando la calidad y pertinencia de los proyectos.

Apoyar a los docentes de la coordinación para que el 90% adquiera su grado de Maestría.

Establecer acuerdos de publicación de reportes de investigación, tanto de alumnos como de maestros, en al menos dos revistas nacionales y una internacional.

Mantener informados a los docentes del Departamento sobre las convocatorias nacionales e internacionales para presentar proyectos de investigación.

Representar a la UNIVA al menos en dos congresos de carácter nacional.

Lograr que la evaluación docente de la coordinación esté por arriba del 8.5.

Actualmente se están desarrollando los siguientes proyectos de investigación:

a)Códigos de ética periodística en México

Sintonizando...pasado, presente y futuro de la radio.

Perfil del Comunicólogo para el Siglo XXI.

Historia de la carrera de Comunicación en la UNIVA.

En dichos proyectos están participando siete maestros como investigadores.

Además, la coordinadora de investigación es responsable del proyecto Literatura y Teatro Populares del estado de Jalisco, en vinculación con la Secretaría de Cultura del estado.

Hasta hoy, los avances de los proyectos se han utilizado en el rediseño curricular de la carrera y en las clases relacionadas con los temas.

Un punto importante es el impacto que se ha tenido a nivel de alumnos; a través de las materias de investigación cada alumno desarrolla un proyecto de investigación que, en dado caso, puede servir como tesis.

Líneas y modalidades de trabajo

Actualmente no se han definido líneas específicas de investigación; sin embargo, la tendencia apunta hacia tres: comunicación política, medios y estudios culturales, específicamente, sociología de la comunicación.

La UNIVA financia los proyectos, en el caso de los docentes de tiempo variable, se pagan horas adicionales para que trabajen en investigación; por su parte, los docentes de planta son descargados de clases.

Vinculación interna:

Para difundir los productos generados por las investigaciones, se utilizan los siguientes mecanismos:

Revista UNIVA: se publican artículos, a manera de ensayos, en la revista institucional. Esta publicación es cuatrimestral.

Cuadernos de Investigación en Comunicación: a partir de septiembre del 2001, cada cuatrimestre se publicarán los reportes de investigación tanto de alumnos como de maestros. Su periodicidad será cuatrimestral.

Rediseño y actualización curricular: se difunden los resultados entre los docentes con la finalidad de que actualicen sus programas.

Foros especiales: cada cuatrimestre se organiza un foro interno sobre algunos de los temas que se están desarrollando.

Colaboraciones constantes con la Revista Nueva Síntesis, sobre temas de comunicación..

Colaboraciones con el Boletín del Departamento de Filosofía de la UNIVA, DOXA.

Entorno:

Normatividad:

La Universidad se rige por un estatuto orgánico que comprende la instalación de un Consejo Universitario, órgano colegiado superior que rige a toda la

comunidad universitaria, cuya responsabilidad básica es garantizar el cumplimiento de la normatividad vigente.

A su vez, cada Facultad tiene un Consejo, responsable de diseñar, proponer y llevar a cabo estrategias, políticas, normas y procedimientos.

Cada Departamento, también promueve la instalación de Consejos Departamentales regido cada uno por reglamentos internos.

En la Universidad se tiene un Reglamento General de Alumnos, así como un Reglamento interno de trabajo.

Mercado laboral:

Las distintas vertientes que dieron origen a la carrera de comunicación continúan conformándola como una área dirigida a los medios, aún con las distintas opciones de especialización que presenta la carrera en los diversos planes de estudio. Si bien es cierto que estos ofrecen conocimientos para el desarrollo profesional en la actividad periodística, la producción de medios, las relaciones públicas y la comunicación organizacional, estas opciones se ven permeadas por la falta de claridad que los empleadores tienen al respecto de los conocimientos y habilidades adquiridos por el profesional de la comunicación, sin embargo, lejos de considerarlo como un obstáculo infranqueable, lo anterior ofrece al egresado una amplia gama de orientaciones para el desarrollo del ejercicio profesional.

Partiendo de esta perspectiva, a continuación presentamos la conformación de la oferta laboral en el estado de Jalisco, considerándola a partir de los principales ejes de especialización que soportan la carrera: medios, periodismo, publicidad, relaciones públicas y comunicación organizacional.

Medios masivos de comunicación:

La zona metropolitana de Guadalajara, considerada uno de los centros estratégicos más importantes del país, es también un espacio donde se producen y se concentran importantes flujos de información, los cuales encuentran en la infraestructura de medios canales de salida hacia la sociedad, esto implica un campo laboral amplio y específico para el profesional de la

comunicación. A continuación se puede observar en el siguiente cuadro un mapa del mercado de trabajo que ofrecen los medios de comunicación.

**Oferta de Medios Masivos de Comunicación en Guadalajara
2001**

| Prensa | Prensa Nacional | Agencias | Radio | Televisión |
|--------------------------|------------------------|------------------|--------------------------|---|
| El informador | Excelsior | Notimex | Unidifusión | Televisa de Occidente (c. 4) |
| El Informador Economista | El Día | Reuters | Promomedios de Occidente | Televida (canal 5) |
| Ocho Columnas | El Heraldo | Associated Press | Grupo Radiorama DK | TV Azteca de Occidente |
| El Occidental | El Universal | | Radiopolis Guadalajara | Megacable |
| El Sol de Guadalajara | La Crónica | | Grupo ACIR | Telecable de Zapopan |
| Público | La Jornada | | Radio U de G | MVS Multivisión |
| Mural | Ovaciones | | Megaradio | Sistema Jalisciense de Radio y Televisión |
| El Financiero | Proceso | | Notiexpress | |
| | Uno más uno | | MVS Radio Guadalajara | |
| | Novedades | | | |
| | Diario de México | | | |
| | Vallarta Opina | | | |
| T= 8 | T=12 | T= 3 | T= 9 | T= 7 |

- Este es un campo en el que la oferta de trabajo se da a nivel de corresponsalía y es poco significativo en relación al número de personas que emplean.

Actividades desarrolladas por los profesionistas de la comunicación:

| TRADICIONALES | DOMINANTES | EMERGENTES | MARGINALES |
|---|------------------------------------|----------------------------------|--|
| 1.- Periodismo Escrito | 9.- Relacionista Público | 15.- Analista Político | 23.- Investigador |
| 2.- Periodismo Televisivo | 10.- Comunicador Organizacional | 16.- Analista de Opinión Pública | 24.- Docente |
| 3.- Periodismo Radiofónico | 11.- Publicista | 17.- Asesor de Imagen Pública | 25.- Consultor de imagen institucional |
| 4.- Locución | 12.- Promoción Comercial | 18.- Editor | 26.- Capacitador institucional |
| 5.- Fotografía | 13.- Ejecutivo de cuenta de medios | 19.- Comunicación Gráfica | 27.- Mercadotecnia Política |
| 6.- Producción de Radio | 14.- Producción Audiovisual | 20.- Comunicación Política | 28.- Comunicador Comunitario |
| 7.- Producción de Televisión | | 21.- Promoción Cultural | 29.- Promoción de Multimedia |
| 8.- Conducción de Programas de Televisión | | 22.- Comunicación Social | |

Agencias de publicidad

Las agencias de publicidad, son un medio laboral, en el cual se puede desarrollar un estudiante de comunicación, desgraciadamente, no existe un alto número de empleados en esta área, algunos de los que laboran se encuentran ubicados en los departamentos de asistentes de medios y asistentes de ejecutivos, aproximadamente solo un 20% de los empleados son egresados de

la carrera, es importante para este sector, la experiencia que se tiene para poderse incorporar a sus actividades.¹

Las investigaciones de mercado, han tomado gran importancia dentro de las agencias, sin embargo no se tiene contemplado en ellas a los estudiantes de comunicación, por que estos no cuentan con las habilidades necesarias para poderse desarrollar, es importante señalar, la falta de manejo de estadísticas y cuestiones administrativas básicas que le ayudarían a tener una visión global. Sólo podrían desarrollar actividades como manejo de grupo, capacitación, sesiones de trabajo y cursos de inducción.

A los egresados de la carrera de comunicación le interesa, la producción de medios, el periodismo y la capacitación en las empresas².

De lo anterior se perciben los siguientes indicadores, en este campo laboral para el comunicólogo:

Especialización de las áreas laborales del comunicador

Incremento de investigaciones de mercado para el diseño de campañas publicitarias.

Trabajo por departamento de acuerdo a las actividades, algunos de estos son: dirección, creatividad, arte, medios, tráfico y finanzas y contabilidad.

Falta conocer las áreas que puede desempeñar un estudiante de comunicación, por parte de los empleadores.

Existen pocos egresados laborando en agencias de publicidad.

Sector público y privado

En este cuadro podemos visualizar el tercer grupo de oferta laboral para el comunicólogo, en el que se analizan los sectores público y privado.

| Dependencias gubernamentales | Dependencias | Actividades que realiza |
|------------------------------|---------------------------------------|--|
| Gobierno del Estado | Secretarías (oficinas de com. social) | Difusión de las actividades, a través de boletines y ruedas de prensa. Generar información que |

¹ Información proporcionada por: Lic. Lilia Macías asistente del Lic. Héctor Oropeza, Director de AMAP (Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad).

² Información proporcionada por: Lic. Marcos Macías, director del departamento de Investigación de Mercado.

| | | |
|---|--|--|
| | | responda a los objetivos de cada una. |
| Ayuntamientos de la Zona Metropolitana de Guadalajara (Zapopan, Guadalajara, Tonalá y Taquepaque) | Secretarías y dependencias municipales | Difusión de las actividades, a través de boletines y ruedas de prensa. Generar información que responda a los objetivos de cada institución. |
| Dependencias de Asistencia Social | | |
| * DIF * Pensiones del Estado * Inst. de Salubridad y Asistencia Social. * Inst. de atención a discapacitados | Departamentos de información y comunicación social | Información Atención al público Reclutamiento y selección de personal Comunicación Interna y Externa de la institución. |
| Dependencias no gubernamentales | | |
| * Comisión Estatal de Derechos Humanos * Asociaciones civiles | | Actividades de comunicación interna y externa. |
| Sector Privado | | |
| * COPARMEX | Centro Empresarial de Jalisco | Actividades de Vinculación, Difusión y Generación de Información |
| * Consejo de cámaras industriales del estado de Jalisco | Cámaras industriales de los sectores de la construcción y de la joyería. | Actividades de Vinculación, Difusión y Generación de Información |

En estos sectores el comunicólogo puede desempeñarse, desde ámbitos directivos y ejecutivos, hasta los niveles de operación; sin embargo, se registra una bipolaridad del entorno de trabajo para el comunicador entre el sector público y el sector privado.

Este panorama presenta como característica que la exigencia de la sociedad hacia el profesional de la comunicación, es identificada por un alto nivel de conocimiento de diferentes disciplinas, tanto teóricas como técnicas, de manera

que su papel tiende hacia la función de un diseñador o planeador de estrategias de comunicación en todos los ámbitos.

Sector público

La realidad de las posibilidades de trabajo del profesional de la comunicación en las instancias del sector público se puede considerar como una área en crecimiento y en la que cobra cada vez mayor importancia el desempeño y participación del comunicólogo como diseñador de estrategias de comunicación y de la imagen institucional del gobierno federal y estatal, así como de secretarías, ayuntamientos, entre otras. Lo anterior se identificó a partir de una exploración del mercado laboral en esta área, de donde se obtuvieron las siguientes variables:

Incremento del campo de trabajo del comunicador al abrirse áreas internas en estas dependencias como Mercadotecnia, Estudios de Opinión y Publicidad. Así como reforzamiento a secciones ya establecidas como Relaciones Públicas y Comunicación Social.

Mayor responsabilidad del papel del comunicador dentro de las instancias de gobierno, como asesor y responsable de la imagen institucional del gobierno del estado hacia fuera y de interacción entre las diferentes secretarías, dependencias y oficinas como coordinador y unificador de criterios de acción.

Aumento de la participación de la mujer comunicadora en puestos de dirección y coordinación.

Incremento de la remuneración al trabajo del profesional de la comunicación.

Incremento de la participación de personal con experiencia y preparación en el gobierno del estado, principalmente de profesionistas egresados de la carrera de comunicación de las universidades UNIVA e ITESO.

Disminución de estudiantes en su calidad de prestadores de servicio social y prácticas profesionales (sólo se cuenta con una persona).

Mayor demanda del dominio de la tecnología de información, equipo técnico y nuevos programas de cómputo e internet.

A partir de 1995 cuando se dio el cambio de gobierno en el estado de Jalisco, de priísta a panista la tónica del papel del comunicador se revaloró de manera importante³ y ganó espacios en las áreas de Relaciones Públicas, de Comunicación Social, así como de Mercadotecnia y Estudios de Opinión en el gobierno de Alberto Cárdenas Jiménez y se les ha dado continuidad y consolidación a esas áreas en la administración actual de Francisco Ramírez Acuña, ya que sólo en Palacio de Gobierno se ubican 60 personas, de las cuales el 10 % son camarógrafos y choferes; el 90 % son profesionistas egresados de la carrera de ciencias y técnicas de la comunicación de las universidades UNIVA e ITESO específicamente, quienes ocupan puestos como directores de área, coordinadores de medios de comunicación, analistas de medios, reporteros, atención a medios, monitoreo de medios, publicidad y mercadotecnia principalmente.

La dirección general de Comunicación Social, responsable de la imagen institucional del gobierno del estado, la encabeza Federico Torres, comunicador profesional egresado de la UNIVA, quien estableció un plan de trabajo que coordina a las 28 secretarías del gobierno estatal, todas ellas cuentan con el departamento de comunicación social, de acuerdo con sus recursos y presupuesto. Existen secretarías que tienen un equipo de profesionistas, mientras hay otras, como la Secretaría de Desarrollo Rural (Seder) que apenas dispone de una persona.

De la misma forma, participan en este plan de trabajo los responsables del departamento de comunicación social de los ayuntamientos de la zona metropolitana de Guadalajara, es decir, Guadalajara, Zapopan, Tlaquepaque y Tonalá, los cuales también cuentan con un profesional de la comunicación para llevar a cabo sus objetivos de forma coordinada.

³ De acuerdo a la versión de Beatriz L. Bermúdez Ferreiro, responsable de atención a medios de comunicación de la dirección de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Jalisco. Entrevista vía telefónica mayo 23, 2000.

Como parte de la información obtenida destaca el incremento de la responsabilidad del comunicador para alcanzar los objetivos del sector público, resalta la participación de la mujer comunicadora en estas dependencias, así como el aumento de puestos de trabajo para los comunicadores y su mayor remuneración.

Sector privado

Contrario al panorama del sector público, el sector privado se encuentra en un proceso de reestructuración y saturación, ya que de acuerdo con un sondeo realizado se está dando el fenómeno de crisis, en el que se presentaron las siguientes variables:

1. Disminución y cierre de determinados espacios identificados tradicionalmente con los comunicadores, como relaciones públicas, comunicación interna, difusión y atención a los medios masivos de comunicación.
2. Incremento de las responsabilidades y exigencia de trabajo.
3. Un alto índice de rotación de personal por la disminución y abaratamiento de los salarios.
4. Mayor demanda de las instituciones de estudiantes de la comunicación para prácticas profesionales y servicio social, aunque este indicador se puede clasificar como potencial para la contratación formal.
5. Tendencia de contratar el servicio de forma externa
6. Considerar al área de comunicación como un factor contraproducente en la imagen de la institución hacia el exterior.
7. Los departamentos de comunicación se concentran en las empresas grandes, como Solectron, IBM, Kodak, Cementos Tolteca, entre otros.

De los indicadores obtenidos del sondeo resalta el caso del Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco (CCIJ), en donde el área de atención a los medios de comunicación lo llevaba a cabo una comunicadora y desde diciembre 2000 desapareció el puesto, de acuerdo al señalamiento del director del organismo:

“se eliminó el área de difusión y atención a medios masivos de comunicación porque hubo un recorte de personal y sólo se quedaron con lo mas indispensable, además que el trabajo lo puede realizar la misma dirección así como el presidente del organismo con el apoyo de su asistente o secretaria,”⁴. Lo anterior, refleja que a partir de la situación económica que vive el país desde 1994, el departamento de comunicación es uno de los primeros que desaparecen del organigrama laboral.

De las 16 cámaras empresariales del estado, sólo dos cuentan con el departamento de comunicación, tal es el caso de la industria de la joyería, así como del sector de la construcción, lugares en donde hace 8 años contaron con una área de comunicación integrada por un equipo de 4 a 6 profesionales y en la actualidad apenas cuentan con uno. En industrias como la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones e Informática (Canieti), la Cámara de la Industria del Calzado del estado de Jalisco (CICEJ), así como de la Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas (Canagraf), son organismos que contaron con áreas de profesionales de la comunicación; sin embargo, los han ido desapareciendo en ese mismo periodo.

También sobresale el caso del Centro Empresarial de Jalisco (CEJ) en el que de acuerdo a la percepción del actual gerente de comunicación, “se trata de un fenómeno de alto índice de rotación de personal, debido a que se trata de un organismo que cuenta con espacio para dos profesionales, la gerencia y una asistencia, entre los cuales deben realizar el trabajo de comunicación, tanto interna como externa, pero la demanda de actividades es mayor, contrario a la remuneración que se percibe”⁵.

Por otro lado, están incrementando las instituciones como la Asociación de Industriales del Salto (AIS)⁶, en las que el área de comunicación es realizada por estudiantes de comunicación en su calidad de prácticas profesionales y de servicio social como consecuencia de la situación económica y por la falta de recursos por parte de las instituciones. Sin embargo, estos lugares se

⁴ Información que proporcionó el Lic. Jesús Torres, director del CCIJ, el 16 de mayo de 2001.

⁵ Información que proporcionó el Lic. Juan Carlos Alvarado, director del CEJ, mayo 16 de 2001.

⁶ Información que proporcionó el Lic. Mario Reynoso Esparza, director de la AIS, mayo 17 de 2001.

identifican como “trampolines” para acceder al término del periodo a las empresas integradas en la AIS, particularmente, a las mas grandes en la áreas de comunicación interna, así como externa. En este renglón también se identifican los departamentos de comunicación de las empresas grandes como Solectron, IBM, Kodak, Cementos Tolteca, entre otras.

Asimismo, existen instituciones que no tienen considerada ninguna área de comunicación porque la creen contraproducente, puesto que lo que pretenden tales empresas es bloquear los espacios de comunicación hacia fuera de la institución, es decir, hacia los medios masivos de comunicación, como el caso de Canaco, delegación Jalisco.

Oficinas de comunicación social:

| Dependencias gubernamentales | Dependencias | Actividades que realiza |
|---|--|--|
| Gobierno del Estado | Secretarias (oficinas de com. social) | Difusión de las actividades, a través de boletines y ruedas de prensa. Generar información que responda a los objetivos de cada institución. |
| Ayuntamientos de la Zona Metropolitana de Guadalajara (Zapopan, Guadalajara, Tonalá y Taquepaque) | Secretarías y dependencias municipales | Difusión de las actividades, a través de boletines y ruedas de prensa. Generar información que responda a los objetivos de cada institución. |
| Dependencias de Asistencia Social | | |
| * DIF * Pensiones del Estado * Inst. de Salubridad y Asistencia Social. * Inst. de atención a discapacitados | Departamentos de información y comunicación social | Información Atención al público Reclutamiento y selección de personal Comunicación Interna y Externa de la institución. |

| | | |
|--|-------------------------------|--|
| | | |
| Dependencias no gubernamentales | | |
| * Comisión Estatal de Derechos Humanos * Asociaciones civiles | | Actividades de comunicación interna y externa. |
| Sector Privado | | |
| * COPARMEX | Centro Empresarial de Jalisco | Actividades de Vinculación, Difusión y Generación de Información |
| * Consejo de cámaras industriales del estado de Jalisco | | |

El actual mercado laboral de los comunicólogos principalmente se ubica en tres áreas tradicionales: los medios masivos de comunicación, las agencias de publicidad y las instituciones públicas y privadas.

Este mapa laboral, como se percibe es diverso y amplio por los diferentes puestos que pueden desempeñar, desde ámbitos directivos y ejecutivos hasta los niveles de operación; sin embargo, esta realidad de las posibilidades de trabajo del profesional de la comunicación se encuentra en un proceso de saturación, ya que de acuerdo con un sondeo realizado en las instancias del sector privado identificadas anteriormente se está dando el fenómeno de cerrar determinados espacios, es el caso del Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco (CCIJ), en donde el área de atención a los medios de comunicación lo llevaba a cabo una comunicadora y desde diciembre, 2000 desapareció.

Por su parte, en el Consejo Empresarial de Jalisco (CEJ) se presenta un panorama similar en donde el área de comunicación ha vivido un continuo cambio e inestabilidad laboral, debido a que los sueldos han tendido a reducirse.

Vínculos con la sociedad:

Egresados:

Desgraciadamente, no se cuenta con un programa de seguimiento de egresados que nos permita evaluar objetivamente su ejercicio profesional. Se considera una prioridad y se iniciará el proyecto en enero del 2002.

Sin embargo, se cuenta con directorios y varios de ellos se han insertado como docentes.

También, como una forma de vinculación, se cuenta con dos eventos sociales: una comida para celebrar el Día de la Libertad de Expresión y el premio al Comunicador del Año.

Como la inserción tradicional en el mercado laboral ha sido marcada por una fuerte presencia en los medios de comunicación, se tienen el conocimiento empírico de su desempeño.

Así mismo, varios de ellos siguen participando en los eventos institucionales ya sea como invitados o como conferencistas.

Expectativas:

Principales rutinas que se enfrentan cotidianamente.

CCC
AI
0268

**CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACIÓN DE
LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**XI ENCUENTRO NACIONAL
"El imaginario social del Comunicador"**

"¿Realidad o imaginario de las escuelas de comunicación?"

Ensayo elaborado por:
Jorge Asdrúbal Gómez Michel

Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación/ Periodismo
Universidad del Valle de Atemajac

*"Podré no estar de acuerdo con lo que usted diga,
pero defenderé hasta la muerte su derecho a decirlo"*

Voltaire

¿Quién recuerda el momento exacto en que pronunciamos nuestra primera palabra?, ¿quién será capaz de dibujar en la mente su primer gesto de alegría, la inicial sonrisa, el llanto primerizo...?

Son cuestiones que ahora realizamos a diario, casi sin darnos cuenta, pero que dicen mucho de nuestra identidad como personas, hombres o mujeres, cómo niños, jóvenes o ancianos, es decir, como seres vivos con capacidad para comunicar.

Ideas, emociones, sentimientos... el hombre se define por lo que es capaz de transmitir a los demás a través de la comunicación. Con palabras, gestos, sonidos, actitudes, todos tenemos el don de comunicar, y por ende, de crear, sentir, soñar, reír, amar.

Decía el célebre filósofo y orador latino, Séneca: *"Háblame para que yo te conozca"*; y muchos nos damos a conocer con el disfraz de la apariencia. Además, estableció como regla para la vida *"decir lo que sentimos, sentir lo que decimos; en suma, que la palabra vaya de acuerdo con lo que se hace"*, y es justamente eso lo que no terminamos de entender.

Por eso resulta fascinante el estudio de todo ese conjunto infinito de posibilidades que tenemos para interpretar el mundo gracias a esta actividad, tan trivial como trascendente, que es la de comunicar.

La inquietud por descifrar el misterio que encierra nace en cualquiera como un capricho incumplido, como la contante necesidad de explicarse a sí mismo por qué se pueden hacer cosas maravillosas con los metales preciosos, pero jamás se logra construir algo tan sagrado como la belleza estética que conforma la simple unión de dos palabras.

Y esa necesidad se alimenta con los deseos de decir y de escuchar, de entender y sorprendernos de las tantas cosas se pueden alcanzar con el uso de las valiosas herramientas que el ser humano posee para interpretar su realidad y para enriquecer la relación con sus semejantes.

Todas las ciencias que involucran en sus contenidos aspectos sociales están, de una otra forma, en mayor o menor medida, ligadas a la labor del que comunica; se ayudan unas a otras, se procuran y se interesan por desarrollar la investigación en una o varias de sus ramas.

Pero la comunicación como materia de estudio independiente, tiene una especial función y sus objetivos están encaminados en proveer de los conocimientos útiles y necesarios a quienes se interesen en ella para unir y educar a un número cada vez mayor de gente que necesita conocerse y expresarse. Este debe ser, sino el más importante, sí el más humano de sus cometidos.

El decidirse o no por el curso de esta carrera encuentra respuesta en la posible existencia, en primer lugar, del gusto y luego de las habilidades para comunicar; luego entonces se consideran no sólo las aptitudes, sino las actitudes idóneas para el estudio de la comunicación en una forma profesional.

Es de suma importancia que el aspirante nunca se sienta presionado por los comentarios de terceras personas en torno a su elección, ya sea para elegirla o desertarla como opción de una carrera universitaria, trátese de amigos, conocidos o incluso familiares. La decisión ha de ser libre y consciente.

Un escrito anónimo menciona, y con indudable razón, que: *"Cada persona, cada evento que se presente nuestras vidas, no es otra cosa más que un Maestro Universal, que nos permite crecer y evolucionar. Tu eliges que hacer, en la vida sólo recogerás experiencias. Cada experiencia será el resultado de tu accionar sobre una determinada manera de ser"*.

Es común que cuando no se está totalmente enterado de lo que significa el estudio de la comunicación, y de cualquier otra carrera, se formen también imágenes erróneas de su futuro inmediato, son normales los pensamientos y muestras de temor, o en todo caso, de indecisión.

Todo es parte de lo que un candidato a alumno debe sufrir para darle forma a lo que en pocos años será órgano rector de su vida. La incertidumbre no dispensa nunca a quiénes se enfrentan a lo desconocido, pero más tarde se convierte en confianza, si la decisión que se toma es, en efecto, la correcta.

"Cuando aún no la conocía de cerca, imaginaba la carrera distinta a cómo la veo en estos momentos, no tan distante de la realidad, pero me doy cuenta de la razón de ser que tienen todas y cada una de las materias que hasta la fecha hemos tomado y a las que antes no les encontraba sentido. En general, puedo decir que mis expectativas se han cumplido."

Lo anterior representa el sentir de muchos de los alumnos de comunicación que se encuentran en una etapa en la que ya pueden reflexionar sobre si valió o no la pena seguir el rumbo que en un principio tomaron con relación a su experiencia universitaria.

Nunca faltan, afortunadamente, los comentarios de personas que piensan que los estudiantes de comunicación representan a un peculiar grupo de muchachos que sobresale por su actitud excéntrica y se destaca por ser un "rebelde sin causa".

Sin embargo, como en todas las generalizaciones, la excepción resulta aún más interesante; así, podemos ver que en las aulas de esta carrera cohabitan alumnos con apariencia extrovertida y ruidosa, con personas muy tranquilas y aparentemente serias, pero que resultan por igual creativas y que tienen por común característica la de buscar en la originalidad su mejor oportunidad para no perderse entre la rutina y los estereotipos.

Siempre habrá aspectos de la materia que despierten mayor interés en el estudiante, y a pesar de que la comunicación integra distintas formas de concebirse y practicarse, cierto es también que para su mejor desempeño, resulta conveniente dedicarse a una de sus partes en lo específico.

De esta manera, hay quien se decide por el estudio del periodismo como práctica fundamental, existe quien adopta los medios electrónicos como el área ideal para expresarse y también hay quien opta por comunicación organizacional como opción para el desarrollo de las empresas.

Todas tienen su razón de ser y en todas hay vacantes para quién realmente se proponga formar parte del cambio social que hoy en día el mundo entero experimenta y que exige una mayor preparación de los profesionales de la comunicación en todos sus ámbitos.

Cierto es que cualquiera de las manifestaciones en que se proyecta esta actividad es de suma importancia e igual recompensa espiritual, situación que se comprueba a medida que el incipiente practicante saca a relucir lo que en pocos años aprende y enseguida se apasiona por lo que hace.

Un ejemplo claro es el del periodista. El que se jacta de serlo, necesita estar en el lugar exacto, a la hora oportuna... es una premisa fundamental. El que comunica algo nuevo debe estar al tanto de todo y de todos. Ese es su deber, un deber que se disfruta y del que se rescata mucho conocimiento útil.

El que hace periodismo tiene una misión que implica almacenar gran cantidad de datos y estrategias de investigación, que lo hace involucrarse y estar rodeado de personas que saben lo que hacen y que nos pueden brindar las armas necesarias para salir al campo de batalla en busca de la noticia.

La vida del futuro periodista en la Universidad define muchas veces gran parte del éxito que posteriormente puede alcanzar, por supuesto que la educación influye en él. ¿De qué manera? Casi todos los campos del quehacer diario son modificados desde que una persona se dedica al estudio profesional, es decir, antes no le preocupaba trabajar para pagar sus estudios, no pensaba que realizar una tarea implicara el abandono del salón de clases, del laboratorio, o de la ciudad, uno no está acostumbrado a los congresos, ni a grandes y magistrales conferencias.

Todo cambia en cuanto al sentido de responsabilidad, el autoconocimiento y la aceptación de uno mismo como persona capaz, productiva y valorada, además del enfrentamiento con el futuro en el campo laboral y afectivo. Se experimentan, pues, cambios radicales.

Cuando el estudiante se traslada al ámbito profesional, cuando sabe que su destino se encuentra en las salas de redacción, en la estación de radio o en la televisora, en una escuela u oficina, es cuando comienza a tomar las cosas en serio.

Y comienzan entonces a aparecer las metas, "me gustaría llegar a ser uno de los periodistas más destacados del país, no sé cuando ni donde voy a estar, pero estoy seguro de que voy a lograrlo".

Los posibles pequeños "fracasos" que puedan presentarse en un principio no son sino errores que todos cometemos siempre que nos iniciamos en algo y lo importante está en saber aprovecharlos para no cometerlos después.

El aspecto económico es algo que no podemos dejar de lado, pero ciertamente para el comunicador no es algo primordial; sus aspiraciones se encuentran más en el éxito profesional que en el económico, pero claro que si lo segundo viene como recompensa al buen cumplimiento, será bien recibido. Además, para el buen desempeño de cualquier profesión, es necesario primero invertir para luego recuperar los frutos.

De esta manera construimos día a día nuestra cotidiana realidad como los hombres y mujeres de la comunicación, deseosos de lograr hacer algo importante, ávidos de trabajar con ideas, imágenes y palabras, para cambiar el mundo, o por lo menos, hacerlo más justo, más humano, más feliz.

Concluyo esta exposición dejando en sus manos el siguiente pensamiento, escrito por Ramiro Garza:

"En este siglo estamos enterados de lo que pasa a millones de kilómetros, sobre la superficie de la luna y a otro lado del mundo. En ocasiones no sabemos qué pasa con el que está a nuestro alrededor ni lo que sucede dentro de nosotros mismos. La técnica nos deslumbra, nos despista. Apretamos un botón y sabemos todo lo ajeno, pero ignoramos lo propio. No hay botón todavía que apretar para descubrir el "conócete a tu mismo". No hay pantalla de televisión o computadora que nos haga conscientes de la verdadera comunicación. La que necesitamos para explorar ese mundo interior del vecino, del compañero de trabajo, del que algo nos compra o algo nos da"

CCC
AI
D268

CONEICC.
XI ENCUENTRO NACIONAL
EL IMAGINARIO SOCIAL DEL COMUNICADOR.

**EL IMAGINARIO DE LA COMUNICACIÓN DESDE LOS PLANES O
PROYECTOS DE VIDA DE ACADÉMICOS O EGRESADOS.**

**Mesa 1. En el tránsito de un comunicólogo. Desde el viejo
camino del periodismo a la comunicación digital.**
¿Cómo entender la comunicación?

Por: MC. Ángel Manuel Ortíz Marín.

Estudios máximos:
Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva por la UNAM.
Diplomado en Periodismo por la UABC.
Maestría en Docencia y Administración Educativa por la UABC.
Estudiante del doctorado en Comunicación por la Universidad de La Habana.

En mi caso, fue un descubrimiento desde el momento que opté por la posibilidad de formarme en el campo de la comunicación, a través de la licenciatura en periodismo y la comunicación colectiva. Tal era o es, el nombre de la carrera que cursé en la Facultad de Ciencias Sociales y Políticas de la UNAM.

Esa etapa de estudiante y circunstancialmente practicante del periodismo - como reportero en algunos diarios nacionales y revistas de tipo cultural-, me permitió en esa época, a finales de los sesenta y principios de los años setenta, dar una mirada a un México que iniciaba su transición hacia nuevos espacios de vida política, económica, social y en lo particular, cultural. La época de la protesta urbana, (me toca vivir el movimiento del 68 y los halcones más tarde), la droga (el auge del LSD y la marihuana) y la música de rock, con sus efectos en el lenguaje, la moda y el comportamiento juvenil.

Mi primera experiencia profesional con la comunicación inició de forma circunstancial y en un espacio muy diferente al tradicional de nuestra

carrera. Recién egresado de la Universidad, fui invitado a colaborar en un proyecto de carácter social, junto con otros compañeros universitarios egresados de la Facultad. El proyecto era participar en tareas de desarrollo comunitario -como lo denominábamos en ese entonces-, en áreas marginadas de la ciudad de México. Fue allí, y poco después en la zona indígena del estado de Quintana Roo, cuando más aprendí acerca de la pobreza, marginación y discriminación existente en nuestro país, que muchas de las lecciones y lecturas de mis maestros de Economía Política o Desarrollo socio-económico de México. Es esta época, cuando aprendí y practiqué, lo que después sabría que se llama comunicación popular.

Sin embargo, después de varias experiencias muy aleccionadoras y no pocos conflictos enfrentados en esta tarea, me entusiasmó otro proyecto que iniciaba con mucha fuerza. Se trataba del programa de Educación para Adultos. Me preguntaba por ese entonces, ¿qué hacía un egresado de comunicación en la educación y más en la de adultos? Con el tiempo he aprendido que entre el quehacer de la educación y la comunicación, hay un lazo indisoluble, pero poco transitado, y que va más allá de la docencia.

La sencillez de la tarea de producir folletos, cartelones, trípticos, y demás materiales de difusión, fue junto con otras actividades administrativas, parte de mi labor durante algunos años en este programa educativo. Lo interesante del caso era que mucho de este material, se distribuía y difundía a nivel nacional.

Fastidiado de vivir, o sobrevivir en el Distrito Federal, en 1980, mi esposa y yo, decidimos cambiar de residencia e ir a vivir a Baja California, en concreto Mexicali. Del asfalto, al desierto de verdad. Tres mil kilómetros de distancia, clima extremadamente caluroso, gente noble, amable, abierta y franca, pero que no quiere al típico "chilango" y todo lo que se le parezca.

Nuevamente por mi experiencia en el campo de la educación y la comunicación, se me invitó a coordinar estatalmente el naciente programa de alfabetización, que como parte de una campaña nacional, y apoyada por diferentes estrategias, intentaba a principios de los ochenta, abatir el rezago educativo. Por este entonces, se iniciaron mis contactos con los medios de difusión locales. Había pocos diarios, uno de nivel regional, y varios locales, algunas estaciones de radio con noticieros muy básicos y una sola

estación de televisión. Pero había una sorpresa, en Mexicali, en la capital del estado de Baja California, la Universidad tenía una estación de radio de tipo cultural. Por ese entonces, se inició una relación de colaboración con algunos semanarios, con artículos sobre temas de política y comienzo a estrechar lazos de compañerismo con los reporteros locales.

Dos años más tarde, y después de otras experiencias igual de valiosas para mi formación de comunicólogo, en la que puse en práctica mucho de lo aprendido de la comunicación popular, surgió otra tarea igual de interesante. Dar forma a una área de comunicación social en la oficina de la SEP en el estado de Baja California. La propuesta era profesionalizar el área y para ello propuse contar con una estructura compuesta por varios comunicólogos y otro tipo de profesionales.

La tarea de difundir las actividades del sector educativo es enorme, aún para un estado con pocos habitantes como lo era Baja California en los años ochenta. Sin embargo, la multiplicidad de actividades generadas por los distintos niveles educativos, y la conflictiva político-sindical, hacían de esta labor una función harto interesante. Incluso, por esas fechas, el grupo de compañeros que colaboraban conmigo, diseñó un programa para el análisis de la información periodística con apoyo en el cómputo, que nos permitió diagnosticar el comportamiento informativo por cada medio, periodista, género periodístico, y tendencia noticiosa. Lo cual facilitó el diseño de estrategias de comunicación para cada caso particular.

Por supuesto, que eran los primeros *pininos* que tenía con el uso del computo y el análisis de contenido. Habrá que decir que eso fue en 1985 y el uso del computo, todavía no estaba tan ampliamente difundido y con gente capacitada para su manejo. Sin embargo, el trabajo llamó la atención de los colegas periodistas que lo conocieron y de otras oficinas de comunicación de dependencias federales y estatales de la entidad. Incluso llegó a publicarse un artículo sobre este trabajo en los primeros números de la Revista Mexicana de Comunicación.

Por ese tiempo, unos cuantos de los egresados de carreras de comunicación nos dimos a la tarea de querer formar una asociación de comunicólogos en Mexicali. Apenas el padrón llegó a 10 o 12 miembros. Era el año de 1986. Aquellos integrantes, proveníamos de escuelas como el ITESO, la Ibero o la

UNAM. Muchos de esos primeros comunicólogos, después con el tiempo llegaron y aún lo están, en posiciones importantes dentro de la comunicación en el estado.

En esa época colaboraba semanalmente en varias revistas y semanarios locales y producía, un programa de radio en Radio Universidad, en colaboración con maestros de la Universidad Pedagógica en Mexicali. Asimismo me inscribí como miembro de la Unión de Periodistas Democráticos, Sección Mexicali, de la cual soy integrante hasta la fecha.

Durante casi ocho años (1981 a 1989) laboré en la jefatura de comunicación de la delegación de la SEP en Baja California. Con distintos jefes, algunos de los cuales poca atención pusieron a las tareas de comunicación, algunos otros más conscientes de esta labor y su importancia para el cumplimiento de las funciones educativas en la entidad. Este lapso de tiempo me permitió diversificar las tareas de departamento que en un principio era sólo de prensa y que al final, con el grupo que me acompañaba realizábamos tareas de información periodística, producción radiofónica, relaciones públicas, se reportaba información para publicar en medios nacionales dedicados al sector educativo, e iniciábamos tareas de comunicación organizacional.

Justamente en esta etapa, se inició mi relación con la docencia en la Universidad Autónoma de Baja California, en la nascente carrera de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Para formalizar dicha participación faltaba un "pequeño gran detalle". Había que obtener el título profesional. ¿Pero cómo hacerlo, si estaba a tres mil kilómetros de distancia y alejado de todo aspecto escolar de la UNAM?

Después de varios intentos de trabajo de tesis y consultas varias a la doctora Guillermina Baena, que por entonces coordinaba la carrera de comunicación en la UNAM, y viajar un par de ocasiones a la ciudad de México, pude obtener el título de licenciado en periodismo y comunicación colectiva. Con una tesis sobre el análisis de contenido y el uso del computo. Había que aprovechar la experiencia laboral. ¿Porqué tantos años después me logré titular? Pues como muchos otros compañeros, poca importancia le di a obtener el título universitario y más aún en aquellos años cuando no se requería de éste para laborar profesionalmente. En fin, después de años de egresado de la carrera y con la satisfacción de poseer un título universitario,

en primero en mi familia, pude acreditar los requisitos para laborar como docente en la carrera de comunicación de la UABC.

De tal forma que en 1989, se inició una etapa interesante y definitiva en mi carrera profesional y para mi desarrollo personal. Se me invitó a coordinar la carrera de comunicación en la UABC. La segunda en el estado y la primera en esta universidad. Como dije anteriormente, para esas fechas aún no estaba titulado, pero lo obtuve en los siguientes seis meses. Era un reto interesante, aunque el sueldo no mucho. Ya había tenido experiencias educativas, en distintos niveles, pero siempre combinando con la actividad administrativa.

Trataré de resumir mi trayectoria como académico en el campo de la enseñanza de la comunicación, que data de 1989 a la fecha en los siguientes párrafos, pido disculpas anticipadas por hablar de mi actuación en primera persona:

Como docente.-

Mi desempeño académico, se orienta a lo largo de los años a distintas actividades relacionadas con educación superior, en particular con la enseñanza de la comunicación; asumiendo con gran responsabilidad la importancia que tiene el ejercicio de la cátedra universitaria como una tarea que ennoblece a quien la practica como proyecto de vida, misma que he desempeñado con igual entusiasmo tanto al interior de la Universidad como en otras instituciones de educación superior en la entidad.

El compromiso con una mayor formación, me condujo en 1990 a la obtención del certificado correspondiente por cursar y aprobar el Diplomado en Periodismo que organizó la U.A.B.C., y con el obtener el grado de maestro en el 2001 del programa de maestría en Docencia y Administración Educativa, con mención honorífica, por la misma institución de educación superior.

Como parte de las actividades académicas en la Facultad de Ciencias Humanas a la cual estoy adscrito, he colaborado en la formación de los alumnos a través de distintas modalidades, tanto en calidad de tutor, asesor y director de varios trabajos terminales y tesis de grado con temáticas sobre la comunicación. Todo esto ha sido combinado con el impartir diversas asignaturas en las áreas de la especialidad.

Como investigador.-

En la actividad académica, he creído en la importancia de vincular la docencia con la investigación, motivo por el cual participé y participo en varios estudios e investigaciones de carácter social a lo largo de mi carrera profesional y académica. De los cuales, destacaría en primer lugar, mi participación en un proyecto de investigación nacional, que el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), realizó a partir de 1993, y publicó en 1995, acerca de las elecciones en México en 1994, que se intitula "Cobertura informativa en la prensa regional mexicana" y cuyos resultados se publican en el *Anuario de Investigación de la Comunicación*, Tomo II, editado por el CONEICC. Asimismo en el 2000 publicó el reporte de investigación, denominado "El Estado y la prensa en Baja California. 1989-1995", en el Tomo VI del arriba citado Anuario de Investigación de la Comunicación.

Actualmente desarrollo un proyecto de investigación, que surge desde 1991, que es parte de mi investigación doctoral que actualmente curso en la Universidad de La Habana. El tema está relacionado con la comunicación política, específicamente se trata "La Comunicación en Baja California. La mediación entre el Estado y los medios. A partir del enfoque de la comunicación social institucionalizada".

En dicho proyecto abordo el tema de la comunicación política y la relación de los medios con el Estado, y en menor proporción el desarrollo de los medios de difusión masiva en la entidad, tarea a la que he dedicado ya varios años en documentar dichos procesos sociales.

Los resultados logrados a la fecha en la investigación, me han permitido, en las distintas etapas en que he participado de la docencia y la investigación, acudir a foros, tanto locales y nacionales como internacionales, a exponer los avances de su trabajo de investigación, e incluso publicar artículos y ensayos sobre el comportamiento de los medios de difusión masiva en Baja California.

Como parte de sus estudios sobre este campo, en 1994 la U.A.B.C. me editó un libro denominado *Testimonios de la radio en Mexicali*, cuyo propósito fue el documentar los testimonios de quienes fueron y han sido los pioneros de la

radio en esta ciudad y que sirviera de referencia a los jóvenes estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación como material de consulta.

Afortunadamente, el libro se ha convertido en texto de apoyo a la docencia en el campo de la comunicación al interior de la Facultad de Ciencias Humanas, y referencia del desarrollo de la radio en el noroeste, para otro tipo de centros de estudios superiores en el estado y del interior del país. Aunado a lo anterior, tengo la satisfacción de que un artículo denominado "La radio universitaria. La radio UABC", producto de la misma temática de investigación, fuera publicado en el número 103 de la *Revista de Educación Superior* de la ANUIES.

Actualmente también estoy participando en un grupo multidisciplinario de investigadores de diversas instituciones, para realizar un estudio sobre el comportamiento de los electores en las pasadas elecciones en Baja California. Mi campo de análisis sería el análisis de los medios de difusión masiva en las campañas electorales de julio del 2001 en la entidad.

En la difusión del conocimiento.-

Sin embargo, mi actividad de investigación y docencia no se circunscribe al espacio universitario, he tenido la oportunidad de participar de la difusión del conocimiento en el campo de la comunicación así como en el educativo, mediante conferencias, ponencias, redacción de artículos para revistas de la U.A.B.C. y publicaciones de carácter nacional y colaborar y coordinar proyectos FOMES para maestros e investigadores de la Universidad sobre temáticas diversas del campo de la comunicación.

Como señalé anteriormente, desde hace años he colaborado en varios diarios y los dos últimos años como articulista en uno de los diarios más importantes de la entidad, como lo es La Voz de la Frontera y por esas mismas fechas también participé como comentarista semanal en un segmento de opinión en el noticiero radiofónico vespertino de Stereo Rey del grupo MVS, que es una de las más importantes estaciones de radio de Mexicali. A pesar de que practico una opinión crítica de los sucesos que suelo relatar, jamás hubo hacia mi trabajo o persona alguna actitud de censura para mis colaboraciones.

En todos ellos, siempre me identifico como maestro universitario de la U.A.B.C. y generalmente abordo tópicos sobre el desarrollo de la comunicación y los fenómenos educativos; actividades periodísticas que a lo largo ya de 10 años he realizado en diferentes espacios y medios de difusión masiva, tanto estatales como nacionales. Por otra parte, a la fecha he publicado más de 20 artículos y ensayos en distintas revistas universitarias de divulgación, he participado como coautor de libros, y colaborado en revistas especializadas del campo de la comunicación.

En el campo de la televisión, poco había incursionado. Sin embargo, en 1996, se propone un proyecto de programa a Televisa Canal Tres de Mexicali de 30 minutos semanales, el cual es aceptado con el nombre ¿Qué hay de nuevo en Mexicali?. Durante nueve meses logramos otro maestro universitario y un servidor, junto con estudiantes de comunicación producir un programa para Televisa.

Algo que jamás hubiera soñado, y mucho menos en otros tiempos me hubiera permitido participar, en términos del discurso crítico hacia la televisión mexicana. Sin embargo, aprendí a hacer televisión de manera profesional, aunque no ha cobrar de esta misma manera, pero si ha apreciar a mis compañeros de la televisora a los cuales les reconozco su capacidad y profesionalismo.

Trayectoria profesional.-

Mi trayectoria en los medios como trabajador de los mismos fue breve y ubicada específicamente en mis tiempos de estudiante. Después, ha sido principalmente como colaborador en los medios impresos y radiofónicos.

Por otra parte, he tenido la fortuna de ocupar diversos puestos en la administración pública federal y estatal, la mayoría de ellos vinculados con el campo de la educación y la comunicación, en sus distintos niveles. De idéntica forma, he desempeñado varios cargos al interior de la propia Universidad, de los cuales destacan por su importancia el de director de Radio Universidad, el ser coordinador de Comunicación Social de la UABC, el de secretario particular del Rector de la UABC, y secretario del subsecretario de Educación Superior e Investigación Científica de la S.E.P. y de 1998 a la fecha fungo como director de la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC,

en la cual se atienden a 1,500 alumnos en cuatro licenciaturas, cuatro maestrías y un doctorado con la Universidad de La Habana.

Asimismo y como parte fundamental de mi quehacer profesional, he sido miembro de varias organizaciones y asociaciones como el Consejo de la Radio, la Fundación Manuel Buendía, la Asociación de Radioproductores del Noroeste, del Comité Directivo Nacional del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación, la Academia Mexicana de Educación, capítulo Mexicali, y de la Unión de Periodistas Democráticos de Mexicali. El interés de combinar todas estas actividades, me ha permitido obtener el reconocimiento y estimación de mis compañeros estudiantes y colegas maestros, con quienes comparto académica y profesionalmente mis logros. Motivo por el cual, diversos grupos de alumnos, colegas y instituciones me han distinguido con reconocimientos varios.

Distinciones.-

Las distinciones logradas a la fecha son: fui padrino de dos generaciones de egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación; fui designado El Mejor Maestro de posgrado del Centro de Enseñanza Técnica y Superior (CETYS) en el periodo octubre de 1991 a enero de 1992; en el campo académico nacional, fui nombrado durante dos periodos consecutivos de cuatro años, Vocal de la Región Noroeste del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), asimismo la Asociación de Radioproductores del Noroeste me extendió un reconocimiento por mi labor en favor de la radio universitaria, y la Fundación Manuel Buendía, me reconoció el trabajo en apoyo de las tareas de difusión del conocimiento del campo de la comunicación.

Desde el proyecto de vida de un comunicólogo.

Para finalizar. Si quisiera resumir los logros más significativos a lo largo de mi proyecto de vida como comunicólogo diría que son:

El primer logro sería, después de varios años de egresado, el obtener el título de licenciado en periodismo y comunicación colectiva, por mi primera Alma

Mater, la UNAM. Agradezco a mis padres, y a mi país la oportunidad que tuve para formarme en esa casa de estudios, así como a mis maestros de esa época, que me inculcaron los valores sobre la pluralidad, la tolerancia y la honestidad, como práctica permanente del comunicólogo y universitario.

Desde la perspectiva del trabajo académico que desarrollo en el espacio de la Universidad Autónoma de Baja California, en particular en Facultad de Ciencias Humanas, consideraría que son varios logros que tienen que ver con la consolidación académica y profesional que logré en este periodo de tiempo.

Uno de ellos, fue mi incorporación al programa de Maestría en Docencia y Administración Educativa, misma que inicié en agosto de 1996 y culminé en junio de 1998, en la especialidad de Administración Educativa, logrando titularme con mención honorífica, con la tesis sobre El Acceso a la Educación Superior. El caso de la U.A.B.C.

El posgrado cursado, aunque está en un área del conocimiento diferente a la de mi licenciatura, me permitió adentrarme en los fundamentos teóricos y administrativos el campo de la educación superior. La adquisición de un posgrado en este campo, en mucho me ha servido para poder desempeñarme más eficazmente en la labor que actualmente desempeño como académico universitario.

Otro importante logro académico, fue que el 10 de junio de 1998, fui designado por la H. Junta de Gobierno de la Universidad Autónoma de Baja California como director de la Facultad de Ciencias Humanas por el periodo de 1998 a 2002. Soy el primer comunicólogo que logra tal distinción en una unidad académica que tiene una historia de 24 años de vida y que se integra además de los comunicólogos, por profesionales del campo de la psicología, educación y sociología.

Un cuarto y fundamental logro, este de carácter profesional en el campo de mi especialidad, lo es mi participación profesional en los medios de difusión masiva de la localidad. Estas actividades fueron y son sustanciales para complementar mi desempeño como académico de la universidad y en mucho ayudaron al impartir mis clases, ya que en ellas siempre involucré a estudiantes de la carrera de comunicación a iniciarse en el trabajo de los medios de difusión masiva.

Un logro más fue el desarrollar actualmente una investigación sobre el campo de la comunicación, tan escaso de trabajo teóricos, denominada *La Comunicación en Baja California. La mediación entre el Estado y los medios. A partir del enfoque de la comunicación social institucionalizada*. La cual es mi tema de investigación en el doctorado de Comunicación Social que curso en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

En suma, los logros obtenidos, si bien son individuales, se insertan en propósitos colectivos como el contribuir al desarrollo de la vida académica del espacio universitario del cual formo parte. De mi trayectoria personal poco puedo abonar, sólo agradecer a quienes me ayudaron y aún ayudan, como mi esposa e hijos, -estos últimos, por cierto no quisieron, ni quieren estudiar comunicación-, a cumplir con mis sueños. Muy probablemente, otros comunicólogos están logrando metas y venciendo retos, que mi generación poco pudo aspirar a lograr. Sin embargo, quienes fuimos de los primeros comunicólogos en el país hemos ido sembrando caminos para otros. Ese es el imaginario al cual aspiraría a seguir construyendo.

Terminaré con una frase de José Saramago, que creo nos viene bien a muchos de los que hemos transitado por los distintos caminos de la comunicación.

"Nunca deberíamos sentirnos seguros de aquello que pensamos ser porque, en ese momento, pudiera muy bien ocurrir que ya estamos siendo cosa diferente".

Gracias por su atención.

Manuel Ortiz Marin.

Mexicali, B.C.

Julio 30 de 2001.

**Investigación, escuelas y estudiantes de comunicación:
Apuntes para una propuesta**

LCC. Lindsay Priscila Hernández Lugay

Estudiante de Maestría en Comunicación

DECS – CUCSH / Universidad de Guadalajara

e-mail: lindsayhl@hotmail.com

El campo de las llamadas ciencias de la comunicación ha requerido, desde sus orígenes, de la articulación compleja de diversos aspectos y de la consecuente capacidad de *salvar* los obstáculos que ello le ocasiona: desde la definición “precisa” de su objeto de estudio hasta la práctica misma de los profesionales de la comunicación.

El panorama planteado ante esta situación permite observar dos espacios determinantes para el campo de la comunicación. Por un lado la investigación misma, generadora de conocimiento y cuyo desarrollo – de alguna u otra manera – construye parte de la estructura del campo que nos concierne, y por otro, la formación de futuros comunicadores o comunicólogos, quienes juegan un papel determinado en la legitimación del campo.

Si queremos hablar en términos sencillos – e ilustrativos – bien podemos observar la conformación del campo de la comunicación como la construcción y mantenimiento de una aldea: el trabajo se divide entre los individuos agrupados; así mientras algunos construyen las casas, graneros y demás construcciones necesarias, otros trabajan en el acopio de alimentos mediante la caza, pesca y recolección. De esta manera, mientras algunos *fabrican* el conocimiento, otros “*alimentan* la aldea” incursionando en ella.

Así pues, el estudiante de comunicación también toma partido en la conformación del campo, y si en este momento – quizá con mayor atención que antes – nos preguntamos por el futuro de la llamada ciencias de la comunicación, el punto clave está ahí, en las aulas donde se están formando los futuros actores del campo. ¿Qué es lo que se les enseña? ¿Se les prepara adecuadamente frente a sus contextos más cercanos y reales? ¿A quiénes se

forma: a comunicadores o a comunicólogos? ¿Cuál es la idea, el imaginario con el cual se forman y egresan los estudiantes de comunicación? ¿Sus intereses permitirán seguir considerándolos como sujetos partícipes de la legitimación del campo?

Las preguntas formuladas nos permiten desarrollar una breve reflexión personal sobre las escuelas de comunicación y sus estudiantes, precisando que no se intenta centrar la atención en el posible ejercicio profesional dentro de los medios, sino que pretendo hacer hincapié en la vinculación de los estudiantes de comunicación con la consolidación – y acaso reproducción – de nuestro campo.

“Dime quiénes entran y te diré a quienes formas”

No cabe duda que la carrera de comunicación, ciencias de la comunicación - o el nombre que le haya sido asignado a lo largo y ancho del país - se ha convertido en una licenciatura de alta demanda. Tan sólo entre 1982 y 1991 la población estudiantil pasó de 11, 752 alumnos a 27, 660, lo que se traduce en una tasa de crecimiento de 136% (De Garay, 1992: 44).

El problema aquí es que en muchas ocasiones cometemos el error de sólo señalar que el crecimiento de la demanda se debe a una moda, o en muchos casos a un interés real. Sin embargo esta situación debe ir más allá, situándonos en perfiles de ingreso, pues gran parte del logro de objetivos por parte de las escuelas de comunicación depende de los intereses reales de sus estudiantes.

Así, no depende únicamente de un buen promedio, de la acreditación de un examen de admisión o de cualquier otro requisito solicitado por la Universidad, sino que también entran en juego los objetivos que se ha planteado el estudiante, sus planes a corto y largo plazo, y su interés por el campo de la comunicación.

Como estudiante de licenciatura durante cuatro años pude observar estudiantes de varios tipos. Por ejemplo, aquellos que llegaban a clase interesados en ella y quienes entre

conversaciones dejaban ver su interés por dedicarse a la carrera, trabajando en algún medio o continuando sus estudios.

En las aulas también se solía encontrar – aunque en menor medida – a periodistas y locutores que ingresaron a la escuela en busca de un título que los acreditara como profesionales de la comunicación y cuya experiencia alimentaba en gran medida las clases prácticas. También estaban aquellos quienes no consideraban la carrera de comunicación como su principal opción, pero aún así mostraban atención en sus estudios.

Y no podía faltar encontrarte en los pasillos a grupos de jóvenes quienes evidentemente no consideraban entre sus planes el dedicarse al campo de la comunicación, sino quizá, sólo pasar el tiempo.

De esta manera, el imaginario e identidad del estudiante de comunicación responde también – directamente – a las metas que se ha planteado el estudiante que presenta su solicitud de ingreso a alguna de estas escuelas. No se puede formar tajantemente desde que ingresa, pues en ese momento se cuenta ya con un bagaje de planes e intereses que condicionarán su desarrollo en la licenciatura y su desempeño como egresados de comunicación.

Lo anterior no intenta referirse a una desaprobación de los trámites de selección, sino que al contrario, se trata de que los mismos sirvan para regular de alguna manera la disparidad de finalidades entre estudiantes. Muchos jóvenes llegan a pensar que los requisitos de ingreso son solamente trámites inútiles que sólo hacen perder el tiempo y el interés; pero es precisamente a través de la selección de los estudiantes a ingresar que la heterogeneidad de objetivos puede controlarse.

Tendencia en la formación de profesionales de la comunicación: ¡Arriba los medios!

La demanda estudiantil ha exigido el aumento de la oferta educativa en nuestro campo. Sin embargo, la gran oferta de escuelas de comunicación no significa que todas las

instituciones cuenten con un nivel académico alto, o que la planta docente esté lo suficientemente preparada para ofrecer una educación adecuada.

El crecimiento en la oferta educativa de estudios de comunicación, el carácter masivo que ha adquirido la inscripción estudiantil en esta especialidad profesional, los desequilibrios en la distribución geográfica de esta oferta, la falta de recursos económicos, humanos y materiales para hacer frente a las tareas de la enseñanza y las deficiencias en la planificación educativa y la conducción metodológica de la formación, han venido configurando un panorama en el que no escasean las posiciones apocalípticas sobre la viabilidad social y laboral de este campo de la enseñanza (Luna, 1995: 133-134).

Sin embargo más que ubicarnos en una posición apocalíptica, es precisamente esta situación la que nos conduce a realizar una revisión profunda sobre las formas de enseñanza y contenidos impartidos en las escuelas de comunicación.

No se debe perder de vista que cada institución desarrolla un plan de estudios correspondiente – principalmente – a los intereses y objetivos básicos de la Universidad o Institución a las que se encuentren adscritas. Ante ello, los análisis realizados sobre planes de estudio (*Cfr.* Galindo, 1985) reflejan que las escuelas de comunicación están formando una tendencia profunda hacia los medios de comunicación.

La llamada comúnmente “tira de materias” de la mayoría de las carreras, se conforma en gran medida de materias relacionadas con los medios de comunicación, presentándose como asignaturas prácticas y que a primera vista – sin conocer los contenidos – crean la idea de un tipo de formación de profesionales de la comunicación con tendencia técnica, y relacionado directamente con los medios.

Otra parte de las materias contempladas se vincula con metodologías o teorías propias o en relación con la comunicación; en menor medida aparecen aquellas asignaturas pertenecientes también al área de la comunicación, pero no relacionadas estrictamente con medios masivos.

“Los planes de estudio dan como resultado la selección de tres áreas de actividad profesional de un egresado de comunicación: comunicador, comunicólogo y, administrador de la comunicación” (Galindo, 1985: 284). Aunque es evidente el predominio de los primeros, se debe reconocer que en muchas ocasiones la infraestructura con la que se cuenta en algunas escuelas, en cuanto a equipamiento de talleres, limita las prácticas de los estudiantes, lo cual se reflejará en el desempeño de los mismos.

La formación del comunicador y las perspectivas del mercado laboral ilustradas en los planes de estudio, muestran que la mayoría de las escuelas de comunicación continúa privilegiando los campos tradicionales para el ejercicio de la profesión, a pesar de que la mayoría están saturados y, en consecuencia, no tienen posibilidades de emplear egresados de estas carreras (Benassini, 2000: 24)

Pero no sólo se trata del posible desempleo – el cual viene a convertirse en una cruda realidad que termina con nuestro imaginario del profesional de comunicación -, sino que, como señala Guillermina Baena “el asunto es más drástico en tanto que nuestras universidades siguen el modelo napoleónico, donde la escuela tradicional da prioridad a la formación de profesionales y no a la de científicos” (1992: 311)

Científicos que son requeridos en el proceso de consolidación de nuestro campo, pues su trabajo posibilitaría el desarrollo y continuidad del mismo.

Así, la situación que ha venido desarrollando la investigación dentro de las escuelas e instituciones, puede ser resumida en palabras de Raúl Fuentes:

La formación universitaria ha estado dominada por una tendencia “profesionalizante” reduccionista e inconsistente, y la investigación fue muy sesgada en su origen por un “ideologismo dogmático” y a su modo también reduccionista e inconsistente, además de haber sido en buena medida marginalizada dentro de las propias instituciones (Fuentes, 1998: 87-88)

La investigación: elemento clave para el campo académico, pero descuidado en las escuelas de comunicación

Un campo académico determinado se forma en torno a un objeto común, y se constituye mediante comunidades de individuos con intereses comunes y objetivos compartidos (*Cfr.* Kuhn, 1971, 1982). Dichos elementos compartidos, la esencia misma de un campo, se basa en el conjunto de teorías, paradigmas y metodologías en torno a un objeto de estudio determinado, de ahí que el elemento clave de los campos académicos y científicos sea el conocimiento mismo.

La generación / producción de este conocimiento, hace posible el desarrollo de un campo o ciencia determinada, y sólo la investigación – y la discusión al interior de la comunidad académica o científica – harán posible la continuidad y evolución de dicho campo.

Así pues, la investigación no debe “cerrarse” a académicos o investigadores, sino que debe fomentarse entre los futuros actores del campo a quienes concierne.

Otra de las claves de la formación de los comunicadores está en el ejercicio de la investigación como práctica cotidiana, como parte del proceso de formación y como factor relevante para la adquisición de nuevos conocimientos que alimenten nuestros proyectos académicos, nuestras materias y nuestros discursos (Neira, 1992: 354).

Si bien hemos señalado que los estudiantes son parte elemental para la consolidación del campo, es preciso que sus opciones vayan más allá de su incursión en los medios, como productores o actores, es decir, que se genere la idea de que la investigación es también – o debe ser – parte del ejercicio profesional del egresado de las carreras de comunicación.

Las responsabilidades de las escuelas de comunicación

El dilema principal al que se enfrentan las escuelas de comunicación es que en ellas se crea un imaginario del profesionista que *encaja* bien en la sociedad, que ha sido capacitado para producir y ser emisor a través de los medios de comunicación – principalmente masiva.

El problema es precisamente ese, que al encontrarse saturada la demanda de la carrera, las escuelas de comunicación continúan abriendo matrículas, sin que asuman la complicación que significa el hecho de que los propios medios, las empresas de comunicación también comienzan a saturarse, por lo que sus egresados se convertirán en desempleados, o bien, incursionarán en áreas ajenas al campo.

Precisamente por esta circunstancia es que las escuelas de comunicación deben adecuar sus planes de estudio a las demandas mismas de la sociedad, deben corresponder a la modernización que la complejidad de la sociedad actual comienza a exigir, y en cierta medida, velar porque sus egresados *encajen* realmente en el mercado laboral.

La propuesta se centra así en la proyección y desarrollo de programas de vinculación entre la universidad–estudiantes–sociedad, que permita, por un lado a los estudiantes conocer la realidad de su posible desempeño como comunicador, y por otro, a los medios, a las empresas de medios señalar, de alguna manera, qué es lo que se requiere en el campo laboral existente.

Así mismo, es tarea de la planeación de programas y planes estudio el ampliar el abanico de opciones con las que cuenta un estudiante de comunicación; es decir, dejar de centrar toda la atención en la formación de comunicadores y ofrecer opciones como la propia investigación, o el desarrollo de otras áreas menos dependientes de los medios de comunicación.

Es necesaria, entonces, la revisión de los planes de estudio y su adecuación a las necesidades mismas de los estudiantes, de los empleadores, de la sociedad y del campo mismo de la comunicación, con el fin de que se corresponda a la realidad y se consolide, de esa manera, la teorización y la práctica de nuestro campo.

Posdata: A pesar de sus dos caras, sigue siendo una sola moneda

Me permito cerrar estas reflexiones con una señalamiento final, en el cual quiero rescatar la importancia de la investigación en comunicación señalada líneas arriba, y que corresponde directamente a la propuesta de “abrir” los planes de estudio.

La incursión de los egresados de las escuelas de comunicación dentro de la investigación, no sólo debe corresponder a la preocupación por *ejercer* la carrera, sino que debe realizarse considerando que son precisamente las investigaciones las que plantean el panorama en el cual se desempeñarán - o desempeñan - los comunicadores, las que analizan a los medios y estudian otras áreas del campo de la comunicación.

Así mismo, el interés que se pueda mostrar por la investigación debe comenzar a reflejarse en el estudio de posgrados, es decir, la demanda e ingreso a programas de maestría y doctorados afines a la carrera, y que corresponda a un interés real más a que a la búsqueda de un grado por simple moda. De esta manera se pretende - y es necesario - reconocer la existencia de un grupo más dentro del campo: los estudiantes de posgrado.

Se trata, pues de la configuración de una red, de una triangulación, de un trabajo en conjunto donde cada grupo – sean comunicadores, comunicólogos, profesores, estudiantes (de licenciatura y posgrado) – tome partido desde su propia posición, consolidando, mediante su interacción, al campo que nos concierne. Podrán ser actividades distintas, pero pertenecen a un solo cuerpo.

Bibliografía

- Baena, Guillermina (1992) “De cómo incomunicamos a los comunicadores y algunas formas de acción” en Esteinou, J. (ed.) Comunicación y democracia México: CONEICC
- Benassini, Claudia (2000) “Escuelas de comunicación: ¿un imaginario social?” en Revista Mexicana de Comunicación No. 63 Mayo – junio pp. 19-26
- De Garay, Adrián (1992) “La profesión académica en México. Una compleja diversidad: los académicos de la comunicación” en Luna, C. (coord.) Generación de conocimientos y formación de comunicadores México: CONEICC / FELAFACS
- Fuentes, Raúl (1998) La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México México: ITESO / U de G
- Galindo, Jesús (1985) La universidad y la enseñanza de la comunicación: el caso de la universidad Iberoamericana Cuadernos del TICOM, 37 México: UAM – Xochimilco
- Kuhn, T. S. (1971) La estructura de las revoluciones científicas México: FCE Breviarios Núm. 213
- (1982) La tensión esencial. Estudios selectos sobre la tradición y el cambio en el ámbito de la ciencia México: FCE
- Luna, Carlos (1995) “Enseñanza de la comunicación: tensiones y desencuentros” en Galindo, J. y Luna, C. (coords.) Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva México: CONACULTA / ITESO
- Neira, Walter (1992) “Los nuevos términos de la democracia y la enseñanza de la comunicación en América Latina” en Esteinou, J. (ed.) Comunicación y democracia México: CONEICC

CCC
AI
DZ 68

Internet en la mirada de la academia mexicana de comunicación.
Por Octavio Islas y Fernando Gutiérrez
Investigadores del Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey,
Campus Estado de México.¹

1 La contribución de las universidades al desarrollo de Internet en México

La historia de Internet en México, al igual que la historia de Internet en un amplio número de naciones de América Latina, definitivamente no podría comprenderse sin tomar en consideración la decidida participación de algunas de las principales universidades e institutos de investigación, los cuales, a finales de la década de 1980, destinaron una considerable cantidad de recursos para poder establecer los primeros enlaces dedicados a la red de redes, infiriendo la importancia que el “medio inteligente” habría de alcanzar en los años inmediatos.

Los primeros “experimentos” de interconexión entre equipos de cómputo en México, comenzaron en los últimos años de la década de 1970. Las primeras conexiones en realidad comprendían un reducido número de horas, en las cuales, los expertos de las áreas de informática bajar de la red sus correos electrónicos, o consultaban información de los grupos de discusión en línea. Tales conexiones entonces se realizaban a través de líneas telefónicas analógicas, por lo que era indispensable disponer de mucha paciencia.

En junio de 1986, el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey consiguió conectarse a la red BITNET (EDUCOM), por medio de una línea conmutada con la Universidad de Texas en San Antonio (UTSA). La velocidad del referido enlace era de 2,400 bps y los equipos interconectados eran máquinas IBM 4381.

De acuerdo con Óscar Robles Garay (2000, 4), investigador del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, y director del Centro de Servicios de Información y Registro en Internet (Network Information Center de México), entonces se realizaba un promedio de dos conexiones al día, cada una con una duración aproximada de 30 minutos.

En el mes de octubre de 1986, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), estableció su primer enlace a la red BITNET, a través del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Posteriormente la UNAM consiguió articular un enlace satelital independiente, por medio del Satélite Morelos II.²

El 15 de junio de 1987, el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, estableció una conexión de carácter permanente a la red BITNET, y el 28 de febrero de 1989, el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, se convirtió en la primera institución en

¹ Octavio Islas (41 años). Doctor en ciencias sociales y realizó dos maestrías: en comunicación, y en administración de tecnologías de información. Fernando Gutiérrez (28 años). Realizó la maestría en administración de tecnologías de la información, y la maestría en comercio electrónico. Sus correos electrónicos son: oislas@campus.cem.itesm.mx y fgutierr@campus.cem.itesm.mx

² Véase la historia de la RED UNAM en: <http://www.nic.unam.mx/redunam/historia.html>

México que logró establecer un enlace dedicado a Internet, por medio de una línea analógica privada, de 5 hilos de 9,600 bits por segundo, conformándose así el primer nodo de Internet en México.

Por esa sencilla razón, el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey dispone del primer "name server" para el dominio ".mx". El acceso a Internet lo estableció a través de la Escuela de Medicina de la Universidad de Texas, en San Antonio, (UTSA), Estados Unidos.

La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), a través de su Instituto de Astronomía, se convirtió en la segunda institución en México que consiguió establecer un enlace dedicado a Internet, conformándose así el segundo nodo nacional. La conexión digital a Internet se realizó vía satélite, a 56 Kbps, a través del Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR), ubicado en Boulder, Colorado, Estados Unidos.

La tercera institución que logró establecer un enlace dedicado a Internet en México, fue el Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. Su conexión a Internet también la estableció a través del Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR). La UNAM y el Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey entonces mantenían un enlace común, por medio de la red BITNET, a través de líneas analógicas privadas.

Es importante destacar que México fue el primer país de América Latina que consiguió establecer un enlace dedicado a Internet. Inclusive México dispuso de enlaces dedicados a Internet, antes que algunos de los principales países del llamado "primer mundo". Alemania, por ejemplo, logró articular su primer enlace dedicado a Internet en septiembre de 1989; Australia, en mayo de 1989; Japón, en agosto de 1989; Reino Unido, en abril de 1989; y Suiza, en marzo de 1990.

Sin duda alguna nuestra proximidad geográfica respecto de los Estados Unidos fue definitiva para articular nuestros accesos dedicados a Internet, antes que cualquier otro país de América Latina, e incluso con anterioridad a un considerable número de naciones del llamado "primer mundo".

La información de nuestra primera tabla procede de la National Science Foundation (NSF), y Óscar Robles la ha referido en algunos de los textos que él ha publicado sobre tema del desarrollo de Internet en América Latina (Robles, 2000: 4).

Tabla 1 Fechas en las cuales se enlazaron a Internet algunos países de América Latina

| País | Fecha de conexión inicial a NSFnet |
|-----------|------------------------------------|
| Argentina | Octubre de 1990 |
| Brasil | Junio de 1990 |
| Chile | Abril de 1990 |
| Colombia | Abril de 1994 |
| Costa | Enero de 1993 |

| | |
|---|-------------------|
| Rica | |
| Ecuador | Julio de 1992 |
| México | Febrero de 1989 |
| Perú | Noviembre de 1993 |
| Venezuela | Febrero de 1992 |
| Fuente: | |
| ftp://nic.merit.edu/nsfnet/statistics/nets.by.country | |

A finales de la década de 1980, algunas instituciones de educación superior y los principales centros de investigación científica en México, realizaron considerables inversiones para poder establecer alguna forma de acceso hacia las redes de información electrónica. En tal proceso es posible advertir tres grandes tendencias:

1. Instituciones de educación superior y centros de investigación que optaron por establecer su acceso a Internet a través de algún campus del Tecnológico de Monterrey, o por medio de la UNAM.
2. Instituciones de educación superior y centros de investigación que decidieron establecer su enlace dedicado a Internet por medio de alguna universidad de los Estados Unidos.
3. Instituciones educativas que optaron por establecer alguna forma de enlace a redes de información electrónica alternativas a Internet.

La Universidad de las Américas (UDLA), y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), por ejemplo, optaron por establecer sus primeros enlaces a Internet a través del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. A pesar de que los enlaces dispuestos por esas instituciones en realidad eran de muy baja velocidad (9,600 bps), en tales condiciones fue posible establecer servicios de correo electrónico, transferencia de archivos (FTP) y acceso remoto (Telnet).

También a través del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey se enlazaron a Internet el Colegio de Postgraduados de la Universidad de Chapingo, el Centro de Investigación en Química Aplicada, y el Laboratorio Nacional de Informática Avanzada (LANIA).

La Universidad de Guanajuato, ubicada en Salamanca, Guanajuato, decidió establecer su acceso a Internet a través de la UNAM.

En cambio, otras instituciones educativas, como la Universidad de Guadalajara (U de G), por ejemplo, institución pública, optaron por establecer sus primeras conexiones a Internet a través de universidades e institutos de investigación de los Estados Unidos. La U de G articuló sus primeras conexiones a Internet a través de la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA), Estados Unidos, mediante una línea privada de 4 hilos, y a una velocidad de 9,600 bps. Los primeros servicios de información en Internet

de la Universidad de Guadalajara, inclusive se encontraban bajo el dominio de la UCLA, y con direcciones IP de esa reconocida universidad de la Unión Americana.

Otras instituciones educativas optaron por establecer su acceso a redes de información electrónica alternativas a Internet. El Instituto Tecnológico de Mexicali, por ejemplo, articuló un enlace hacia la red BESTNET. Sin embargo, el acelerado desarrollo que alcanzó Internet, finalmente terminó por asimilar a las redes alternativas. De ello precisamente procede la pertinencia de designar a Internet como “la red de redes”.

Hasta el año de 1993, el uso de Internet en México prácticamente estaba restringido a aplicaciones de carácter científico y de investigación. Los principales usuarios de la red eran académicos e investigadores adscritos a las principales instituciones de educación superior o a institutos de investigación. En México, como en la mayor parte del mundo, los primeros usuarios de la red de redes eran expertos en las distintas áreas de la informática. En el periodo comprendido entre 1989 y 1993, las universidades operaron como únicos proveedores de acceso a Internet en México.

El 18 de enero de 1993, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT), se convirtió en la primera institución pública del país que logró establecer un enlace dedicado a Internet. El referido enlace fue satelital, y el acceso a Internet lo proporcionó el Centro Nacional de Investigación Atmosférica (NCAR), en Boulder, Colorado, Estados Unidos. CONACyT inmediatamente empezó a extender una extensa red de información electrónica en el territorio nacional.

El primer proveedor comercial de servicios de Internet en México inició sus operaciones en el año de 1994. Sin embargo, es posible afirmar que a mediados de la década de 1990, tanto en México, como en la mayor parte de América Latina, Internet todavía no admitía aplicaciones de carácter comercial.

Sin duda alguna, las universidades fueron las instituciones que se mostraron más interesadas por impulsar el desarrollo de las primeras conexiones a Internet en la mayor parte de América Latina. De hecho, la administración de los respectivos dominios nacionales, en un gran número de países de América Latina todavía corre a cargo de algunas universidades.

Nuestra segunda tabla nos permitirá identificar cuáles son las universidades públicas y privadas que todavía administran los recursos de Internet en algunos países de América Latina, las cuales precisamente han asumido la responsabilidad de asignar los dominios en sus respectivas naciones.

Tabla 2 Instituciones que administran los recursos de Internet en América Latina

| País | CcTLD | Nombre de la Institución | Tipo de la Institución |
|-------------|-------|--|-------------------------------|
| Argentina | .ar | NIC-Argentina (Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto). | Ministerio de Gobierno. |
| Brasil | .br | NIC-BR (Fundacao de Amparo a Pesquisa do Estado de Sao Paulo). | Ministerio de Gobierno. |
| Bolivia | .bo | NIC-Bolivia / BolNet / Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. | Red Boliviana. |
| Chile | .cl | NIC-Chile (Universidad de Chile). | Universidad Pública. |
| Colombia | .co | NIC-Colombia (Universidad de los Andes). | Universidad Pública. |
| Cuba | .cu | Cuba-NIC (CENIAInternet). | Ministerio de Gobierno. |
| Ecuador | .ec | Corporación Ecuatoriana de Información. | Fundación sin fines de lucro. |
| El Salvador | .sv | SVNet (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología). | Asociación Civil. |
| Guatemala | .gt | Universidad del Valle de Guatemala. | Universidad privada. |
| Honduras | .hn | Red de Desarrollo Sostenible. | Red de Desarrollo Sostenible. |
| México | .mx | NIC-México (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey). | Universidad Privada. |
| Panamá | .pa | PANNET (Universidad Tecnológica de Panamá). | Universidad Pública. |
| Paraguay | .py | Universidad Católica de Asunción y Universidad Nacional de Asunción. | Universidades. |
| Perú | .pe | Red Científica Peruana. | Institución sin fin de lucro. |
| Uruguay | .uy | Universidad de la República. | Universidad Pública. |
| Venezuela | .ve | NIC-VE (Red académica de centros de investigación y Universidades Nacionales). | Asociación civil. |

Fuente: www.lactld.org

En el año de 1994, algunas empresas realizaron los trámites necesarios para obtener los primeros dominios “.com.mx”. En consecuencia, en el año de 1995 se registró un significativo incremento en el número de empresas comerciales que tramitaron dominios “.com.mx”. El 10 de octubre de ese mismo año, de acuerdo con información de NIC-México,³ el número de dominios destinados a propósitos comerciales ascendió a 100, superando por primera vez al número de los dominios asignados a instituciones educativas (85). Entonces el total de dominios “.mx” ya ascendía a 211.

³ Véase: <ftp://ftp.nic.mx/pub/history.txt>

Ese hecho marcó el inicio de una nueva etapa en el desarrollo de Internet en México, en la cual, los proveedores comerciales de acceso a Internet, y las empresas nacionales y multinacionales que incursionaron en los mercados emergentes de Internet, empezaron a ejercer una mayor influencia sobre el desarrollo de Internet en México.

En diciembre de 1995 fue anunciada la creación del Centro de Información de Redes de México (Network Information Center de México). Ese organismo desde entonces se encarga de administrar y coordinar el desarrollo de los recursos de Internet en México.

La administración de NIC-México, por las razones de carácter histórico que ya hemos señalado, se otorgó al Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey. Una de las principales funciones de NIC-México es el asignar y administrar los dominios ".mx".⁴

2 Apuntes sobre el estudio y la investigación de las tecnologías de información en las escuelas de comunicación en México

Como objeto de estudio, la comunicación ha atravesado por profundas crisis epistemológicas; como práctica se diluye y se confunde cada vez más con el uso de instrumentos.

Siempre nombrada pero ausente, la comunicación parece que no está entre la educación y la sociedad, los ciudadanos y los partidos, la sociedad y el gobierno, ni en las instituciones de educación con ellas mismas.

De acuerdo con el investigador Guillermo Orozco Gómez, a comienzos de la década de 1990, el panorama que presentaban los estudios sobre las llamadas ciencias de la comunicación no parecería ser muy prometedor en México. De acuerdo con el investigador Guillermo Orozco Gómez (1992:116):

La deficiencia congénita de los estudios sobre comunicación se traduce actualmente en el hecho de que los académicos de la comunicación, estamos a punto de ser completamente irrelevantes para la sociedad en general y en particular para la formación de nuevos comunicadores. Los mercados laborales están fuera de nuestro control; no logramos que los empleadores acepten nuestros productos; los comunicadores recién egresados no tienen una identidad o en todo caso tienen una identidad difusa ante sí mismos como profesionistas de la comunicación. Hemos improvisado a los docentes a que la expansión galopante, desarticulada y caprichosa de facultades de comunicación en suelo latinoamericano. Hemos dirigido la investigación a problemáticas o de moda o derivadas de intereses personalistas, desvinculando la producción de conocimiento de la formación de nuevos profesionistas. Y seguimos aferrados a sostenes disciplinarios que cada vez nos oscurecen más la salida.

⁴ Véase www.nic.mx

La constitución teórica de la comunicación, destaca el investigador Raúl Fuentes Navarro (1995:50):

es un problema irresuelto, que se vuelve cada vez más complejo conforme avanzan y se diversifican los fenómenos a explicar sistemática y paradójicamente, en tanto que se incrementan también las prácticas de investigación sobre ellos y se consolidan los programas de información de especialistas en comunicación.

Hay varias distancias que nos permitirán aproximarnos al fenómeno que refiere atinadamente el investigador Raúl Fuentes:

1. Distancia epistemológica. La comunicación es la primera práctica que desarrolla el hombre y la última que estudia. Apenas a mediados del siglo pasado las instancias académicas comenzaron a preguntarse por la especificidad de este objeto de estudio y sus alcances. Esa particularidad ha provocado confusiones sobre la comunicación como disciplina científica, propiciando una desafortunada confusión entre la comunicación y los medios, fundamentalmente porque las primeras aproximaciones en el campo se hicieron desde los procesos de opinión generados en los medios masivos.
2. Distancia ontológica. Conforme se avanza en el dominio práctico de los medios de comunicación se aprende a no comunicarse.
3. Distancia educativa. Las escuelas que enseñan comunicación suelen separar la vinculación teoría y práctica. La ausencia de procesos de aprendizaje constructivo, aprendidos desde la formación básica, se reproducen en la educación superior y dejan como consecuencia una débil vinculación con el entorno. ¿Cómo puede un estudiante transformar su entorno social si lo que aprende en las universidades no está conectado con los espacios de ejercicio profesional?. No se pretende que el egresado reproduzca los patrones que marca la lógica del empleador sino que los conozca para mejorarlos.
4. Distancia tecnológica. Se confunde el medio con el fin. Aprender a manipular un instrumento, no significa comunicarse, sin embargo, se insiste más en el manejo de la tecnología que en la formación de expresiones que fortalezcan el diálogo y el aprendizaje. Esto propicia debilidad en la abstracción pues se reproduce más que lo que se produce. Por otro lado, si el uso de la tecnología es ajeno en la formación universitaria, tendrá que aprenderse en el campo laboral; esto además del costo en tiempo

que representa para el profesionista, no parece una factura que el empleador esté dispuesto a pagar.

5. Distancia política. México dibuja un período inédito en su historia política. Hoy como nunca se discuten formas de trabajo y colaboración antaño impensables o por lo menos opuestas. Se habla, incluso, de un proyecto de país incluyente y de intercambio permanente entre la sociedad civil y la política, en el sentido de Gramsci (1984), en el cual aquella es responsable con el gobierno de proponer y vigilar las acciones de mejora social.
6. Distancia institucional. Las instituciones de educación superior siguen caminos muy diversos y comparten aparentemente el mismo fin. Entre las muchas tareas pendientes para que este proceso tome sentido, está la relación del aprendizaje con la identificación y solución de problemas, es decir, con el aprendizaje constructivo. En México, la carrera de Comunicación tiene antecedentes importantes de colaboración e intercambio en otros rubros. El Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), trabaja en Vocalías regionales y reúne a instituciones públicas y privadas, las cuales a la fecha ascienden a más de 50. Del CONEICC ya han surgido acciones concretas para impulsar acciones de mejora continua en los planes de estudio de las universidades afiliadas a este organismo.

Durante varias décadas, el estudio y la investigación sobre las tecnologías de información en México fueron considerados como asuntos periféricos en la reflexión comunicológica. Para un amplio número de investigadores de la comunicación, con excepción de algunos comunicólogos interesados en el estudio de las tecnologías educativas, la investigación sobre tecnologías de información no era objeto de particular atención para la generación de conocimientos, y en la formación misma de los comunicólogos.

El escaso número de textos en los cuales se abordaba el tema de las tecnologías de información, generalmente procedía de enfoques diametralmente opuestos. Por una parte, destacaban los ensayos de carácter crítico, derivados del enfoque del llamado “imperialismo cultural”, los cuales principalmente se inspiraban en los cuestionamientos realizados por destacados algunos autores marxistas, particularmente Antonio Gramsci y Louis Althusser, de quienes adoptaron una interesante perspectiva crítica para emprender el análisis de los aparatos ideológicos del Estado en las formaciones capitalistas avanzadas.

De acuerdo con José Carlos Lozano, investigador del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey, (1996, 108), en América Latina el referido enfoque fue adoptado y desarrollado por un gran número de investigadores a partir de la mitad de la década de los sesenta, pero en especial durante los setenta.

Los investigadores de la comunicación que asumieron la perspectiva teórica del imperialismo cultural, insistían en denunciar que la innovación tecnológica se encontraba subordinada a la lógica de reproducción ampliada de la ideología dominante, y que las tecnologías de información estaban al servicio de la perpetuación de la hegemonía que ejercían las clases dominantes sobre el resto de la sociedad.⁵

Algunos ensayos de carácter crítico, también se inspiraron en los cuestionamientos formulados por Jürgen Habermas, al impacto social y cultural de las tecnologías (1993: 54), centrando consecuentemente su atención en el análisis de la “negativa racionalidad del operacionalismo tecnológico”. De acuerdo con Habermas:

la progresiva racionalización de la sociedad depende de la institucionalización del progreso científico y técnico. En la medida en que la ciencia y la técnica penetren en los ámbitos institucionales de la sociedad, transformando de ese modo a las instituciones mismas, empiezan a desmoronarse las viejas legitimaciones. La secularización y el desencantamiento de las cosmovisiones, con la pérdida que ello implica de su capacidad de orientar la acción, y de la tradición cultural en su conjunto, son la otra cara de la creciente racionalización de la acción social.

Contrarios al pesimismo implícito en tales argumentaciones, algunos investigadores de la comunicación también elaboraron textos más optimistas sobre el desarrollo de las tecnologías de información, recuperando algunas de las tesis propuestas por Marshall McLuhan, a mediados de la década de 1960, quien en *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* ya advertía cómo el mundo empezaba a transitar a la condición de una aldea global, resultante de la formidable expansión que estaban alcanzando los medios de comunicación masiva.

Inclusive es posible afirmar que Marshall McLuhan (1977, 25-26), al igual que Julio Verne, anticipó con impresionante claridad el advenimiento de Internet.⁶

Después de tres mil años de explosión por medio de técnicas fragmentarias y mecánicas, el mundo de Occidente entra en implosión. Durante las eras mecánicas prolongamos nuestros cuerpos en el espacio. Hoy en día, después de más de un siglo de técnica eléctrica, hemos prolongado nuestro propio sistema nervioso central en un alcance total,

⁵ Sin duda alguna Javier Esteinou Madrid, admite ser considerado como el investigador mexicano que más se ha ocupado de abordar el tema de la hegemonía y el desempeño de los aparatos ideológicos del Estado, destacando particularmente su obra: *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*, cuya primera edición corrió a cargo de Editorial Nueva Imagen, en el año de 1983.

⁶ Sólo la privilegiada imaginación de Julio Verne fue capaz de poder concebir a Internet con casi un siglo de anticipación. En el documento “París en el siglo XX”, el cual data de 1863, y que fue publicado por primera vez en Francia, en el año de 1994, el célebre visionario anticipó: “La foto-telegrafía permitía enviar cualquier tipo de escrito, firma o ilustración, o cualquier contrato para ser firmado, a una distancia de 20,000 kilómetros. Todas las casas estaban cableadas”.

aboliendo tanto el espacio como el tiempo en cuanto se refiere a nuestro planeta. Estamos acercándonos rápidamente a la fase final de las prolongaciones del hombre, o sea la simulación técnica de la conciencia cuando el desarrollo creador del conocimiento se extienda colectiva y conjuntamente al total de la sociedad humana, del mismo modo en que ya hemos ampliado y prolongado nuestros sentidos y nuestros nervios valiéndonos de los distintos medios.

De acuerdo con Raúl Fuentes Navarro (1994:52), más allá de reeditadas posiciones “apocalípticas” o “integradas” (Eco, 1968), o de los extremos discursivos:

los desafíos teóricos provenientes de los desarrollos tecnológicos de los sistemas de información/comunicación y, sobre todo, de su imbricación multidimensional en la economía, la política y la cultura, exigen pensar críticamente el “entorno cambiante de la información” (...) los objetos de estudio que es necesario reformular no son sólo los productos tecnológicos nuevos como tales, o las tecnologías como lógicas de uso de determinados recursos (en este caso los informativos), independientemente de que se les considere “nuevas” o no. Se trata de algo mucho más amplio y profundo: los cambios inducidos en las relaciones socioculturales entre sujetos y sistemas, en la organización de la vida cotidiana y de sus representaciones cognitivas, en la distribución de las posiciones del poder y el control de espacios en que se sitúa toda actividad humana.

En 1984, la destacada investigadora Fátima Fernández Christlieb, presentó una interesante ponencia relativa al desarrollo de las nuevas tecnologías de información en México, en el marco del Tercer Encuentro del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), evento que se realizó en la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

Posteriormente, en el año de 1986, en el desarrollo del Quinto Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, evento que se realizó en Bogotá, Colombia, el investigador Raúl Fuentes Navarro dictó una interesante conferencia sobre el tema de las escuelas de comunicación y la enseñanza de las nuevas tecnologías en América Latina.

A pesar del creciente interés que sin duda alguna ya manifestaban algunos investigadores de la comunicación en México, por emprender el análisis de las tecnologías de información, es posible afirmar que, aún a principios de la década de 1990, la producción de investigaciones sobre el referido tema todavía era muy incipiente en México. Así lo demuestra un estudio de Raúl Fuentes Navarro,⁷ y las investigaciones

⁷ En *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*, texto publicado en el año de 1991, Raúl Fuentes consigna que apenas el 3.7% de los textos clasificados como documentos de investigación de la comunicación por el Centro de Documentación del Consejo Nacional

fundamentalmente admitían un carácter teórico-especulativo, sin incursionar en el análisis técnico de las aplicaciones tecnológicas.

Sin duda alguna la determinación de algunos investigadores de la comunicación, como Carmen Gómez Mont, quien a mediados de la década de 1980 se desempeñaba como catedrática de la Maestría en Comunicación de la Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, resultó definitiva para poder incorporar a los planes de estudio de algunas de las universidades mexicanas que ofrecían la licenciatura en ciencias de la comunicación, asignaturas que ya involucraban el estudio de las tecnologías de información.

Las investigaciones realizadas por Carmen Gómez Mont, indudablemente demostraron que el impacto social de las tecnologías de información efectivamente merecía una mayor atención por parte de los investigadores mexicanos.⁸

Sin embargo, ya avanzada la década de 1990, la mayor parte de los estudios realizados por comunicólogos interesados en la investigación de las tecnologías de información, ni siquiera reparaba en la existencia misma de Internet.

La atención de los investigadores dedicados al estudio de las tecnologías de la información, entonces se canalizaba a temas como el desarrollo de las comunicaciones satelitales, el posible advenimiento de la televisión de alta definición (HDTV), las aceleradas transformaciones que registraba la industria de las telecomunicaciones, el dominio técnico de la Multimedia, el desarrollo de la radio digital, y otros.⁹ Es posible afirmar que en el año de 1994, un amplio número de investigadores de la comunicación en México, observaban una relativa indiferencia hacia el tema de Internet.¹⁰

Tan sensible menosprecio al tema de la red de redes no era exclusivo de los comunicólogos. A pesar del formidable desarrollo que ya había alcanzado Internet en el

para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), correspondían al tema de tecnologías de investigación.

⁸ A principios de la década de 1990, algunos autores europeos, como Lucien Sfez, insistían en la importancia que admitía el análisis de las tecnologías de información en la reflexión comunicológica. De acuerdo con Sfez (1992, 15), la cuestión de la tecnología es central en el estudio de la comunicación, pues hoy en día la comunicación es tecnológica o no es.

⁹ Entre los comunicólogos que en México manifestaron particular interés por el estudio de las comunicaciones satelitales destacan: Javier Esteinou, Fátima Fernández, Raúl Trejo Delarbre, Héctor Schmucler, Ligia María Fadul y Lino Santacruz; Gabriela Warkentin y Octavio Islas se ocupaban del tema de la televisión de alta definición (HDTV); el desarrollo de la televisión por cable era estudiado por Carola García Calderón, José Flores y Leobardo Conde; en la investigación de la telecomunicaciones destacan los trabajos desarrollados por Javier Esteinou, Eduardo Barrera y Javier Elguea; respecto al tema de la radio digital, destacan textos de Alma Rosa Alva de la Selva, Gabriel Sosa Plata y Fernando Mejía Barquera; Carmen Gómez Mont mantenía su interés por estudiar las tecnologías de información en conjunto.

¹⁰ En enero de 1995 se publicó el número 104 de *Cuadernos de Comunicación*, el cual fue dedicado por completo al análisis de la "Sociedad de la Información". La referida obra comprende una interesantísima colección de textos de Ángel Benito, Soledad Robina Bustos, Alberto Montoya Martín del Campo, Miguel Alemán, Albert Gore, Carlos Eduardo Colina, Raúl Fuentes Navarro, Elizabeth Fox, Alma Rosa Alva de la Selva, Migdalia Pineda de Alcázar, Rafael Roncagliolo, Javier Esteinou Madrid, Rafael Serrano Partida, Fátima Fernández Christlieb y Ligia María Fadul, Octavio Islas Carmona, y Eduardo Novoa.

mundo, los propios “expertos” en informática del gobierno del entonces presidente Ernesto Zedillo, ni siquiera fueron capaces de realizar mención alguna de la palabra “Internet” en la elaboración del “Programa de Desarrollo Informático”, texto desarrollado por la Academia Nacional de la Informática, para incorporarse al “Plan Nacional de Desarrollo” del gobierno de la República, en el periodo 1994-2000.

El investigador Raúl Trejo Delarbre es autor del primer libro que algún comunicólogo mexicano dedicara al tema de Internet. Se trata de *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet*. El referido texto, independientemente de los reconocimientos internacionales de que fue objeto, sin duda alguna atrajo poderosamente la atención de los investigadores de la comunicación en México hacia el tema de Internet.

3 El “Proyecto Internet” del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México

De acuerdo con Tyler (1994), Crozier y Friedberg (1990), Giddens (1987), y Bates (2000), las organizaciones son resultado de la acción social que desarrollan sus actores, sus expectativas, interacciones, orientaciones y en las condiciones materiales que tienen.

Los actores son una categoría fundamental en este planteamiento pues representan la parte viva del proceso y la voluntad para llevar a buen término la propuesta. No se concibe el éxito de ninguna modificación estructural si no se reproduce en y por la actitud de la comunidad.

El Tecnológico afirma de forma cotidiana la presencia de la tecnología como paradigma educativo:

“De acuerdo a su Misión educativa, expresada en la formación de personas comprometidas con su entorno y altamente competitivas, y en función de la globalización de la economía, la sociedad de la información, la competitividad de las empresas, los profundos cambios que experimenta el país y los retos del mercado, el Tecnológico de Monterrey rediseña su actividad educativa, a partir del uso inteligente de una sólida plataforma tecnológica, para dar cauce a las habilidades, actitudes y valores que promueve en su comunidad”.¹¹

En 1995, la iniciativa de una entusiasta generación de estudiantes interesados en el desarrollo de la red de redes, y de un grupo de catedráticos e investigadores del Departamento de Comunicación del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, sentó las bases del “Proyecto Internet”,¹² el cual inicialmente fue concebido como un centro de investigación aplicada destinado a proporcionar servicios de investigación, capacitación, extensión y consultoría a instituciones interesadas en diseñar, desarrollar y evaluar sus estrategias en materia de comunicaciones digitales integrales vía Internet. En los años recientes, además hemos incorporado servicios

¹¹ Véase www.cem.itesm.mx

¹² Véase www.proyectointernet.com.mx

especializados de consultoría en materia de ciberperiodismo, cibermarketing y comercio electrónico.

Nos parece que la gestación del Proyecto Internet puede inscribirse dentro de las llamadas “nuevas lógicas de descubrimiento”, las cuales, de acuerdo con el destacado investigador Enrique Sánchez Ruiz, representan iniciativas emergentes en el campo de estudios de las ciencias de la comunicación, las cuales pueden resultar susceptibles de incidir en la generación de nuevas áreas de conocimiento en la formación misma de los comunicólogos.

En el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, inferimos que las industrias emergentes de la red de redes estaban a punto de convertirse en una atractiva “ventana de oportunidades” para los comunicólogos interesados en el estudio y la investigación de las tecnologías de información.¹³ Además entendíamos que Internet representa una formidable palanca para el desarrollo de las instituciones que conforman el sector público en México, y en ellas nos propusimos trabajar.

En el año de 1995 publicamos en línea el primer número de *Razón y Palabra*, una de las primeras revistas www en América Latina, la cual hemos dedicado al análisis de diversos temas de comunicación.¹⁴ Posteriormente desarrollamos el sitio WWW de la *Revista Mexicana de Comunicación* y la Fundación Manuel Buendía, los cuales seguimos administrando.¹⁵

Paralelamente emprendimos nuestros primeros servicios de consultoría en materia de Internet, y en el año de 1996 desarrollamos el primer sitio WWW de PEMEX Corporativo, el cual nuevamente diseñamos en el año de 1998.

En el mes de junio de 1996 iniciamos el desarrollo de las primeras páginas WWW de la Presidencia de la República,¹⁶ y el primero de septiembre de 1996 empezamos a operar el Sistema Internet de la Presidencia de la República, en el cual publicamos el Segundo Informe de Gobierno del Presidente Ernesto Zedillo.¹⁷

¹³ El concepto “ventanas de oportunidad” lo encontramos en un texto de Judith Sutz, quien señala que “ventanas de oportunidad” es un concepto que indica que la evolución de la tecnología en general o de alguna tecnología en particular, está abriendo caminos –y eventualmente atajos- para emular algunas de las características de las sociedades centrales.

¹⁴ Véase <http://www.razonypalabra.org.mx> En sus 21 ediciones en línea (mayo de 2001), más de 300 reconocidos investigadores de la comunicación de México, América Latina y España han publicado ensayos sobre diversos temas de comunicación en las páginas www de *Razón y Palabra*.

¹⁵ Véase: www.mexicanadecomunicacion.com.mx y www.fundacionbuendia.org.mx

¹⁶ Al establecer su sitio WWW, la Presidencia de la República despertó un sensible interés por Internet en las dependencias del sector público. De acuerdo con información de NIC-México (www.nic.mx), en el mes de octubre de 1996, el número de dominios “.gov.mx” ascendió a 63. Tal cifra representó un incremento del 525 por ciento en el número de dominios “.gov.mx” que se desarrollaron durante el periodo comprendido entre diciembre de 1995 y octubre de 1996.

¹⁷ La representación del Gobierno de la República en Internet, primero fue asumida, extraoficialmente, por el servidor WWW del Consulado de México en Nueva York. En ese sitio WWW inclusive se publicó el Primer Informe de Gobierno del entonces presidente Ernesto Zedillo. Posteriormente, un asesor de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, de apellido Dávila, se atribuyó el derecho de elaborar unas páginas espurias de la Presidencia de México, las cuales residían en

A partir de 1997, el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey asumió el desarrollo del sitio WWW de la Cámara de Diputados y de 1998 a 1999 nos hicimos cargo de la administración del sitio WWW de la Cámara de Senadores.¹⁸

Hasta ahora hemos asesorado a más de una decena de instituciones públicas nacionales y extranjeras, en la planeación, desarrollo y ejecución de sus estrategias en materia de comunicaciones digitales a través de Internet. También hemos realizado servicios de consultoría para un similar número de empresas y organismos no gubernamentales. Actualmente en el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, se encuentra conformado por un equipo interdisciplinario de investigadores y consultores, el cual reúne a comunicólogos, periodistas, diseñadores gráficos, e ingenieros en sistemas computacionales.

4 El impacto de las comunicaciones digitales en los planes de estudios de las licenciaturas y posgrados en comunicación en México

4.1 Las escuelas

En 1997 logramos introducir en el plan de estudios de la licenciatura en ciencias de la comunicación del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, las primeras asignaturas dedicadas al estudio de Internet, y al desarrollo de acciones comunicativas integrales a través de la “red de redes”. No fue sencillo, los verdaderos expertos materia de Internet eran alumnos que apenas habían egresado de la licenciatura en ciencias de la comunicación.¹⁹

un sitio WWW que llevaba el apellido del referido asesor. En repetidas ocasiones, Armando Quintero Mateos, quien se desempeñaba como secretario particular de Carlos Salomón Cámara, entonces titular de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, exigió al señor Dávila que retirase de su sitio personal las páginas electrónicas en las cuales se atribuía la supuesta representación del gobierno de México en Internet. Dávila, sin embargo, mantuvo ese sitio espurio hasta ya avanzado el año de 1996. ¿Por qué tan singular y delicado hecho prácticamente resultó inadvertido para la mayor parte de los medios informativos en México? En primer lugar, porque entonces no había una prensa especializada en el tema de Internet que estuviese atenta a analizar hechos y fenómenos ligados al desarrollo de la red de redes en México. Por otra parte, la mayoría de los funcionarios públicas poco sabían en realidad de Internet, y frecuentemente lo asociaban a temas de ciencia ficción o de literatura fantástica. Cabe mencionar que José Luis Oliva Posada, en el número 4 de la revista *Gobierno Digital*, correspondiente al mes de agosto de 1996, fue uno de los pocos periodistas que puntualmente advirtieron la ridícula situación en la cual se encontraban las supuestas páginas WWW de la Presidencia de la República, hospedadas en el sitio personal del señor Dávila. Finalmente las primeras páginas WWW de la Presidencia de México las desarrolló el Proyecto Internet del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, durante los meses de julio y agosto de 1996. Véase “La Presidencia de la República en Internet”. *Gobierno Digital*. Número 6, octubre de 1996, pp. 15-16.

¹⁸ Véase www.camaradediputados.gob.mx

¹⁹ Ese mismo año conseguimos introducir las primeras asignaturas dedicadas al estudio de Internet en el plan de estudios de la Maestría en Comunicación de la Universidad Veracruzana, la cual se convirtió en el primer posgrado en México que logró incorporar, en sus planes de estudios, materias dedicadas el tema de Internet.

Los egresados de la licenciatura en ciencias de la comunicación del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, han encontrado en las pujantes industrias de Internet y del comercio electrónico un atractivo campo de desarrollo profesional. Cada semestre, y sin muchas dificultades, más de la mitad de nuestros egresados se incorporan exitosamente a esas industrias. Los indicadores de eficiencia terminal de la licenciatura en ciencias de la comunicación del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México, significativamente se han incrementado desde entonces.

De acuerdo con un interesante texto que realizó el investigador Raúl Fuentes Navarro, sobre los programas de estudio de los posgrados en comunicación de las universidades mexicanas, es posible advertir un creciente interés por la investigación de las tecnologías de información.²⁰

Cada una de las cuatro instituciones educativas cuyos programas de posgrado en comunicación han sido reconocidos en el padrón de excelencia del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), han contemplado áreas de investigación en el ámbito de las tecnologías de información o en el estudio de los nuevos medios de difusión masiva.

La maestría en comunicación que se imparte en la Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, por ejemplo, cuenta con una área de investigación sobre comunicación y nuevas tecnologías.²¹ La maestría en comunicación que se imparte en la Universidad Nacional Autónoma de México, a través de la Facultad de Ciencias Políticas, también incluye una línea de investigación en comunicación e innovaciones tecnológicas. El doctorado en ciencias sociales que se imparte en la Universidad Autónoma Metropolitana, define una línea de investigación en nuevas tecnologías y su impacto en la organización de la vida pública y privada. El doctorado en ciencias sociales de la Universidad de Guadalajara, dispone de una línea de investigación en nuevos medios de comunicación e industrias culturales.

Desafortunadamente no basta incorporar líneas de investigación en tecnologías de información en los planes de estudios de programas de licenciatura o posgrado en comunicación para impulsar la investigación de las tecnologías de información, particularmente aquellas que admitan una relación directa con el desarrollo de Internet. Es indispensable reparar en la importancia que admiten el mantener una moderna infraestructura computacional, garantizar un pertinente equipamiento de las instalaciones, procurar la periódica renovación del equipo, y disponer de un eficiente soporte técnico.

El Sistema Tecnológico de Monterrey, es el sistema de educación superior privado más extenso de México, y atiende a través de sus sistemas escolarizados y de la Rectoría de

²⁰ Ese estudio estaba publicado en las páginas WWW del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de la Comunicación (CONEICC), las cuales administró el Proyecto Internet desde 1997 hasta marzo de 2001.

²¹ A la Universidad Iberoamericana, Plantel Santa Fe, en el año de 1996 le fue confiada la responsabilidad de impartir la Cátedra UNESCO en Telecomunicaciones y Sociedad.

Universidad Virtual, a más de 120,000 estudiantes en México y en el extranjero, ofreciendo programas de preparatoria, licenciatura, maestrías y doctorados, y cuenta con un total de 30 campus en el territorio nacional.

Para lograr abatir sensiblemente las elevadas inversiones que cada año era indispensable realizar para mantener nuestro equipo computacional en óptimas condiciones, en el Tecnológico de Monterrey optamos por centrar nuestra atención en la posibilidad de ofrecer miles de puntos de conectividad en todos nuestros campus, accediendo así a la condición de una universidad integrada inalámbrica, delegando en nuestros alumnos la responsabilidad de adquirir computadoras portátiles a precios preferenciales y en pagos diferidos, con nuestros diferentes proveedores de equipo computacional.

Además hemos garantizado un oportuno y calificado mantenimiento a cada una de las computadoras portátiles personales, las cuales adquieren nuestros alumnos de primer ingreso en cualquiera de los programas que ofrecemos.²² La periódica renovación de los equipos computacionales de nuestros alumnos, se encuentra perfectamente considerado en los convenios que hemos celebrado con nuestros proveedores. Además, cada uno de los profesores del Sistema Tecnológico de Monterrey, dispone de por lo menos una computadora portátil o una estacionaria.

Desafortunadamente, en no pocas universidades públicas y privadas de México, los responsables de la administración del equipo computacional todavía consideran que no es necesario asignar equipos de cómputo a los comunicólogos y, en general, para los investigadores dedicados al estudio de las ciencias sociales.

Si los responsables de la administración del equipo computacional disponen de un presupuesto reducido, por lo regular optan por adquirir equipo computacional que destinarán a los académicos, investigadores y alumnos que estudian licenciaturas o posgrados en las ciencias de la informática.

En consecuencia, en un amplio número de universidades mexicanas, el acceso de estudiantes y de catedráticos de las licenciaturas o posgrados en ciencias de la comunicación a equipos computacionales modernos y eficientes todavía es muy restringido, situación que desafortunadamente les impide el uso de muchas de las nuevas aplicaciones de Internet.

El cambio es complejo, sin embargo es posible que los marcos institucionales que han avalado y desarrollado patrones educativos apostados al cambio orienten sus patrones de aprendizaje al intercambio y la cooperación apoyados en el uso de la tecnología.

²² Cada alumno del Sistema Tecnológico de Monterrey, de acuerdo con la lógica del modelo educativo implantado, estudia la mayor parte de sus materias en un ambiente virtual de aprendizaje integral, desarrollado por Lotus Notes: Learning Space. Ello independientemente del nivel de los estudios que se encuentre realizando, ya sea preparatoria, licenciatura, maestría o doctorado, y sin importar que se trate de ciencias sociales o de ingenierías.

Las instituciones educativas enfrentan cotidianamente varios problemas críticos, incluidas las limitaciones de recursos, fuerza de trabajo experimentada y una cada vez mayor diversidad en las poblaciones estudiantiles. Bailey, E. K. & Cotlar, M. (1993).

De ese problema se desprende una doble oportunidad para innovar y cambiar creativamente los sistemas de distribución empleados por las instituciones educativas (Bok, 1990).

Por un lado, la comunicación electrónica puede ayudar a reducir las barreras que se presentan a minorías y por cuestiones de género, como establece Bowers, (1988), grupos marginados de los medios masivos de comunicación encuentran posibilidades de presencia, difusión y respuesta en la comunicación mediada por computadoras pues hoy como nunca antes pueden, al menos en un plano simbólico, cohabitar con usuarios distintos política, sexual y culturalmente; por otra parte, los avances de la tecnología en el lugar de trabajo demandan que las instituciones produzcan estudiantes competentes y experimentados con las últimas tecnologías. (Coates & Jarratt, May 1993).

Este aspecto también da al egresado la posibilidad de transformar los escenarios laborales, que tradicionalmente funcionan con criterios empiristas y empresariales, con el saber que obtuvo en la escuela. Es decir, la síntesis de las tecnologías de información con las telecomunicaciones y las tecnologías de diseño instruccional están produciendo una posible solución a los problemas críticos de los sistemas educativos del mundo pues en atención a la dialéctica son la tesis de la antítesis que generaron.

El desafío de la era tecnológica no se opone al de la industria, al contrario, es un derivado de aquella pero con tal poder que en unas cuantas décadas se ha convertido en la reguladora de prácticas, tiempos y espacios. Hoy el desafío no es a la tecnología sino a su uso, pues se vive uno de esos momentos en que la humanidad tiene la opción de caminar por otro rumbo. La pregunta es si el uso que se le da a la tecnología es el que se le quiere dar, o bien, si éste resiste un diagnóstico sobre el hombre como parte de una comunidad.

4.2 Los investigadores web

En los años recientes, un mayor número de investigadores de la comunicación en México ya se han dedicado a realizar investigaciones sobre diversos temas de las ciencias de la comunicación, asociados al desarrollo de Internet.

Alejandro Vázquez Vela Duhalt, por ejemplo, ha realizado investigaciones sobre el desarrollo de la televisión WWW; Claudia Benassini ha investigado sobre televisión en Internet y el desarrollo de las comunidades virtuales; Eduardo Scheffler Zawadzki ha publicado sobre cine e Internet; Abraham Nosnik Ostrowiak ha abordado el tema de la “comunicación productiva” en Internet; Javier Esteinou Madrid ha incursionado en el tema del Estado en Internet; Gabriel Sosa Plata ha realizado interesantes estudios sobre el tema de la radio WWW; Perla Rodríguez ha trabajado sobre el tema de la Multimedia e Internet; Ernesto Villanueva, Lizzy Navarro y Camilo Pérez Bustillos han realizado

relevantes aportaciones al estudio de Internet y su impacto en el desarrollo a la información; Delia Crovi ha estudiado el tema de Internet y la educación a distancia; Jorge González y Jesús Galindo han incursionado en el estudio de temas de cibercultura; Gerardo Albarrán de Alba ha contribuido a impulsar notablemente el desarrollo de la investigación en México, y América Latina, en general, en temas de ciberperiodismo.²³

Además consideramos indispensable destacar la formidable labor que han realizado algunos profesionales ajenos a las ciencias de la comunicación, como Óscar Robles Garay, director del Centro de Servicios de Información y Registro en Internet (Network Information Center de México), infatigable promotor del desarrollo de la red en México, quien entre sus múltiples tareas ha realizado un minucioso seguimiento del desarrollo de las industrias de Internet en México.

Alejandro Pisanty, quien se desempeña como responsable del área de Educación Abierta y a Distancia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), decidido promotor de la Sociedad de Internet Capítulo México, quien ha realizado relevantes investigaciones sobre el tema de Internet para beneficio de todos los comunicólogos interesados en el tema.

También es justo señalar a Gabriel Moreno, quien durante los años recientes, sin duda alguna ha realizado las más importantes investigaciones sobre el desarrollo de las industrias de Internet en México y el comercio electrónico, para la firma Select IDC.

De ninguna manera nuestra relación de investigadores admite considerarse como exhaustiva. Sin embargo, creemos que permite ofrecer un panorama aproximativo al mosaico de áreas de interés que ha impulsado el desarrollo de Internet en diversos campos de la reflexión comunicológica en México.

4.3 Nuestra escueta conclusión. Es indispensable renovar el imaginario conceptual de las ciencias de la comunicación

De acuerdo con Alejandro Rodríguez, presidente de la Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI), de los nuevos campos de desarrollo profesional que han impuesto las industrias de Internet y del comercio electrónico en México, se desprende la necesidad de emprender radicales transformaciones en los planes de estudios de las licenciaturas y posgrados en ciencias de la comunicación.

El desarrollo de comunicaciones digitales exige de las habilidades técnicas y conocimientos teóricos de auténticos “comunicólogos digitales”. Ello representa un gran reto para las universidades en las cuales se imparten licenciaturas y posgrados en ciencias de la comunicación.

²³ Gerardo Albarrán desarrolló el sitio WWW más importante de América Latina en temas de periodismo en Internet. Se trata de *Sala de Prensa*: www.saladeprensa.org

De acuerdo con el destacado investigador Jesús Galindo (2001), la reflexión cibercultural definitivamente es fundamental en la formación de todo comunicólogo. No es una matriz ya constituida, advierte Galindo, es un proyecto en construcción, un plan de trabajo colectivo que impone y demanda nuevas condiciones de diálogo y de comprensión.

Es posible emprender un plan emergente de reeducación y formación subjetiva, destaca Jesús Galindo:

lo que sigue es el juego constructivo del nuevo espacio conceptual. Elementos como comunicación, interactividad, hipertextualidad, conectividad, redes, virtualidad, aparecen en escena. Son muchos los que van explorando sus contenidos y sus aplicaciones. Lo interesante es la dimensión reflexiva, la cibercultura supone más intersubjetividad, más diálogo y conversación entre distintos y semejantes. Este frente se va armando desde distintas regiones, en diversos lugares, todo ello con la apuesta de la formación de una ecología social más interconectada, más reflexiva, más dialógica y dialéctica. La nueva visión de la totalidad está en marcha, supone la participación de todos por todos los medios posibles. Creación social de nuevo cuño (...) La cibercultura, percibe que Internet implica una cosmovisión en sí misma, y en cierto sentido es portadora de una cosmología. Es decir, toda la red de redes está formateando a sus públicos en algo que es una nueva forma de vida, se parezca ésta al siglo veinte o a alguna utopía alternativa. Es decir, no es sólo asunto de contenidos, sino de principios y operadores constructivos. Internet está formando una cultura universal no en el sentido sólo de ser potencialidad homogénea, el molde de la cultura mediática de occidente, del primer mundo, sino en el formato general en el cual esos contenidos se configuran. Internet cumple con aquello de que “el medio es el mensaje”.

Internet es, sin duda alguna, el medio de comunicación “inteligente”, que expresa en su formidable complejidad y perfección, el sentido más amplio de lo que representa en nuestros días la convergencia tecnológica, instalándonos en una especie de versión más avanzada de aquello que Marshall McLuhan acertó en designar como “aldea global”.

En 1998, el destacado investigador Ernesto Villanueva (1988, IV), autor de más de una docena de libros sobre temas relacionados al derecho a la información, entendió con extraordinaria claridad la relevancia que admitía Internet en el estudio de la comunicación:

Se puede afirmar que la aparición de Internet constituye un parteaguas histórico que divide la comunicación humana, entre antes y después de Internet.

¿Qué se puede agregar a tal afirmación?

REFERENCIAS

ALVA de la Selva, Alma Rosa (1993). Radio y Libre Comercio. En *Cultura, medios de comunicación y libre comercio*. México. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

ANDIÓN Gamboa, Mauricio (1989). La investigación en la enseñanza de la comunicación En *Diá-logos de la comunicación*. Número 25. FELAFACS.

BARRERA, Eduardo (1993). La transnacionalización y mercantilización de las telecomunicaciones: el caso de México, en *Diá-logos de la comunicación*. Número 36. FELAFACS.

BARRET, Neil (1998). *El estado de la cibernación*. España. Ediciones Flor del viento..

BARTOLOMÉ Cresco, Donaciano (Coord.) (1991). *Estudios sobre tecnologías de la información*. España. Editorial Sanz y Torres.

BATES A. W. (2000). *Managing a technological change: strategies for Collage and University Leaders*. USA. Josey-Bass Inc. Publishers.

BAILEY, E. K. & COTLAR, M. (1993). Managing globally with technology. En *Leadership and Organization Development Journal*, p. 21-24.

BENASSSIN Félix, Claudia (1986). *Problemas pedagógicos de la investigación de la comunicación: experiencias y propuestas*. Ponencia presentada en el IV Encuentro CONEICC. México, León, Guanajuato.

BOK, D. (1990). *Universities and the Future of America*. EE.UU. Durham, NC: Duke University Press.

BOWERS, C.A. (1988). *The cultural dimensions of educational computing: Understanding the non-neutrality of technology*. New York: Teachers College Press, Columbia University.

CASTAÑEDA Yáñez, Margarita (1979). *Los medios de comunicación y la tecnología educativa*. México. ANUIES-Trillas.

CASTELLS, Manuel (2000). *La era de la información. La sociedad red*. Vol. 1. México. Siglo Veintiuno Editores.

CEBRIÁN, Juan Luis (1998). *La red*. España. Taurus.

COATES, J. F. y JARRATT, J. (199S, May). Managing effectively in the emerging electronic communications environment. In Coates, J. F. and Jarratt, J. (Eds.), *The future at work*. San Francisco. Jossey-Bass Inc.

CORRRALES Díaz, Carlos (1987). *El significado sociocultural de las nuevas tecnologías de comunicación*. En *Cuadernos Huella*. Número 14. México. ITESO.

CONEICC (1981). *Diagnóstico de la enseñanza de la comunicación social en México*. Comité de Asuntos Académicos. México. CONEICC.

CROZIER y FRIEDBERG (1990). *El actor y el Sistema*. México. Alianza editorial.

DABAS, Elina y DENSE, Najmanovich (Comps.) (2000). *Redes. El lenguaje de los vínculos*. Argentina. Piados.

DAVARA Rodríguez, Miguel Ángel (2000). *De las autopistas de la información a la sociedad virtual*. España. Aranzadi Editorial.

DE KERCHOVE, Derrick (2000). *Inteligencias en conexión*. España. Gedisa.

DE SOLA Pool, Ilthiel (1993). *Tecnología sin fronteras*. Fondo de cultura económica, México.

DORFMAN, Ariel (1980). *Reader's nuestro que estás en la tierra: Ensayos sobre el imperialismo cultural*. México. Editorial Nueva Imagen.

ECO, Umberto (1968). *Apocalípticos e integrados*. España. Lumen.

ELGUEA, Javier (Comp.) (1994). *Telecomunicaciones y desarrollo*. México. Intelmex

ESTEINOU, Madrid, Javier (1979). *El estudio materialista de la comunicación de masas*. En *Cuadernos del TICOM*. Número 1. México. UAM Xochimilco.

----- (1980). La sobredeterminación social de los aparatos de consenso de masas. En *Cuadernos del TICOM*. Número 4. México. UAM Xochimilco.

----- (1980). Aparatos de comunicación de masas, Estado y puntas de hegemonía. En *Cuadernos del TICOM*. Número 6. México. UAM Xochimilco.

----- (1981). El surgimiento de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital. En *Cuadernos del TICOM*. Número 10. México. UAM Xochimilco.

----- (1983). *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México. Nueva Imagen.

----- (1983). La identidad cultural frente a las nuevas tecnologías de comunicación. En *Tecnología y Comunicación*. México CONEICC-UAM Xochimilco.

----- (1984). Las tecnologías de información y la confección del Estado ampliado. En *Cuadernos del TICOM*. Número 30. México. UAM Xochimilco.

----- (1985). La comunicación por satélite y la sociedad mexicana. En *La comunicación social en México*. México. UAM Xochimilco.

---- (1989) El sistema de satélites Morelos y la sociedad mexicana. México. En *Cuadernos del Centro de Servicio y Promoción Social*. Serie Investigación, número 9. México. Universidad Iberoamericana.

FELAFACS (1982). *La formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina*. México. FELAFACS-ITESO.

FERNÁNDEZ, Christlieb, Fátima (1986). Nuevas tecnologías de información en México. Ponencia presentada en el III Encuentro CONEICC, Guadalajara, Jalisco, 1984. México. UAM Xochimilco.

----- (1985). Génesis del Sistema de Satélites Morelos. De proyecto privado a programa estatal. En *Información Científica y Tecnológica*. Número 100. México. CONACYT.

----- (1986). Nuevas tecnologías y política. Ponencia presentada en el V Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. FELAFACS/AFACOM. Bogotá, Colombia, 1986; publicada en *Nuevas tecnologías y comunicación*. FELAFACS/AFACOM. Bogotá, 1986.

FUENTES Navarro, Raúl (1986). Escuelas de comunicación y nuevas tecnologías en América Latina. Algunas implicaciones teóricas, educativas y profesionales. Ponencia presentada en el V Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. FELAFACS/AFACOM. Bogotá, Colombia, 1986; publicada en *Nuevas tecnologías y comunicación*. FELAFACS/AFACOM. Bogotá, 1986.

----- (1991). *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*. México. CONEICC-ITESO.

----- (1992) *Un campo cargado de futuro: el estudio de la comunicación en América Latina*. México. FELAFACS-CONEICC

----- (1995) Telemática y posdisciplinarietà en el estudio de la comunicación. En *Cuadernos de Comunicación*. Número 104. México

FORESTER, Tom (1991). *Sociedad de alta tecnología*. México. Siglo veintiuno editores.

GALINDO, Jesús (2001). Internet y cibercultura. Nueva cultura y formas emergentes de sentido. En Octavio Islas y Fernando Gutiérrez. *Pensar el Internet del mañana*. México. CECSA (próxima publicación).

GARCÍA Calderón, Carola (1987). *Para conectarse a Cablevisión*. México. El Caballito.

GIDDENS A. (1987). *Las nuevas reglas del método sociológico*. México. Amorrortu.

GÓMEZ Mont, Carmen (1991). *Estado, neoliberalismo y nuevas tecnologías de información en México (1980-1990)*. México. UNAM

GONZÁLEZ Molina, Gabriel (1987) Organización, burocracia y profesión: determinación institucional de las comunicaciones sociales, en Enrique Sánchez Ruiz (comp.), *La investigación de la comunicación en México*. México. Universidad de Guadalajara.

HABERMAS, Jürgen (1993). *Ciencia y técnica como ideología*. México. REI México.

HAMELINK, Cees (1981). *La aldea trasnacional*. España. Gustavo Gili.

HEILBRONE, Robert (1995). *Visiones del futuro*. España. Piados.

ISLAS Carmona, Octavio y GUTIÉRREZ Cortés, Fernando (1996). "La Presidencia de la República en Internet". En *Gobierno Digital*. Número 6, octubre de 1996, pp. 15-16.

----- (coordinadores) (2000). *Internet. El medio inteligente*. México. CECSA.

JOYANES, Luis (1997). *Cibersociedad. Los retos sociales ante un mundo digital*. España. McGraw Hill.

LANDOW, George. (comp.) (1998). *Teoría del hipertexto*. España. Piados.

LOZANO Rendón, José Carlos (1996). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México. Alambra Mexicana.

LULL, James (1995). *Media, communication, culture. A global approach*. EE.UU. Columbia University Press.

MARQUES de Melo, José (1984). "La investigación latinoamericana en comunicación". En *Chasqui*. Número 11. Ecuador. CIESPAL.

----- (1987). "Teoría e investigación de la comunicación en América Latina: balance preliminar de los últimos 25 años". En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*. Vol 1, número 2.

MARTÍN Barbero, Jesús (1978). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México. Gustavo Gili.

MATTELART, Armand (1977). *Multinacionales y sistemas de comunicación: los aparatos ideológicos del imperialismo*. México. Siglo XXI.

----- y SCHMUCLER, Héctor (1983). *América Latina en la encrucijada telemática*. México. Folios.

MCLUHAN, Marshall (1977). *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. (7ª. Impresión). México. Editorial Diana.

----- y POWERS B.R (1991). *La aldea global*. México. Editorial Gedisa.

MENÉNDEZ, Ana María y TOUSSAINT, Florence (1989). *Prensa y nueva tecnología*. México. Trillas.

NORDENSTRENG, Kaarle (1982). Las nuevas tendencias de la teoría de la comunicación. En Miquel de Moragas (ed.). *Sociología de la comunicación de masas*. España. Gustavo Gili.

OJEDA Castañeda, Gerardo (1988). La incorporación de NTI a la educación en México. El proyecto de comunicación educativa del COSNET. En *Telos*. Número 15. España. Fundesco.

OROZCO Gómez, Guillermo (1992). De las disciplinas a los saberes. Hacia una reestructuración de la comunicación desde la academia. En Carlos Luna Cortés (Coordinador), *Generación de Conocimientos y formación de comunicadores*. VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. Comunicación, PISCITELLI, Alejandro (1995). *Ciberculturas. En la era de las máquinas inteligentes*. España. Piados.

PRIETO Castillo, Daniel (1982). Educación, tecnologías y futuros. En *Chasqui*. Segunda Época. Número 5. Ecuador. CIESPAL.

----- (1984). Sobre la teoría y el teoricismo en comunicación. En Fátima Fernández y Margaritas Yépes (comps.). *Comunicación y teoría social*. México. UNAM.

QUEU, Philippe (1996). *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. España. Piados.

RHEINGOLD, Howard (1997). *La comunidad virtual*. España. Gedisa.

RICHERI, Giuseppe (1984). El universo telemático. España. Editorial Mitre.

ROBLES, Óscar. (2000). Notas sobre la evolución de Internet en México. En Octavio Islas y Fernando Gutiérrez (Coordinadores), *Internet el medio inteligente* (pp.3-25). México: CECSA.

SÁNCHEZ Ruiz, Enrique (comp.). (1988). *La investigación de la comunicación en México. Logros, retos y perspectivas*. México. Edicom-Universidad de Guadalajara.

----- (1992). El espacio audiovisual mexicano ante el Acuerdo de Libre Comercio Canadá-Estados Unidos-México. En *Comunicación y sociedad*. Número 14-15. México.

SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel (Edición es español) (1998). *Comunicación y globalidad. Ensayos de ecología cultural*. México. Fundación Manuel Buendía.

SANTACRUZ Moctezuma, Lino (1993). *Comunicación satelital y desarrollo*. México. Fundación Manuel Buendía.

SARTORI, Giovanni (1998). Homo videns. *La sociedad teledirigida*. España. Taurus.

SCHILLER, Herbert (1976). *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. España. Gustavo Gili.

SFEZ, Lucien (1986). *Critique de la Communication*. París. Seuil.

SUTZ, Judith (1992). Ventanas de oportunidad y tecnologías de la información: algunos comentarios sobre pasado y futuro. En Rafael Roncagliolo (Coordinador). *La integración cultural Latinoamericana*. VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social. Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana IV (pp. 7-24). México: Beatriz Solís y Luis Núñez Gornés (Editores).

THESING, Josef y PLESS, Frank (1999). *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Argentina. Konrad Adenauer Stiftung-CIEDLA.

TOUSSAINT, Florence y ESTEINOU, Javier (1988). Las perspectivas en América Latina (investigación sobre NTI). En *Telos*. Número 15. España. Fundesco.

TREJO Delarbre, Raúl (1994). *La nueva alfombra mágica. Usos y mitos de Internet. La red sin redes*. México. Los Libros de Fundesco.

----- (1997). *Volver a los medios. De la crítica a la ética*. México. Ediciones Cal y Arena.

TYLER, W. (1994). Organización escolar: una perspectiva sociológica. Traducción de Pablo Manzano. España. Editorial Morata.

VERNE, Julio (2000). *Obras Selectas*. España. Edimat Libros.

VILLANUEVA, Ernesto (1998): Límites jurídicos de la libertad informativa en la red de redes". En *El Nacional*. Suplemento Medios. Número 3, p. IV, 12 de abril.

----- (2000). *Hacia un nuevo derecho de la información*. México. Universidad Iberoamericana-Konrad Adenauer Stiftung.

----- (2000). *Derecho mexicano de la información*. México. Oxford.

El imaginario de la profesión de la Comunicación y su relación con la realidad en la Producción Comercial Radiofónica

Presenta: Emma del Rocío Hernández Tapia

Introducción

Es a finales de los ochenta cuando tomo la decisión de incluirme en el mundo de la comunicación. Intensamente atraída por la multidisciplinariedad que ofrecía el campo, pero principalmente en la búsqueda de esa fascinante área que representan los medios masivos para la mayor parte de las personas quienes no tienen acceso a ellos sino como receptores, es que elegí estudiar Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Si bien mi interés se centraba principalmente en el área social del periodismo y como toda joven, la radio también constituía parte esencial de ese gusto, me mantuve siempre abierta a todas las posibilidades que ofrecía la carrera.

A fin de cuentas, he tenido la oportunidad de presenciar de cerca cómo se dan los procesos en estas dos áreas: en el primero, como observadora dentro un proyecto de investigación académica que actualmente llevo a cabo, y el segundo, como integrante del proceso; experiencias que me permiten realizar una reflexión al respecto de la construcción del imaginario de estos temas dentro de la universidad y mi experiencia de la "realidad". Para objeto de este ensayo, retomaré exclusivamente la experiencia en la radio comercial.

Es difícil definir dónde se construyen los primeros imaginarios sobre la carrera, en un pequeño cuestionario realizado a alumnos de la universidad¹, ellos ubican su decisión en la preparatoria. Ahí se puede observar como se repiten los discursos al respecto de sus aptitudes artísticas y como buscan en la carrera la

manera de expresarlas, se repite el sueño de aparecer en los medios de comunicación, de alcanzar notoriedad. Se conciben así mismos como seres humanos especiales, con necesidades especiales y por tal motivo eligen una carrera especial. Es también la presencia de los bachilleratos con especialidades en comunicación los que ayudan a configurar los imaginarios sobre la carrera.

Otro factor de suma importancia que ayuda a configurar los imaginarios sobre la carrera tiene mucho que ver con la construcción que hacen los productos mediáticos sobre la profesión, es decir, los jóvenes como grandes consumidores de estos productos, no pueden dejar de concebir al periodista como ese investigador a la caza de una exclusiva; o ese publicista exitoso rodeado de mujeres bellas, con una vida relajada y divertida. Sin embargo, aún cuando llegan a la carrera de comunicación con una concepción previa, en la etapa académica es dónde se crean, transforman o consolidan los imaginarios sobre la que han elegido como su profesión.

La construcción del imaginario sobre la profesión en la universidad y su relación con la realidad.

La universidad como institución formadora constituye una de las principales fuentes de información sobre la cual se construyen los imaginarios sobre la profesión de la comunicación. Esta proporciona desde el planteamiento de sus planes de estudio su propia versión de lo que es o debe ser y conocer un profesional del campo. Estos aseguran una formación básica en teoría e investigación de la comunicación, medios, relaciones públicas y comunicación organizacional; sin embargo, dependiendo del perfil de cada institución y la orientación de la carrera se marcarán las diferencias en cantidad y calidad de cada uno de los componentes de esa formación. Es en este contexto a partir del cual

¹ Cuestionario elaborado por la Mtra. Lety Gaspar a estudiantes de 7º y 8º cuatrimestre.

se construyen las expectativas de vida profesional y el que marca mi experiencia. Siendo estudiante de la carrera de comunicación me encontré con situaciones contradictorias; por un lado, mientras destacaba nuestra formación en la producción de medios, por el otro se repetían en todo momento los discursos de la saturación de la demanda laboral en los mismos; como una aparente solución a esto se brindaba como alternativa conocimientos sobre comunicación corporativa u organizacional, la cual enfrentaba hace diez años y sigue enfrentando ahora, el obstáculo de una escasa cultura organizacional, además de que "el empleador no tiene claridad en los conocimientos y habilidades adquiridos por el comunicador y, en consecuencia, suele ubicarlo preferentemente en el ejercicio profesional de los medios y no en otros campos considerados por los respectivos planes de estudios" (Benassini: 2000:19)², lo que sin duda nos obliga a pensar y a trabajar en la transformación del imaginario de los empleadores y las actividades profesionales que puede desarrollar un comunicador.

El contacto y la experiencia que comparten los profesionales de las distintas áreas laborales que se encuentran dentro de las instituciones, son elementos que ayudan a reducir las distancias entre el imaginario del estudiante y la realidad del ejercicio profesional; en aquellos momentos la incertidumbre y el vacío de información al respecto era inmenso, así que sólo quedaba dejarnos guiar y confiar en los conocimientos que se proporcionaban.

En 1993 egreso de la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de Comunicación de la Universidad del Valle de Atemajac, y unos meses después fui contratada en el departamento de producción comercial de Unidifusión Radio. Esta fue una excelente oportunidad de romper con el mito de los medios inaccesibles y de poner en práctica los conocimientos en un área que si bien no había tenido problema en desarrollar cuando era estudiante, tampoco la había contemplado como actividad futura.

² "Las escuelas de Comunicación: un imaginario social" en Revista Mexicana de Comunicación, n.

Con la excitación de encontrarme dentro del medio no tome en cuenta un detalle importante, la primera era que el nombre del cargo a desempeñar era el de "asistente de producción" el cual implicaba, por supuesto, un sueldo de asistente, hecho que un primer momento no me molestó por ese otro mito de "no tienes experiencia, vas a aprender", pero que con el paso del tiempo y la adquisición de responsabilidades y el desempeño de actividades propias de cualquier productor se convirtió en un lastre, pues en ningún momento aclaramos en que momento o bajo que condiciones se daba paso a la siguiente categoría, la cual al parecer se reservaba exclusivamente al jefe del departamento. Esto significaba una doble o triple marginación, pues en un grupo radiofónico donde había comunicadores trabajando en distintas áreas: periodistas, reporteros, editores, productores, locutores de noticias y locutores ambientales con sueldos no altos, pero sí mucho más significativos; los sueldos de los productores comerciales estaban por debajo incluso de algunos operadores, a los cuales para desempeñar su trabajo se les requiere con estudios mínimos de secundaria. Actualmente, un productor comercial percibe por 40 horas de trabajo a la semana un sueldo entre 3,500 y 5,000 mil pesos mensuales dependiendo al grupo que pertenezca.

Uno de los problemas más cotidianos que tiene que enfrentar un productor en este caso y un comunicador de medios en general en la realidad laboral, es la fuerte presencia de autodidactas, quienes además por el tiempo que han permanecido laborando en la empresa forman parte de las estructuras de la misma. Estos, en su mayoría, establecen con los jóvenes con formación universitaria una competencia, en la cual no sólo minimizan los conocimientos adquiridos en los espacios escolares, sino también obstaculizan el aprendizaje y el desarrollo de las actividades de producción. Esto significa, que de ese imaginario que construyes del proceso de la producción siendo estudiante, la parte que se puede parecer a la realidad es exclusivamente la labor de escritorio, pues la elaboración y la planeación del material a producir depende de ti, mientras en la

labor de dirección y producción, las capacidades y la disposición de los actores participantes en el proceso (locutores y operadores) son determinantes en el resultado del producto final.

Se podría decir que el proceso de la producción comercial (PC) se divide en dos etapas principales: una anterior a la producción que es la etapa creativa, donde se ponen en práctica los conocimientos de publicidad y la producción. Siendo estudiante la parte creativa no representa ningún problema, pues usualmente cuando se solicita una campaña se te da la libertad de elegir el producto y tu te encargas de dotarlo con las características más especiales, además considerando las dinámicas escolares los tiempos de elaboración y producción van entre una y dos semanas; ambas cosas distan mucho de la realidad de una empresa de medios. En este caso en particular la producción comercial, es un proceso de producción en masa, es decir, las condiciones de trabajo están dadas para trabajar la creatividad y la producción de hasta 15 o más clientes o prospectos diarios en temporada alta. El departamento de PC trabaja en relación directa con el equipo de ventas, ellos son quienes mantienen el contacto directo con los clientes y quienes deben proporcionar la información necesaria al creativo a través de un formato de solicitud de producción, para la elaboración de los spots publicitarios. Sin embargo, al tener que cumplir con las metas de venta mensuales, establecidas por la institución, solicitan las producciones sólo con el nombre del cliente y un recorte de prensa, pero sin definir ninguno de los perfiles tanto del cliente como del posible consumidor del producto. Esto implica que además de la labor creativa, el productor tiene que construir al cliente para poder realizar su trabajo y en muchas de las ocasiones destinar tiempo a la corrección o reelaboración de esa misma campaña.

Un factor muy interesante que durante la carrera no fui capaz de percibir debido en parte a la feminización de la matrícula, fue el hecho que todavía el personal que labora en las empresas de medios es en su mayoría masculino, y

sin tratar de hacer una generalización, en este caso específico, el personal femenino se enfrenta a actitudes misóginas que interfieren en un desempeño armonioso de sus actividades productivas.

Para concluir:

A manera de reflexión al respecto de la importancia de los imaginarios sobre la profesión de la comunicación y la conformación de estos en la fase universitaria considero interesante trabajar en las siguientes áreas:

- a) Conocer cuál es el imaginario de los empleadores al respecto de la profesión de la comunicación y a partir de ahí establecer estrategias que permitan modificar y ampliar esas percepciones y así favorecer las posibilidades de desempeño del comunicador.
- b) Que las instituciones universitarias no pierdan o consoliden esa conexión con el campo laboral, para así poder ofrecer seguridad al alumno con una visión más apegadas a la realidad.
- c) Trabajar en los elementos que constituyen el imaginario de las mujeres al respecto de la carrera, para identificar los elementos que contribuyen a esa feminización de la matrícula.
- d) Identificar cómo se construyen los imaginarios en los productos mediáticos sobre la profesión del comunicador en las distintas áreas.

CCC
AI
DZGB

INTRODUCCIÓN

Cuando planteamos la investigación consideramos la necesidad de responder por medio de nuestra investigación a dos problemáticas. Lo que implica no tan solo la respuesta a estos interrogantes, sino determinar como valor fundamental, comprender las preguntas y definir cada uno de sus enunciados. Esto como un ejercicio de interpretación de preguntas que se construyen dentro de un contexto determinado.

Las problemáticas son:

1) ¿El perfil de la carrera de Comunicación Social responde a las expectativas de los alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. (U.N.L.Z.)?

I. El Perfil

Según las últimas modificaciones instrumentadas por el Decreto 256 / 94 del Poder Ejecutivo, por intermedio del Ministerio de Educación de la República Argentina, determinó las nuevas interpretaciones de conceptos como perfil y los alcances de cada carreras. Determinó que perfil es "un conjunto de conocimientos y capacidades que cada título acredita" y como alcances "a aquellas actividades para las que resulta competente un profesional en función del título respectivo..."

No tan sólo en esas variaciones puso significativo interés el Poder Ejecutivo, sino que libró al criterio de cada Universidad la determinación de sus incumbencias, dejando de ser potestad absoluta del Estado.

Pero estas interpretaciones sobre perfil no se han comenzado a discutir en nuestra unidad académica, lo que nos llevaría a definirlo desde otro marco de pensamiento.

Prieto Castillo lo define más claramente en su libro y lo toma de José Arnaz de su obra "La planeación Curricular", definiéndolo de la siguiente manera: Perfil es "un retrato hablado, un dibujo a grandes rasgos con las características que ha adquirido el egresado como resultado de haber transitado por determinado sistema de enseñanza - aprendizaje" y marca cuatro puntos que es importante rescatar.

El perfil debe de poseer las siguientes características:

- a) Las áreas de conocimiento en las cuales tiene cierto dominio.
- b) Lo que será capaz de hacer con ellas.

c) Los valores y actitudes que probablemente habrá asimilado.

d) Las destrezas que habrá desarrollado.

Cualquier denominación conceptual que tomemos para interpretar perfil, nos llevará a interpretar que el Perfil implica una serie de objetivos claros y generales que son las columna vertebral donde se edificará la currícula, son los puntos de llegada que tiene que conocer el alumno de antemano cuando se va inscribir en una carrera determinada.

Tienen que ser claros y respetar la competencia cultural de un joven que recién egresa de la secundaria. Si no se cumple esta regla entramos en un juego siniestro de poder de la palabra en la que nosotros nos reservamos los significados y la libertad autoritaria para cambiarlos.

La currícula dentro de estas concepciones es el mapa de viaje que le va permitir a los alumnos saber qué puntos debe alcanzar, qué etapas debe cumplir para lograr los objetivos propuestos en las incumbencias.

Ciencias de la Comunicación:

Con respecto al rango de ciencia Lopez Veneroni dice" al tratar de ciencias de la comunicación en realidad se habla de un conjunto de disciplinas científico sociales y técnico - profesionales que convergen en torno a fenómenos de los medios masivos, el cual habitualmente reconocemos como objeto de la comunicación en virtud de un convencionalismo académico tácito. Como veremos en el desarrollo de esta presentación los llamados fenómenos de la Comunicación vana comprender no tan solo a aquellos relacionados directamente con los medios de comunicación sino principalmente a aquellos comprendidos como: comunicación Institucional, comunicación entre pares, comprensión y decodificación de mensajes etc. Fenómenos que inclusive no necesitan de su elaboración de mediadores tecnológicos.

2) ¿Cuál es el perfil que debería tener según los alumnos, la Carrera de Comunicación Social?

Nuestro primer paso fue realizar una serie de entrevistas para tratar de ver si realmente las problemáticas que planteábamos son comunes a todos los estudiantes de Comunicación Social. Esta serie de entrevistas se realizaron de manera informal con un grupo de alumnos ante las posibilidades laborales ante su eminente su graduación.

Realizadas las entrevistas nos dimos cuenta de que teníamos que delimitar el problema. Porque si continuábamos tratando de responder a nuestras premisas iniciales, el campo de posibilidades que cabría era muy amplio y aparecía como un obstáculos para proseguir.

Primero, porque el perfil de la carrera (a partir de las entrevistas que realizamos a representantes de la institución se desprende se encuentra en constante discusión) no está delimitado (desconocemos si realmente hay que delimitarlo).

Segundo, porque tratar de definir a partir de los alumnos cuál es el perfil del comunicador (del análisis de datos de las encuestas efectuadas a los estudiantes vimos que tampoco aparecía esclarecido y ofrecía la variedad de tantos perfiles posibles como alumnos cursantes) no se podía hacer en esta etapa.

Y en tercer lugar, aparece la dificultad de comparar situaciones que ningunas de las dos partes (alumnos - instituciones) tienen definidas.

Entonces como alumnos - investigadores decidimos explorar sobre las distintas configuraciones que existen sobre el comunicador social.

Tomamos como base el concepto de investigación exploratoria, "...este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y/o reconocido y cuando aun, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de ciertas generalidad (1)."

A partir de este nuevo enfoque quedaron delineados nuevos propósitos y objetivos.

Propósitos:

- 1) Aportar información para una futura investigación sobre el perfil del comunicador social.
- 2) Aportar información para una investigación que indague profundamente sobre el perfil que determina la Facultad de Ciencias Sociales de la U.N.L.Z.

Objetivos:

- 1) Conocer el surgimiento de las escuelas de comunicación social en Latinoamérica y su correlato en Argentina, con sus diferentes características.
- 2) Conocer la génesis de la creación de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora y su relación con el nacimiento de la carrera de Comunicación Social.
- 3) Indagar sobre el último cambio curricular en comunicación social y conocer su implicancias.
- 4) Conocer la visión (autoridades y alumnos) que se tiene sobre comunicador social, dentro de la Facultad de Ciencias Sociales de la U.N.L.Z.

Para dar cumplimiento a los objetivos estipulados se indagó sobre bibliografía existente y especialmente sobre material emitido por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social -FELAFACS- que ha venido realizando investigaciones descriptivas sobre los estudios de comunicación en América Latina.

Tomamos como eje disparador el artículo de Mauricio Andion "Generación de conocimiento y formación de comunicadores" enriqueciéndolo con aportes de otros autores.

Esta investigación intenta ampliar la información recabada de modo que planificamos una serie de encuentros con aquellos informantes considerados claves para dar respuestas a los interrogantes surgidos en la exploración de la problemática del perfil del comunicador.

En este sentido utilizamos como técnica para la realización las entrevistas, la denominada entrevista cualitativa en profundidad (2) . Se realizó sólo un encuentro con cada informante. No se realizaron preguntas estructuradas, sino que el entrevistado fue presentándose. Y paulatinamente cada entrevistado fue contando sus experiencias como estudiante en la carrera de la que egresó, su visión con respecto al perfil del Comunicador Social. Y por último se remitió a su realidad profesional.

El sitio del encuentro fue seleccionado por los entrevistados, sin embargo la mayoría eligió su lugar de trabajo aunque otros prefirieron su domicilio particular.

Especialistas entrevistados :

* Norma Pietranera, alumna - investigadora, en ese momento se encontraba contratada por la facultad de Ciencias Sociales para investigar sobre la historia de la universidad en el periodo 1973 / 75.(La entrevista se concretó en Diciembre 1993)

* Graciela Favilli, Licenciada en Ciencias de la Educación .Directora del Departamento de Pedagogía Universitaria, quien fue contratada por la Facultad para realizar una revisión de los planes de estudios que deparó en la reformulación de los mismos, lo cual en algunos casos significó :una disminución del casi el 30%de las materias; la unificación de contenidos, y la eliminación de otros que se encontraban reiterados y/o no poseían relación con la Licenciatura en Comunicación Social. (La entrevista fue realizada el mes de Noviembre de 1993).

* Launay Mirta, Licenciada en Ciencias de la Información, fue docente de la Cátedra de Comunicación I y II en la Facultad de Ciencias Sociales de Lomas de Zamora. Jurado en concursos en varias universidades y asesora en la reformulación de la currícula de las carreras de Comunicación Social y Periodismo en la mencionada Facultad de la U.N.L.Z. (La entrevista fue realizada el 31 de Enero 1994).

* Martínez Sameck Pablo, Licenciado en Sociología, fue Decano de la Facultad de Ciencias sociales de la U.N.L.Z., participó en una charla sobre el perfil del comunicador realizada el 30 de noviembre de 1993.Ese encuentro permitió conocer la visión sobre el particular de la maxima autoridad de la Facultad de Ciencias Sociales.

* Bustamante Carlos, Licenciado en Periodismo, profesor en Comunicación Social. ExDirector de la Escuela Superior de Periodismo de La Plata (1984 / 87),

Jefe del Departamento Informativo de Radio Provincia (1991). Ex docente de la U.N.L.Z. en la cátedra Taller de Radio en la década del '80. (La entrevista se concretó en Febrero 1994).

*Rivas Silvia .Licenciada en Comunicación Social,.(La entrevista se concretó en Marzo 1994).

II. DESARROLLO DE LA CIENCIA EN LATINOAMERICA

1- ¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PUEDEN SER EL OBJETO DE ESTUDIO DE UNA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN ?

La idea de una ciencia de la comunicación nace ante la necesidad que produjo la aparición de los medios electrónicos de transmisión de información, en el proceso de desarrollo del sistema capitalista.

La aparición de esta nueva tecnología permitió transmitir una cantidad de datos (mensajes) de una distancia a otra. Recordemos que hasta ese momento solamente existía el periódico, asociado a la idea de tribuna política y el periodista tomaba a su profesión con cierta aureola de lirismo romántico.

Ante el surgimiento de la primeras emisiones de radios a principios del siglo XX y ante el inicio de las pruebas para la transmisión de la televisión, aquello que parecía un juego destinado a unos aficionados con algunos saberes técnicos, se convirtió para otros en un buen negocio sustentado en la publicidad. Entonces, el mercado comenzó a requerir los servicios de redactores, conductores, técnicos, coordinadores que supieran estructurar un mensaje sustancialmente diferenciado por su elaboración y transmisión, al de la palabra escrita.

Como consecuencia de esta crisis de personal especializado aparecen nuestras escuelas de comunicación, encargadas no sólo de suministrar los profesionales sino también de estudiar todas las aristas del fenómeno comunicacional.

Felipe Neri López Veneroni en un ensayo sobre Escuela de Comunicación: Para qué, nos habla de la pragmática de la urgencia : "Nuestras academias no surgen de un proceso de debate histórico conceptual sobre los problemas del lenguaje y su representación del mundo social, ni de la incorporación crítica de ciertas perspectivas filosóficas al debate de una teoría social. Sino de la necesidad de legitimar profesionalmente al periodismo, a la que luego se le fueron añadiendo temáticas relativamente conexas".

Aparece en esa concepción la idea de tratar de fundar una ciencia (de la comunicación) apartir del estudio y análisis de los media (medios de comunicación de la masas) como si antes de la aparición del concepto en sí, la gente no se comunicara (1) ".

Comienza aquí uno de los pilares donde se edifica el error, nos referimos al hecho que determina nuestro objeto de estudio centrado exclusivamente en los

medios modernos de transmisión de información. No es lo mismo aprender una serie de técnicas sobre el manejo de los medios de electrónicos que implicaría la elaboración de mensajes y la emisión de los mismos, que trabajar dentro un campo científico capaz de analizar el fenómeno comunicativo, el cual irrumpe ante nuestros ojos como algo confuso, complejo y atravesando al sujeto en todo sentido.

La ciencia de la comunicación, dice López: "Es el estudio de las Condiciones particulares de las experiencias prácticas de una colectividad, de sus modos específicos de sistematizar su expresión simbólica y de sus mecanismos para re sistematizar de acuerdo con las condiciones de la experiencia de su propio desarrollo, lo que nos lleva a comprender que las disposiciones culturales y la lógica práctica de sus modos de intercambio simbólico no se rigen por una correlación mecánica entre emisores y receptores, con los medios, como proveedores de la totalidad del discurso".

Aquí podemos definir que esta ciencia de la comunicación que tratamos de precisar va estar sustentada en una teoría que encierre y abra al debate a los fenómenos comunicativos que corresponden a los procesos de expresión, de representación objetiva y de simbolizaciones sociales. (2)

Estos fenómenos son condición primaria del hombre, él únicamente puede expresar sus pensamientos, sus emociones. Y para expresarlos necesita poseer una capacidad: la de representar objetivamente estos sentimientos, estas emociones.

Estas representaciones, estas producciones simbólicas, le dan sentido al fenómeno comunicativo y existen más allá de los medios de transmisión de información, son la trama social, la red de la cual se sostiene el sujeto, son la génesis que le permiten ser. Es y existe apartir de que se puede comunicar.

Por lo tanto, no podemos considerar a los medios electrónicos de transmisión de información como únicos responsables del fenómeno comunicativo y edificar una ciencia sobre ellos. Sino habría que, pero en otra investigación, estudiar lo que Baudrillard llama "los antimedidores" porque analiza que la media (medios de comunicación masiva) en realidad no comunica nada, si entendemos a la comunicación como el espacio recíproco de una palabra y de una respuesta, por lo tanto de una responsabilidad entre dos partes.(3)

Más allá que integremos o no a la media como un fenómeno a estudiar sería uno de los posibles campos de ciencia de la comunicación, no el único, y eso se puede corroborar por el contenido de las currículas de las carreras de comunicación donde la visión se va ampliando hacia espacios de mayor incidencia dentro de una comunidad como: las instituciones, organizaciones barriales, empresas privadas, sistemas de educación, campañas de imagen, etc.

Pero recordemos algo antes de terminar este punto, a modo de síntesis, vamos hablar de lo comunicativo como aquella acción que significa la representación objetiva de pensamientos, de emociones, para concretar producciones simbólicas.

2- COMUNICADOR, COMUNICANTE, COMUNICOLOGO, COMUNICADOR INTERMEDIARIO, COMUNICADOR MEDIADOR .

Aunque parezca la conjugación de un supuesto verbo: comunicador, vamos a tratar de entrar, más allá de determinaciones lingüísticas, en el proceso diacrítico que a sufrido el perfil del comunicador.

Primero definamos perfil, como aquel contorno o orientación que tomará determinada carrera en el transcurso de un tiempo para responder a problemáticas que la sociedad le presenta o no. Es el desafío de autocritica que le permite a cada carrera no convertirse en dogma. Este perfil no excluye a otros perfiles y necesariamente no significa cambios radicales en su sustancia. Es lo que Andion denominó tipología heurística que se construye en base a los niveles cognitivos y a capacidades de un saber hacer con distintos niveles de representación, especificidad y modos de adquisición. (4)

Por ejemplo, la medicina a pasado de un médico de cabecera a una especialización constante, la tendencia actual marcaría, sin perder esta especialización, la necesidad de volver a un médico de cabecera que trataría de integrar al enfermo dentro del contexto familiar y social. La esencia de aliviar el dolor de los enfermos afirmada en el juramento Hipocrático no ha cambiado, lo que se modificó fue la urgencia y la forma de como aliviar ese dolor.

La ciencia de la comunicación nace ante la necesidad de configurar un estatuto profesional a una cantidad determinada de personas que trabajaban en los medios.

El correlato de esa situación era estudiar el fenómeno en sí. Aunque reflexiones como el lenguaje y las relaciones humanas se remontan a los pensadores griegos .

Fenómenos como la radio, la televisión y el cine en sus primeros años. Luego la constatación de sus poder e influencia, tanto la promoción de valores e ideas a través de la propaganda, como apoyar el consumo de bienes y servicios, mediante el adecuado uso de la publicidad ,fueron unos de los principales factores que originaron el interés por el estudio más sistemático de los fenómenos comunicaciones .

A partir de este hecho surgieron en toda Latinoamérica cientos de escuelas para formar estos profesionales ,periodistas y comunicadores .

Llamándose así a aquellos que conocieran las técnicas para elaborar mensajes y pudieran estudiar dicho fenómeno.

Las primeras escuelas se crearon en los países donde la industrialización avanzaba. En 1934 surge el primer proyecto universitario en Buenos Aires copiando el modelo norteamericano, paralelamente, pero al año siguiente en Río de Janeiro se inicia la formación de publicistas para esta vez bajo el modelo Europeo.

Sobre los periodistas en esta etapa, Mauricio Andion realiza un análisis posterior tratando de caracterizarlos y los llama Comunicante, y va decir que es aquel que se encuentra preparado para ser un intermediario del mensaje, un simple canal de transmisión. No es responsable ni de lo que se dice ni como llega el mensaje (5).

Saben escribir bien, se mueven bien ante las cámaras de TV, hablan en forma fluida, saben aprovechar la tecnología existente pero no tienen poder de elección de la información que van a transmitir. Jesús Martín Barbero los llama comunicadores intermediarios, "son aquellos que están hechos para simular, es una comunicación que deja todo igual, que no hace nada contra las divisiones que existen, porque de esas divisiones viven.

Crean en la separación entre emisores y receptores considerandola natural, tratando de cumplir el mandato que le a entregado la facultad la de acercar cultura a la comunidad, porque los receptores no la poseen. Trabajan para mantener esa visión porque sin ella no tendrían trabajo. (6)

Tanto el comunicador intermediario como el comunicante coinciden en presentarse como bisagras, transmisores de información de un emisor que la tiene y un receptor que carece de ella y la necesita.

De acuerdo con lo expuesto, el debate suscita la existencia de un paradigma que sustente a esta nueva ciencia. Entonces se afirma el paradigma de denominar como comunicación a aquello que englobe: emisor, receptor, canal, ruido y mensaje. Sustentado por cientos de investigaciones que lo avalan.

A estas investigaciones hay que sumarles a las que realizaron en la década del 30 de la mano de Paul Lazarfield y son sobre: percepción de la radio, comportamientos electorales y efectos de los medios.

Luego Laswell da cuenta de los que llama "elementos constitutivos básico" de todo proceso comunicacional, sustentado en las cinco doble "W" (WHO, WHAT, WHOM, WHERE Y WHY) aquí las investigaciones se apoyan en la necesidad de analizar los efectos en el receptor, dado que el modelo comunicacional es presentado como persuasivo.

Tanto las investigaciones de Laswell y Lazarfield dan sustento a un modelo comunicativo netamente persuasivo, cuyo sustento supuestamente científico dan

el aval para la creación de escuelas de comunicación donde egresan comunicadores o periodistas con formación técnica, pero sin poder de decisión en los mensajes elaborados.

Decíamos que esta nueva ciencia, encuentra su desarrollo en el avance del industrialismo, con la creación de nuevos medios de comunicación que ofrecen una necesidad de nuevos empleados especializados.

Margarita Reyna determina dos supuestos más con respecto a la creación de las escuelas de comunicación en los primeros años, el primero, la afirmación de los nuevos estados, National - Building, y el valor estratégico que tiene la comunicación en este proceso. Aparece la necesidad de preparar una clase profesional capacitada para interpretar este nuevo desafío de la modernidad para "dar al pueblo un sentido de nacionalidad y de sembrar una más amplia comprensión de sus potencialidades de la acción colectiva". Esta última cita tomada por Reyna de Lucien Pye.

El segundo supuesto fue aquel de creer que el desarrollo capitalista implicaría a la vez un desarrollo de los medios de comunicación en forma paralela, donde irían a ejercer este nuevo rol de intelectual - guardián - paternalista creador de una opinión favorable al desarrollo.

La función de este comunicador, netamente política obtiene aquí su sentido en la afirmación de estos nuevos estados, y son el resultado de una coyuntura política de la Alianza para el progreso de 1961.

Estos últimos puntos que tratamos de desarrollar tienen sus correlatos en una Institución que marcara a fuego el desarrollo de nuestras facultades de comunicación El CIESPAL, que lo desarrollaremos en el punto siguiente.

ETAPA INTERMEDIA: CIESPAL .

CENTRO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COMUNICACION PARA AMERICA LATINA.

Comenzaremos por determinar como concepto generador, que el proyecto sustentador es la de formar un profesional que responda al eje humanístico y al manejo de las destrezas técnicas. Como veníamos analizando hasta este momento el perfil de comunicador que egresaba de estudios superiores adquirirá conocimientos técnicos solamente, para ejercer en los medios que en forma incipiente aparecían.

El CIESPAL fue creado por la UNESCO, la OEA y algunas fundaciones internacionales (entre ellas Ford y Friedrich Elbert) en Quito, Ecuador a fines de los años 50 y jugó un papel importante en el área latinoamericana al propiciar el análisis de contenidos morfológicos de los diarios de la región, así como los análisis de prensa comparada .

José Marques de Melo (13) ,diferencia dos fases en el CIESPAL, una primera fase en que funciona como una agencia de difusión de los modelos norteamericanos de enseñanza e investigación de la comunicación ;y una segunda fase , en que trata de superar el énfasis puesto en periodismo y ampliar la educación a otras disciplinas, publicidad, educación, relaciones publicas . Que va dar como resultado lo que denominan un comunicador Polivalente cuyo sustento teórico le permitiría conocer y operar sobre cualquier acto comunicativo.

Este modelo educativo, de comunicador polivalente es tomado entre otras de la Scoch Of Mass Communication. Es necesario aclarar que el modelo norteamericano interpreta que en un conjunto de disciplinas afines se hacia necesario que todas ellas interpreten los proceso comunicacionales en los medios electrónicos, la industria cultural etc...

Por eso crean un ciclo básico que les permite unificar todas esta disciplinas para suministrarle este conocimiento.

Esto es readaptado por el CIESPAL cuya recomendaciones más importantes que realiza, según Andion son :

- 1-Las escuelas deben tener nivel universitario.
- 2-El programa académico debe durar como mínimo cuatro años.
- 3-El programa de estudios debe incluir cursos humanísticos y técnicos profesionales.
- 4-Las escuelas deberán tratar de convertirse en facultades autónomas dentro de las universidades.
- 5-Al extender sus ramos, las escuelas deberán convertirse en escuelas de ciencias de información.

Estas recomendaciones luego se reproducen en forma directa en las facultades por el alto grado de respeto que se le tenia a las decisiones del CIESPAL .

Produciendo lo que, Marques de Melo considera fue equivocada. No tan solo fue bastante confuso las premisas educativas, lo que permitía que cada Universidad lo interpretaba como quisiera, sino que también se institucionalizo "el mercado natural de trabajo " (7) que tomo a los medios de comunicación como mercado natural para que pudiera ejercer el egresado los conocimientos adquiridos

A pesar de todo ello muchos docentes aprendieron a "enseñar" comunicación con los principios matrices del CIESPAL bajo la concepción desarrollista que caracterizo a la de la UNESCO durante esa época.

No tenemos que olvidar que El CIESPAL ponía énfasis en asociar comunicación con desarrollo por eso interpretaba que comprender las nuevas tecnología eran un aporte fundamental para producir cambios en los paices del tercer mundo o

en vías de desarrollo como se denominaba en ese momento a nuestra economías incipientes .

Además permitió asociar la aplicación de análisis científicos (14) para realizar planificaciones comunicacionales y luego poder luego evaluar sus resultados .

Otro logro fue la de acercar la diferencia que separada a los docentes con preparación practica, suministrándole algún tipo de pedagógica, permitiendo que el mercado comenzara a tomar en serio a los egresados de las Universidades, ahora si preparados por personal que pertenecían a los medios.

Una critica constante del mercado laboral fue y sigue siendo la falta de preparación practica de los alumnos para trabajar en las medios de comunicación .

SEGUNDA ETAPA: COMUNICOLOGOS

Vamos a hablar ahora de una segunda etapa en la formación de comunicadores que Andion llama comunicólogos, aquellos profesionales orientados hacia la búsqueda del sentido de la acción comunicativa, un critico, un analizador de relaciones de poder, y una de ideología impresa en el lenguaje. (7)

Aquí es necesario hacer una aclaración en la actualidad no existen cortes tan pronunciado entre lo que llamamos en un punto anterior comunicante y lo que llamamos ahora comunicologo ,estos tipos de análisis parten de sumar aquellas características que sobresalen en que cada etapa de las facultades de comunicación ,no hay una carrera de comunicologo puro, que no tenga preparación practica para trabajar en los grandes medios. Ni hay comunicantes, que no tengan preparación critica a los medios en los que luego con un poco de suerte van a trabajar.

Siguiendo con la denominación comunicologo vamos a decir que sus mayores exponentes se encuentran en la decada del setenta .Fue la época de la denuncia. El estructuralismo, específicamente la semántica y la semiología, complementada con los fundamentos del materialismo dialéctico, favorecieron la aparición de múltiples investigaciones orientada a develar el contenido ideológico de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación colectiva (12) .

Nacen bajo el fragor de la lucha ,y el análisis posterior de la revolución cultural China ,las escuelas de Frankfurt, el Mayo francés ,las revueltas de Berkeley y otras universidades norteamericanas

Se editorializa en la aparición de libros que satanizan la industria cultural, como determinante de los procesos sociales. En tal sentido, José Marqués de Melo analiza esta tendencia en Brasil y comenta que "se produjo un distanciamiento mayor (en Brasil), en la medida en que las nuevas generaciones son formadas con un antídoto permanente en relación a la industria cultural. Lo cual implica

una contradicción brutal porque esas nuevas personas van a trabajar en la industria cultural y sin embargo, se crea en las escuelas un odio visceral en relación a ella.

Esta nueva concepción de profesional, de un intelectual - crítico, llamado comunicólogo fue la reacción lógica emanada de la presión ejercida por la sociedad para interpretar procesos sociales en América Latina.

La necesidad de interpretar los procesos sociales pasó por distintos momentos, basta recordar los abatares que sufrió la década del setenta, por un lado con sus propuestas humanista y de cambios radicales; por otro las consecuencias de las devastadoras y aniquiladora secuencia de golpes de estados en nuestro continente. Los medios de comunicación aparecen fuertemente contaminados con la ideología del poder dominante, se constituyen en los precursores de una política conservadora, cuyo lema principal apuntaba a no producir modificaciones a lo establecido. Sin duda, se erigieron en soporte de un sistema injusto que necesita cambiar.

Cualquier denominación que adquiriera el término: Comunicador, implica hablar de un proceso bien diferenciado latente en la realidad social. Aparece un crítico en la medida que se asocia a los procesos apocalípticos y refugia su accionar en sectores que él mismo llama marginales.

Conviviendo en el estadio actual con un profesional imbuidos de las prácticas mediáticas cuyos conocimientos son adquiridos en la Universidad. De esta manera, puede pertenecer al club de los emisores, dueños de la palabra que en realidad no poseen.

Hasta aquí nos detendremos en este análisis, más adelante trabajaremos sobre lo que llamaremos: LOS COMUNICADORES NECESARIOS, LOS COMUNICADORES POSIBLES.

3- PERO ¿QUIEN EDIFICA EL ROL COMUNICADOR SOCIAL?. PERO ¿QUIEN LO LEGALIZA?.

En este terreno a veces se centra la problemática en la paradoja del huevo y la gallina. Es la Universidad quien edifica un conocimiento, lo estructura, lo sistematiza, otorga herramientas para que luego la sociedad al utilizar esos instrumentos termine legalizándolo.

O es la sociedad quien plantea necesidades que la universidad tiene que responder estructurando el saber sobre esa problemática.

Nos encontramos ante lo nombrado anteriormente como la pragmática de la urgencia, un cartografiado constante que nos permita leer con el otro, conocer sus puntos de conflictos, para romper la falacia de que ya sabemos lo que el otro (la comunidad) necesita.

Indudablemente existe todo un aparato burocrático estatal que le va dar marco legal a cualquier Licenciatura pero por ahora, este punto de inflexión no está en discusión. Lo que sí está en discusión es donde se localiza el problema y quien posee la solución.

Si dejamos que la comunicación aparezca como un problema universitario solamente, cometeríamos el mismo error que el de creer que los medios de comunicación eran nuestro objeto de estudio.

El trabajo de Sanguinetti y Verano nos marca un salto cualitativo en la forma de enfrentar el problema " ya no es la institución académica la que promueve denodadamente a sus egresados, la que valoriza sus títulos, la que defiende sus competencias laborales... Hoy es la sociedad la que retoma esa lucha valorizando desde la práctica la función del comunicador ; y no sólo eso, sino que interviene cada vez más, en función de sus intereses, determinando perfiles, promoviendo ciertos conocimientos y habilidades, influyendo en la conformación de la currícula y en la asignación de recursos ".(9)

Y este camino que han elegido ciertos sectores para intervenir en la Universidad necesita de una respuesta inmediata de la comunidad educativa, no para atribuirse ese derecho sino para establecer responsabilidades y límites que demanden cuestionamientos y respuestas. (10)

Es necesario replantearnos que un perfil, o bien, una orientación no puede elaborarse en una reunión secreta, como problema de estado donde algunos especialistas diseñan lo que otros necesitan.

Hay que abrir el debate e iniciar el diálogo necesario para que juntos con la comunidad trabajemos por un comunicador que tenga el reconocimiento de la sociedad.

Orozco Gómez define a la construcción de estos nuevos saberes, no en los claustros ni sobre los escritorios sino que se conforman y estructuran a partir de las prácticas profesionales y de las prácticas académicas. El arbitraje de las facultades de comunicación en todo caso se centra en ese punto, en precisar las mejores combinaciones de todos los elementos a tomar en cuenta. (11)

III. Universidad de Lomas de Zamora. Facultad de Ciencias Sociales

En esta tercera parte circunscribiremos la atención en la Carrera de Comunicación en la Facultad de Ciencias Sociales de la U.N.L.Z..(28)Esta carrera surge ,en la Facultad en 1973 con el comienzo de las actividades académicas de la misma. Por entonces había sido designado como decano el Dr. Ricardo Mariño. La iniciativa tenía la premisa de crear una carrera a nivel universitario, ya que no existía en la Argentina, aunque sí en el exterior. Mariño como Director del Área de Sociales se hizo cargo de la confección de los planes de estudio. En esa instancia, el Secretario de Prensa de la Presidencia (del Gral. Alejandro Agustín Lanusse) Burnett Merlín, un periodista que había trabajado en

la Universidad de la Sorbona (París), junto con Mariño y el Lic. en Filosofía y Letras , Luis María

Teragni , fueron los responsables de armar los planes de estudio.

Por entonces, el área de Ciencias Sociales fue considerado demasiado abarcativa para una sola carrera, debido a ello se crea (en U. N.L.Z.) la carrera de Comunicaciones Sociales, con orientaciones en Periodismo, Relaciones Humanas y Publicidad.

Los descriptos a continuación son los fundamentos de la carrera para nivel licenciatura.

- El desarrollo y la incidencia cultural y económica de las técnicas informativas exige su asunción a nivel universitario, programando la carrera de Comunicaciones Sociales, que tiende a preparar cultural y científicamente a los futuros directivos comunicacionales.

- La masa de conocimientos que comprende esta carrera implica adecuarla a una Licenciatura a realizar en 5 años, igualmente se destaca la oportunidad y consenso sobre el título de licenciado.

- Es preciso asegurar a los graduados un amplio campo comunicacional. Para lo cual se proyecta una currícula idéntica con destino a todos los cursantes, con algunas materias optativas que definan una orientación hacia Periodismo, Relaciones Humanas o Publicidad.

- Visto el cambio constante de técnicas y modalidades, una unidad académica moderna tiende a proporcionar una fuerte preparación básica, dejando suficiente margen para que la formación profesional se cristalice en el medio específico, empresario o institucional.

- El currículo, cuyos ingredientes provienen de origen múltiple - según su índole- debe presentar armónicamente dosificados los temas técnicos y culturales, la teoría y la práctica.

- Finalmente, se deja constancia que el presente Plan supone los fundamentos generales que hacen de la Universidad la institución propulsora de la inteligencia que sirve al país en el desarrollo de su cultura.

También se obtendría un título intermedio de nivel bachillerato y cuyos fundamentos son.

- El título intermedio se propone como instancia de flexibilidad y reorientación que incremente el rendimiento del potencial humano disminuyendo las tasas de deserción

- Es también evidente la necesidad social de calificar estudios parciales evitando la masa de semipreparados y fracasados sin habilitación alguna.

- Título intermedio no significa "carrera corta", éstas tienden a bajar globalmente el nivel académico de la Universidad. El presente nivel posibilita el ingreso de recursos humanos dotados de preparación básica al campo laboral.

- El nivel propuesto posibilita a la Universidad, dentro del área y del Departamento, la creación de nuevas carreras en el futuro con evidente ahorro de recursos de toda índole.

El bachillerato universitario en Comunicaciones Sociales ofrece formación cultural a las personas que deseen recibirla con exclusividad.

Asimismo, el perfil del egresado para la licenciatura tendría:

* En general: Profesional dotado de amplia cultura y preparación específica que pueda desempeñar roles directivos en instituciones vinculadas con el área de las comunicaciones sociales.

* En especial: Periodista gráfico, radial, televisivo o cinematográfico.

Publicista, directivo o asesor de agencias. Directivo de Relaciones Públicas en empresas e instituciones. Asesor comunicacional de entidades públicas y privadas. Consultor técnico de empresas y organismos públicos. Ejecutivo de publicaciones, tanto en la parte publicitaria como informativa.

Ejecutivo de estaciones de T.V. y emisoras radiales. Asesor de instituciones educacionales y artísticas. Investigador de nuevas formas educacionales y empresarias. Investigador de la opinión pública y el mercado.

Por su parte, habría objetivos generales y objetivos específicos que perseguiría la carrera.

Objetivos generales

* Aprendizaje de las disciplinas básicas y avanzadas de las comunicaciones humanas con énfasis en la creatividad.

* Formación cultural humanística con prioridad en la reflexión crítica, la estimación de valores y la expresión personal.

* Dominio de las técnicas empresarias al servicio de la comunicación humana.

Objetivos Específicos

* Conocimiento y dominio del que hacer periodístico.

* Creatividad publicitaria.

* Capacidad de conducción en Relaciones Públicas y Humanas.

Después de la concreción del ciclo informativo, se iniciaron las clases por carreras, en el colegio Antonio Mentruyt, ubicado en Las Heras y Manuel Castro,

en la localidad de Banfield y cuando llegó la intervención renunciaron todas aquellas personalidades que habían participado en la instancia fundacional. Tanto es así, que los planes propuestos originariamente no llegaron a implementarse.

Los objetivos propuestos por el CIESPAL se corresponden en líneas generales con los propósitos que se delínean en este primer plan de estudios de la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la U.N.L.Z..

Por otra parte en 1977, bajo el régimen de la dictadura militar encabezada por el Gral. Rafael Videla se decide modificar los planes de estudios vigentes y la carrera fue reemplazada por las Licenciaturas de Periodismo, Relaciones Públicas y Publicidad.(29)

Mientras que, en 1985 (durante el gobierno democrático de Dr. Raúl Alfonsín) después del período de normalización en todas las Universidades Nacionales, la carrera de Comunicación Social de la Facultad de Sociales de la U.N.L.Z., pasó a tener características de Licenciatura con especialidades en Periodismo, Relaciones Públicas y Publicidad. Este proyecto no recibió la aprobación del Ministerio de Educación y Justicia porque presentaba como especialidades aquellos títulos que habían adquirido la categoría de Licenciaturas, de acuerdo con la Resolución ministerial 1902/83.(30)

En 1987 asume como Decano de la Facultad de Ciencias Sociales el Lic. Miguel Angel De Luca y bajo su gestión se modifica lo anterior y se configura la carrera de Comunicación Social, con la fundamentación de que existe una gran cantidad de facultades que tienen incorporado el estudio de esta disciplina en sus planes, por la producción intelectual de libros de textos y de trabajos sobre la materia y por el desarrollo de las disciplinas afines. Desde un primer momento, destacamos la inminente relación entre la situación política del país y el desarrollo de la carrera de Comunicación Social.

Desde el nacimiento de la carrera hasta estos días, los cambios producidos en la currícula de Comunicación Social han tenido distintas características, pero en función de los objetivos de nuestra investigación focalizamos nuestra exploración en el reordenamiento curricular producido en 1990, durante la administración del actual Decano de la Facultad de Ciencias Sociales, el Lic. Pablo Martínez Sameck.

Propuesta de reformulación del diseño curricular a nivel general

El Decanato por intermedio de la Secretaría Académica de la Facultad forma una Comisión Curricular Permanente para efectuar la revisión de los planes de estudios de todas las carreras que se dictan en la institución y cuyo proceso comprendería dos etapas.

La primera tendría que ver con un reordenamiento curricular, a fin de otorgarle una mayor racionalidad a los planes vigentes, ya que había determinadas

cuestiones relacionadas principalmente con la excesiva cantidad de materias , además de la escasa carga horaria de las mismas.

Y una segunda etapa que comprendería la reforma académica. En ese sentido lo que se planteaba como reforma académica tenía que ver con revisar los perfiles en profundidad de las carreras y los títulos. Esta segunda etapa todavía no ha comenzado. A pesar de encontrarnos en el año 2001, no se han realizado cambios curriculares importantes. Manteniéndose las mismas dificultades que entonces acrecentadas una explosión de inscripción de alumnos en las carreras estudiadas: Licenciaturas en Comunicación Social, Periodismos, Publicidad, Relaciones Publicas.

Los fundamentos del proyecto versaron sobre los siguientes ejes: Sociedad. Educación. Universidad, Cultura, Conocimiento, Currícula, Perfiles.

Al respecto, se partió del debate sobre el papel de la Universidad en la sociedad, la búsqueda de formas sociales e interdisciplinarias, la valoración del conocimiento y propuestas para generar condiciones de aprendizaje donde el alumno se convierta de receptor y a constructor de su conocimiento.

La Comisión Curricular elabora el proyecto del reordenamiento apoyándose en que "los problemas fundamentales de las instituciones educativas de nivel superior residen en la calidad de la enseñanza que brindan y en la formación de los profesionales que de ellas egresan, es decir, su nivel académico, centrándose la atención en qué el tipo de formación que reciben les permita adaptarse a los requerimientos del medio, así como que sean capaces de promover cambios que redunden en un mayor desarrollo de la Ciencia y de la Técnica. Reordenar un currículo, modificarlo y hasta cambiarlo tiene sin duda como objetivo alcanzar un nivel académico más alto".

En este aspecto, elevar el nivel académico "no deberá significar un aumento en el contenido de las asignaturas o en el número de materias a cursar, sino más bien, un cambio en los criterios para seleccionar los contenidos curriculares y una mejor adecuación de metodología de enseñanza y aprendizaje.

En general, los problemas observados se vinculaban con las correlatividades, la superposición de contenidos en diferentes materias y la desarticulación de contenidos entre las asignaturas afines. Por un lado, existía una gran cantidad de materias con muy poca carga horaria y sobresalía cierto criterio de dispersión, es decir, muchas materias con contenidos desarticulados.

Éste se erigió uno de los ejes fundamentales en el que se sustentó el reordenamiento, en cuanto que "resulta difícil conceptualizar el objeto de estudio de una profesión -por ejemplo, lo educativo en Ciencias de la Educación- cuando un plan de estudios es enciclopédico porque no propone síntesis, por lo que el objeto aparece constituido mediante la suma de elementos teóricos parciales, que cada disciplina logra aportar", además "la gran cantidad de materias lleva a un alto nivel de fragmentación al efectuar una lectura parcial, de los aspectos

también parciales, de las realidades sociales que a cada carrera le corresponde también estudiar". Por otra parte, la "formación general (tronco común) ...hace que no aparezca con claridad la identidad profesional y la formación técnica es escasa en relación a la formación general". De acuerdo con los resultados obtenidos se dispuso la reducción de la unidades de aprendizaje, sin llegar a modificar en esta instancia los perfiles profesionales ni los objetivos.

A modo de consulta se tomaron algunos datos de trabajos existentes en la Facultad - por ejemplo- el Censo Académico el cual aportó elementos relacionados con la situación académica y de cursada de los alumnos, lo cual se utilizó para plantear el tema del Trabajo final de Grado, es decir, el reemplazo de la Tesis por el Trabajo Final, que también formó parte del reordenamiento curricular.

Para la discusión acerca de los perfiles se consultó diferente material de organizaciones latinoamericanas, como FELAFACS que marcaban que el periodista tenía un perfil relacionado con los medios, en particular, de corte más instrumental, mientras el comunicador social orientaba la mirada hacia el conjunto de los sistemas de comunicación, desde el planeamiento institucional hasta el diagnóstico comunicacional.

Del trabajo realizado por la comisión surgieron algunas preguntas para reflexionar: ¿Cuáles son las incumbencias, las que figuran en el papel que elabora el Ministerio y/o las reales que surgen del campo laboral.? ¿Cuál es la formación que deberían recibir los estudiantes, qué trabajo se debe hacer con ellos para que reciban una formación adecuada a la coyuntura.? ¿Resulta válido tomar en cuenta las consecuencias de esa coyuntura.?

Todos estos interrogantes aparecen de una u otra manera insertos en el ámbito educativo de la Facultad de Sociales y será necesario que todos los actores sociales aúnen esfuerzos para plasmar una reforma académica que redunde en una real interacción del proceso enseñanza - aprendizaje.

IV. PARA QUÉ SIRVE UN COMUNICADOR SOCIAL

"el que no sabe donde va es posible que no llegue(1) "

No es caprichoso plantear en las épocas que corren, el concepto "servir", parecería ser que en los años 90 hasta las profesiones "sirven", poseen un valor de uso y un valor de descarte. Entonces tendría fundamento pensar que el comunicador "sirve" en la medida que le encontremos una razón de ser en un campo determinado. Por ejemplo el abogado entiende sobre leyes, por lo tanto posee un conocimiento, que le permite mediar entre las diferentes interpretaciones de las mismas, y marcar aquellas (las interpretaciones) que están fuera de la Ley.

¿Pero un comunicador para que sirve? Y aquí la cosa se complica un poco. Porque no podemos hablar de la función de algo sin conocer su identidad. Sumándose ahora un nuevo interrogante ¿que es un comunicador social?

Entonces notamos que no es tan solo un problema de operatividad de la profesión o mejor dicho del tipo de funciones que desempeñamos en la sociedad, sino también, un problema de identidad. Raúl Fuentes Navarro lo plantea en estos términos:

"La relación entre formación universitaria y ejercicio profesional de la comunicación debe situarse, entonces, en dos niveles: el primero de ellos atendería a la inscripción *funcional* de los comunicadores universitarios en la dinámica social como profesionales especializados en la satisfacción de ciertos tipos de necesidades, mientras que el segundo correspondería a su constitución como agentes de *transformación* social, innovadores de las prácticas sociales de comunicación en sentido opuesto al reforzamiento del actual sistema de diferenciación de clases y distribución del poder(2).

Nuestra identidad estaría asociada, a la de ser agentes de transformación, y nuestra función la de satisfacer necesidades comunicacionales.

La propuesta de investigación (3) que nos propusimos en 1993 y parte de 1994, trató de la de indagar sobre el imaginario que los alumnos poseían de la carrera y como se correspondía con las incumbencias de la Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales. No con el concepto de creer que la curricula tiene que construirse a partir de estos imaginarios, sino para poner de manifiesto que esa diversidad de interpretaciones operan como obstáculo en el normal funcionamiento de vida académica.

El comunicador desde la Institución

A través de las distintas entrevistas se puso de manifiesto que los diferentes cambios curriculares se realizaron con la buena voluntad de los docentes, pero no desde un diagnóstico realizado en la sociedad, con la lectura de las necesidades comunicacionales. El método de trabajo fue reunirse una reducida cantidad de docentes que voluntaria o involuntariamente pasaron a ser dueños de futuros, y de nuestros tiempos.

Se tomaron como base, viejos estereotipos profesionales (4). Entendiendo como estereotipos profesionales, aquellas relacionadas con los medios de comunicación. Dejando en menor medida o ignorando prácticas comunicacionales que se están instaurando en la sociedad como: comunicación Institucional, docencia en comunicación etc.

A partir de la reforma curricular que se realizó en 1992 las incumbencias de la Licenciatura en Comunicación Social son:

- Realizar estudios e Investigaciones relativas al proceso de comunicación, los sistemas y medios comunicacionales, los medios comunicacionales de masas y la estructura, organización y significado de los mensajes.
- Asesorar acerca del proceso de comunicación social y planificar, implementar, y evaluar sistemas comunicaciones.
- Elaborar. Interpretar y evaluar mensajes y discursos.
- Efectuar diagnostico comunicacional en medios masivos, grupos o instituciones.
- Planificar, implementar y evaluar campañas comunicacionales.
- Realizar arbitrajes y peritos relacionados con los sistemas y modelos comunicacionales y la contextualidad de los mensajes.

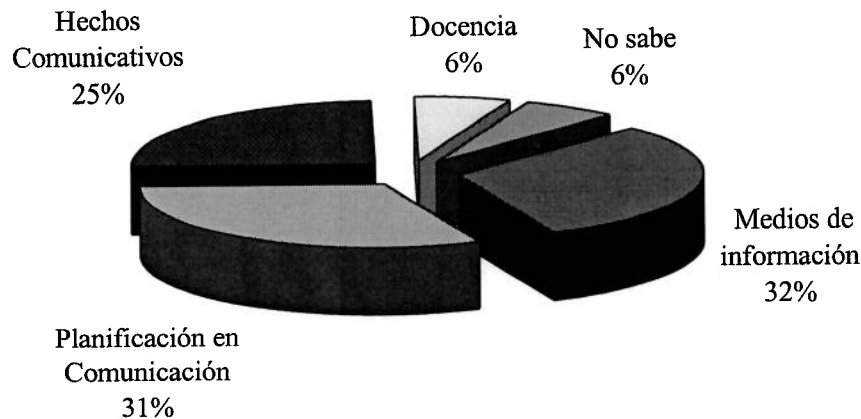
La respuesta no esta en la simple declaración de incumbencias profesionales sino en la prácticas cotidianas de los docentes de que y como se circula conocimiento en sus cátedras y que entiende cada uno como prácticas comunicativas.

Y en este punto salvo aquellas materia especifica de la carrera, los docentes en su gran mayoría diferenciaban a lo comunicacional como aquel saber que nos permitía conocer, diagnostica y planificar la "macroestructura" de la sociedad. En cambio La licenciatura en Periodismo a aquellos conocimientos que permiten elaborar las prácticas cotidianas del discurso (el trabajo en los medios).

Los Alumnos

Al avanzar en nuestra investigación notábamos que lo único que estaba claro era la deuda que tenia la facultad en este debate. Salvo una comisión de alumnos que se organizo para plantearlo o la formación de un taller de evaluación curricular, no existía o no conocíamos que se estuviera discutiendo sobre el tema. En todo caso, ambos intentos se mantenían ajenos a la mayoría de los alumnos. Por falta de recurso o infraestructura estos intentos no llegaban a los alumnos que se seguían preguntando sobre la identidad y la función del Comunicador Social. Este desconocimiento se encontró plasmado en la encuesta que realizamos a alumnos de la carrera y representamos en el siguiente grafico(5).

¿Como definirías el campo de acción del comunicador?



CONCLUSIONES

"Para formular una propuesta de diseño curricular es necesario partir de un diagnóstico. Si no sabemos quiénes somos y quiénes hemos sido, resulta por demás difícil saber a dónde queremos ir (6) ".

Cuando nos propusimos esta investigación, nos propusimos poner en evidencia, todo aquellos que sabíamos que ya que circulaba y que por algún motivo no se ponía de manifiesto. El desafío no es el de buscar en un supuesto campo nuestras posibilidades laborales, sino la de crear nuevas formas de lecturas de las necesidades. Esto implicaría nuevas prácticas, y por tanto nuevos requerimientos de la sociedad hacia los comunicadores sociales.

Estos son algunos puntos, del diagnóstico que elaboramos:

- Cada una de las personas consultadas manifestaba: un desconocimiento de perfil, un concepto general del perfil "lo macro" o conceptos totalmente diferentes del mismo.
- La institución tenía definido cuáles son incumbencias del comunicador, desde la curricula, pero resulta confusa su interpretación (7) por los alumnos, o son tan generales que no dicen nada.
- La carrera tiene mucha similitud con la Licenciatura en periodismo. Esto es una obviedad, pero nos permite ver desde que estereotipo de profesional se edificó la curricula. Desde profesionales que trabajan en los medios, lo cual habitualmente reconocemos como objeto de la comunicación en virtud de un convencionalismo académico tácito.⁰ Dejando todo un campo amplio como:

comunicación institucional, comunicación y educación, mediación, comunicación interpersonal etc.

- Se tiene carencia de material bibliográfico actualizado. La mayoría se remite al modelo paradigmático de emisor - mensaje - receptor.
- Falta de contacto con la sociedad, que se pone de manifiesto ante la falta de convenios con instituciones para pasantías de comunicadores sociales.

El desafío de la carrera pasaría por crear espacios de discusión amplios que incluyan a los alumnos, que les permitan indagar sobre las necesidades comunicacionales de la comunidad. "Sin un diagnóstico es imposible diseñar un perfil profesional, porque no se puede pensar en futuros sin un claro conocimiento del presente. Pero el diagnóstico depende de una toma de posición, de una opción teórica, depende siempre de ellas. Es posible improvisar, pero el costo de una práctica semejante se paga a corto plazo".

Debatir lo que ya se debatió pero que no se aplicó, para que se aplique

En una especie de trabalenguas estaría el planteo de aplicar cambios que se propusieron desde una década atrás, con la dificultad de enmarcarlos hoy dentro de contextos diferentes. La culminación de la desaparición de estados nacionales que no controlan, ni generan nada. La concentración económica no tan solo por intereses sectoriales sino principalmente económicos que determinan que un medio de comunicación no está gerenciado por un conector de los medios sino por un directivo de una petrolera. Todo dentro de las luchas entre un mundo globalizado cultural y económicamente y con identidades nacionales que muestran rasgos en algunos casos de características xenófobas. Nos llevaría a abrir el debate como hace décadas hacia:

Definir el papel de la universidad en la sociedad (como generador de cambios, surtidor de profesionales o la combinación de ambos)

La búsqueda de formas sociales e interdisciplinarias de valorar al conocimiento que partan de concepciones diferentes en el análisis de campos científicos y considerar la incorporación del pensamiento complejo. Comprender a la comunicación no tan sólo como aquello que le pasa al sujeto sino principalmente lo que pasa entre los sujetos, en el intercambio.

Propuestas para generar condiciones de aprendizaje donde el alumno se convierta de receptor en constructor de su conocimiento. Comprender que la forma como se da el aprendizaje en las universidades es un conocimiento más. No se puede ser democrático en nuestra cotidianidad si la forma en que se dio nuestro proceso de aprendizaje fue autoritario. Nuestro imaginario de cómo desarrollar nuestra profesión va estar marcado por lo autoritario que aprendimos

Por eso es importante rescatar la resolución que en la década de los noventa generó la Facultad de Ciencias Sociales, que lamentablemente no fue aplicada:

"los problemas fundamentales de las instituciones educativas de nivel superior, residen en la calidad de la enseñanza que brinda y en la formación de los profesionales que de ellas egresan, es decir su nivel académico, centrándose la atención en que el tipo de formación que reciben les permita adaptarse a los requerimientos del medio, así como que sean capaces de promover cambios que redunden en un mayor desarrollo de la Ciencia y de la Técnica. Reordenar un currículo, modificarlo y hasta cambiarlo tiene sin duda como objetivo alcanzar un nivel académico más alto".

Más adelante planteaba que elevar el nivel académico "no deberá significar un aumento en el contenido de las asignaturas o en el número de materias a cursar, sino más bien un cambio en los criterios para seleccionar los contenidos curriculares y una mejor adecuación de metodología de enseñanza y aprendizaje.

Lo que viene

Ingresamos a un estadio de caos, de desconcierto donde nada parece ser lo es. Donde las leyes no se cumplen o se interpretan. Donde las responsabilidades se diluyen. Y la universidad no es ajena a estos procesos de desconcierto. Egresar de una carrera en el área de comunicación implica no tan sólo un debate interno de quién soy , sino además descubrir que la sociedad tampoco tiene la menor idea.

Por lo tanto mi ingreso en el mercado laboral cualquiera sean mis inquietudes, terminará en el camino de los profesionales en América Latina, y en mejor de los casos, en conducir un Taxi.

El resultado está a la vista.

NOTAS 1º Parte: Introducción

1. Sabino. El proceso de investigación.
2. S. J. Taylor y R. Bogdan. Introducción a los métodos cualitativos de investigación, la búsqueda de significado. Con respecto a la entrevista cualitativa en profundidad Taylor y Bogdan nos dicen "por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara con el entrevistador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes de sus vidas, de sus experiencias o situaciones, tal como lo expresa con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asemejarse a un robot recolector de datos, el propio investigador es el instrumento de la investigación y no es un prólogo o formulario de la entrevista. El rol no sólo implica obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas".

NOTAS 2º Parte: Desarrollo de Ciencia en América Latina

- (1) López Neri, Felipe. Elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación.
- (2) *Ibidem*
- (3) Baudrillard, Jean. Réquiem para la media .Jean Baudrillard.
- (4) Andion, Mauricio. Identidad bisagra. El trenzado de saber y saber como pedagogía de comunicación. Generación de conocimiento.
- (5) *Ibidem*
- (6) Barbero, Martín Jesús. El oficio del Comunicador.
- (7) Andion, Mauricio. Revista Diálogos. Ensayo: Escuelas de Comunicación. ¿Para qué?.
- (8) Andion, Mauricio. Generación de conocimientos y formación de Comunicadores. FELAFAC. Distintos autores.
- (9) Sanguinetti, Pedro Luciano. Verano, Raúl Alejandro. La comunicación (no) es un problema en las carreras de comunicación.
- (10) *Ibidem*
- (11) Gómez, Orozco. De las disciplinas a los saberes. Hacia una reestructuración de la comunicación desde la academia.
- (12) De Vela Gloria .Relación histórica :La investigación de la Comunicación en América Latina. Investigación mensajes y audiencia .Primer Encuentro de investigadores de la Comunicación .
- (13) .JOSE MARQUES DE MELO .Modernidad o anacronismo ? Revista Diálogos .Ensayo ;escuelas de comunicación para que?
- (14)JOSE MARQUES DE MELO .LA atracción fatal entre la Universidad y la Industria .Revista Chasqui .Enero de 1993.

Notas de la 3° Parte:

Toda la información histórica corresponde a una entrevista en profundidad realizada a la estudiante - investigadora Nora Pietranella, del tema: el nacimiento de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora -.

Para esta tercera parte se analizaron documento de la Comisión Curricular Permanente. Planes de estudio. Reordenamiento Curricular de Noviembre de 1991.

NOTAS de la 4° Parte: ¿Para que sirve un Comunicador?

1. Castillo Daniel Prieto. Diseño curricular para escuelas de comunicación. Centro internacional de estudios de Comunicación para América Latina. CIESPAL. Quito. Ecuador. Julio 1979.

2. Navarro Fuentes Raúl. Revista Dia-logos número 31. Prácticas profesionales y utopías universitarias: Notas para repensar el modelo comunicador. Página número 37. Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social. FELAFACS.

3. La investigación que realizamos fue "Exploración sobre el perfil del comunicador social en la facultad de ciencias sociales de U.N.L.Z.", que formo parte de un Concurso de becas de investigación para alumnos que realizo la facultad Ciencias Sociales de la Universidad de Lomas de Zamora. El concurso por motivos presupuestarios se dejo de realizaren en los años siguientes.

4. Castillo Prieto Daniel. Obra citada. "La inmensa mayoría de los establecimientos que nos ocupan ha nacido de demandas obvias o imaginarias y no de diagnósticos sobre las necesidades comunicacionales de la sociedad a la cual se proyecta a los estudiantes. Cuando uno recibe paquetes completos o se apoya en opiniones o en un conjunto de planes de estudios, esta dejando afuera a la consulta a la sociedad misma. Cuando aquella falta, falta el fundamento y pronto asoman por todas partes los palos de ciegos que, como todos saben, son palos desnortados". Pág. 17.

5. Algunas aclaraciones con respecto a la encuesta:

El 50% de los encuesta no trabaja o trabajaba en profesiones fuera del rol de la carrera que había elegido (es importante tener en cuenta que esta entrevista se realizaron en 1993, en la actualidad los porcentajes de desocupación han aumentado).

El 80% de alumnos eligen como carrera opcional la Licenciatura en Periodismo.

Con respecto a la condición de materias regularizadas por los encuestados fueron las siguientes: el 44% de los alumnos tenían aprobados entre 20 y 25 materias; el 34% de los alumnos tenia aprobados entre 25 y 30 materias y el 22% de los alumnos entre 15 y 20 materias. Lo que implica que la gran mayoría de los alumnos ya había cursado materias específicas de su carrera.

Con respecto al concepto "hechos comunicativos" al ser una pregunta abierta, en esta etapa no pudimos realizar una nueva pregunta, de que entiende como hechos comunicativos.

6. Castillo Prieto Daniel. Obra citada. Pág. 12.

7. Castillo Prieto Daniel. Obra citada. Con respecto ha como diseñar el perfil Castillo toma palabras de José Arnaz:

"Entre las características más importantes que del egresado pueden incluir en un perfil están las siguientes:
a) Las Áreas de conocimiento en las cuales tiene cierto dominio (por ejemplo: biología molecular, resistencia de materias etc.)

b) Lo que será capaz de hacer con ellas (por ejemplo: aplicar sus leyes , relacionarlas entre si en las investigaiones0

c) Los valores y actitudes que probablemente habrá asimilado (por ejemplo ser promotor de cambios sociales, pugnar por el desarrollo de las comunidades indígenas)

d) las destrezas que habrá desarrollados (por ejemplo: habilidades para organizar y dirigir el trabajo en grupo, habilidad para encontrar aplicaciones prácticas a conocimiento abstractos)

8. Veneroni López Felipe Neri. Elementos para una crítica de la Ciencia de la Comunicación. Pág. 15. Editorial Trillas. Septiembre de 1989. México. D.F. "El convencionalismo académico tácito que supone la ciencia de la comunicación como resultado de las convergencias de estas disciplinas, se apoya en dos supuestos básicos:

- a). Que es el estudio de los medios masivos constituye el objeto de estudio de la disciplina, en virtud de que en estos se manifiesta la expresión más desarrollada de los procesos comunicativos.
- b). La validez de la conceptualización teórica dominante que define estos se base de las siguientes premisas: Todo proceso comunicativo consta de un conjunto de elementos invariables. *Un emisor, un receptor, un canal, un mensaje y ruido como termino técnico que designa a todo agente capaz de disminuir la eficacia del mensaje(...)* Éstos son los elementos de la teoría de la comunicación, a la que también se denomina indistintamente teoría de información. Las cursivas marcan que fue tomado por el autor de Víctor Solís Macías. "El hombre un proceso de información"

> DESEMPLEO DE GRADUADOS. Un trabajo de investigación, llevado a cabo por la Universidad Nacional de Tres de Febrero (UNTref), dejó al descubierto hasta que punto afecta la crisis ocupacional a los graduados universitarios.

La investigación utilizó datos obtenidos de la Encuesta Permanente de Hogares de mayo de 1998 realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), de un relevamiento del Ministerio de Educación, del año pasado, efectuado sobre una muestra de 3000 graduados, y otro similar organizado por la UNTref, entre 1150 más.

El estudio concluye que apenas el 31% de los graduados universitarios argentinos tienen un empleo estable y que la desocupación entre los universitarios subió del 1,1% en 1990 al 7,8%. El resto de los que tienen empleo, trabajan en condiciones precarias, con bajos salarios, y desempeñando tareas para las que está sobrecalificado, en los que utiliza menos del 60% de los conocimientos adquiridos durante su estancia en la universidad.

La carrera de Comunicación Social es la que encabeza el ránking con un 20,4% de graduados desocupados. Le siguen Farmacia y Bioquímica, con un 17%, Psicología con 16,5% y las carreras paramédicas con un 12,3%. Por otra parte, las que mayor índice de precariedad y malas condiciones labores tienen, son las carreras de Sociología, Informática y Servicio Social. El otro lado de la moneda lo constituyen Abogacía, con el 3% de desocupación y Contador Público con 3,5%.

<http://www.pagina12.com.ar/2001/01-07-10/univer01.htm>

CCC
A I
0268

¿REALIDAD O IMAGINARIO DE LAS ESCUELAS DE COMUNICACIÓN?

Lic. Cecilia I. Quintanilla
Directora del Programa de Ciencias de la
Información y Comunicación
Universidad de Monterrey

Modelo Educativo

A cada institución educativa le corresponde señalar el periodo en que se realizan las revisiones periódicas de un currículo. Oficialmente, la Universidad de Monterrey marca un periodo de cinco años para realizar cambios mayores en el currículo, que es el tiempo en que una generación termina la carrera y se puede hacer una evaluación completa del currículo. Adicionalmente a este cambio mayor, se pueden hacer ajustes menores cuando se detecta una necesidad.

Ahora bien, los cambios actuales en el entorno hace necesario acelerar estos procesos con el fin de mantener actualizado y vigente el plan de estudios, por lo que dentro de un currículo, debe considerarse una parte flexible que permita hacer los cambios necesarios en tanto se realizan los cambios mayores.

Como parte de la revisión del currículo, es necesario realizar investigaciones que nos permitan captar las necesidades actuales y futuras en cuanto a los contenidos y cursos que debe de formar el mismo.

Dentro de los trabajos realizados, se encuentra contactar a los grupos que por su naturaleza son una fuente valiosa para la extracción de información. Se realizan encuestas a empleadores, con exalumnos, alumnos y profesores, así como grupos de enfoques con los mismos.

Por otro lado, es también una fuente de información, conocer lo que otras currícula ofrecen en otras universidades, tanto nacionales como internacionales, por lo que

se hace una revisión de instituciones cuyo prestigio en el área de comunicación en este caso es reconocido para ver las tendencias dentro de los mismos.

Se cuenta también con un Consejo de Currículo cuya función es ser un apoyo al programa en la toma de decisiones de las modificaciones curriculares. Este Consejo se encuentra formado por un académico externo, un profesionalista, un exalumno, dos profesores del área, un alumno, el director de Departamento de Información y el Director del Programa Académico.

Con respecto al modelo de enseñanza-aprendizaje, no se puede hablar de uno en especial, ya que en el inicio de la carrera, el alumno se encuentra con un buen número de cursos diseñados bajo el modelo de comunidad de aprendizaje, que tiene entre sus objetivos, fomentar la cohesión del grupo y el trabajo en equipo. Bajo este esquema, los alumnos de primero y segundo semestre, participan en al menos dos grupos en los cuales una de las características es el tamaño pequeño de los grupos. Los maestros que participan en la práctica de este modelo, reciben capacitación y asesoría en el uso del mismo.

Los maestros del Departamento de Comunicación han establecido academias que les permiten entre ellos decidir el modelo adecuado para la enseñanza de las mismas. Básicamente los profesores utilizan técnicas que van desde el aprendizaje colaborativo, la exposición de cátedra y estudios de casos, entre otras.

Los académicos de la UDEM, tienen la posibilidad de adquirir métodos y herramientas para la práctica docente a través de los cursos ofrecidos por el Centro de Innovación y Desarrollo Docente, el CID, centro que se encarga de la capacitación de la planta docente. Ahí mismo pueden solicitar asesoría continua, la cual es dada por especialistas, e incluso pueden solicitar que acuda el especialista a su curso para darle retroalimentación de los métodos y formas que utiliza en la impartición de su clase.

Con respecto a la formación docente, la Universidad de Monterrey ofrece la Maestría en Educación; sin embargo, si el maestro no desea cursar la maestría, existe la posibilidad de prepararse en el área académica a través de la Especialidad en Docencia a Nivel Superior.

Adicionalmente a esta especialidad y maestría, existe un esfuerzo continuo de la Universidad por capacitar a los docentes a través del CID en áreas que ellos soliciten o donde institucionalmente se observe que se requiere un apoyo a través de los resultados arrojados por la Evaluación Profesional (EVAPROF), misma que se aplica al final de cada semestre a los alumnos para que viertan su opinión sobre el desempeño del profesor en el curso.

En cuanto al número de alumnos en el programa, se cuenta actualmente con 311 alumnos inscritos en Otoño del 2001. Por otro lado, el programa es apoyado por seis maestros de planta y quince de asignatura, todos ellos del Departamento de Comunicación. Así mismo, se cuenta con apoyo de otros profesores de diversos departamentos tales como el de Ciencias Sociales, Sistemas Computacionales, Administración, Psicología, Diseño y Arquitectura, Derecho, Física y Matemáticas, Humanidades, Idiomas, etc.

INVESTIGACIÓN:

En cuanto al área de investigación, tanto el Programa como el Departamento están enfocados más a la profesionalización de la carrera que a la investigación, por lo que no se realiza, por lo que se ha trabajado este renglón de manera deficiente ya que dentro de las estrategias educativas de la UDEM no está formar investigadores de la comunicación.

Los alumnos del programa desarrollan durante su último semestre el Programa de Evaluación Final (PEF), que tiene como objetivo ser una materia integradora de los

conocimientos adquiridos por ellos durante su carrera. Con esta intención, ellos realizan un proyecto específico de alguna de las áreas de comunicación, contando con un cliente real, con un asesor que los acompaña durante todo el proceso y dos sinodales cuya función es retroalimentar el proyecto. Hasta la fecha, las áreas en la que han incursionado los alumnos al hacer su PEF son la publicidad, el cine a través de cortometrajes, el periodismo a través de documentales y la comunicación organizacional principalmente.

Algunos proyectos desarrollados como PEF, han estado vinculados directamente con la Universidad, ya que se han realizado proyectos para la Dirección de Relaciones Externas, así como para la Dirección de Recursos Humanos con muy buenos resultados y aceptación por parte de ellos.

Entorno:

En la actualidad los alumnos egresados del programa no han presentado ningún problema para incursionar en diferentes ámbitos laborales. Hasta ahora, los exalumnos se encuentran trabajando en empresas como Procor, Vitro, FEMSA, etc.; así mismo, otros más laboran en agencias de publicidad, un buen número en medios de comunicación como Editora El Sol, Canal 2 de Monterrey, Canal 12, etc.

Por otro lado, en la UDEM se ha dado un fenómeno interesante relacionado con el desarrollo del cine. Existe un buen número de exalumnos que se han interesado en trabajar en este medio, un ejemplo de ello es la realización de la película "Inspiración", en la que participan un buen número de exalumnos y alumnos, y que desde el 28 de septiembre podrá ser vista en toda la República y está siendo distribuida por la Twenty Century Fox.

En general, se percibe una mayor oferta de egresados de la carrera ya que la expectativa de la mayoría de ellos es incursionar en los medios de comunicación, situación que no puede ser satisfecha en forma completa. Considero que éste es

un espacio saturado y que sería necesario pensar en atender otros sectores laborales del comunicador como es la empresa.

Sin embargo, hoy en día hay un nuevo mercado dentro de los medios de comunicación donde existe la posibilidad de una mayor incursión de los profesionales y futuros profesionales de la comunicación: el periodismo en línea.

La posibilidad de tener la información en tiempo real abre un nuevo campo de trabajo para quienes tienen el interés y desean experimentar en un medio que falta mucho por desarrollar. A ellos les tocará no sólo trabajar en esto, sino desarrollarlo a su máximo potencial.

La Universidad de Monterrey cuenta con el Sistema de Seguimiento y Evaluación de Desarrollo de Egresados (SEDES) que aplica el Departamento de Bolsa de Trabajo. Con respecto a la vinculación de los egresados, existen reuniones de generación que busca fomentar el lazo de los exalumnos con su universidad, así como eventos que se realizan dentro de la UDEM y a los cuales se les invita.

Expectativas:

La UDEM considera de vital importancia el desarrollo de la comunicación en un futuro; actualmente, estamos ante la revisión del currículo de la carrera y dentro de lo que se ha detectado como una demanda de la sociedad, es la preparación de comunicadores que puedan aportar más al campo empresarial, que esté preparados para los nuevos retos que la tecnología irá imponiendo al utilizarla como nuevos canales de comunicación.

Así mismo, se plantea el crecimiento óptimo del programa para los próximos diez años, basado éste en análisis que consideran el medio laboral, la propia institución y la factibilidad de colocación de egresados.

Principales rutinas que se enfrentan cotidianamente:

Dentro de las actividades que se enfrentan diariamente, se encuentran las actividades relacionadas con la planeación curricular, por ejemplo. La Dirección del Programa tiene a su cargo llevar a cabo un buen número de actividades relacionadas con este punto, que van desde conjuntar el Consejo de Currículo, dirigir las reuniones, hacer el análisis externo, benchmarking de otras instituciones, conocer las demandas laborales, etc.

De igual forma, se tiene que determinar los cursos que se requerirán cada semestre. La Universidad de Monterrey tiene un modelo curricular flexible, lo que hace más complejo hacer el pronóstico de alumnos que llevarán determinado curso, por lo que se requiere hacer un seguimiento más estrecho de los alumnos en cuanto al avance de su plan de estudios.

Los equipos y laboratorios dependen del Departamento de Comunicación. Un problema continuo es la actualización y mantenimiento del equipo. Al igual que en otras universidades, siempre hemos considerado que pudiéramos tener más y mejor equipo. Aún así, se cuenta actualmente con una agencia de noticias, con estación de radio y con circuito cerrado de televisión. Esto garantiza que los alumnos tengan prácticas reales en los diferentes medios.

Con respecto a la titulación, anteriormente los alumnos llevan en su último semestre el PEF, por lo que al terminar el semestre concluyen con el plan de estudios. Sin embargo, existen otros requisitos institucionales que se deben cumplir y que en ocasiones impiden la titulación de los alumnos, tal es el caso del TOEFL, requisito de titulación de los alumnos de la Universidad, así como las actividades co-curriculares, de las cuales los alumnos deben cursar al menos 12 créditos de actividades relacionadas con difusión cultural, participación estudiantil, educación física, etc.

Una de las principales tareas del puesto consiste en la atención de alumnos y la asesoría curricular. Dado que en muchas ocasiones se hace necesario participar en otras actividades institucionales que requieren tiempo y estar fuera de la oficina, ha sido importante encontrar canales de comunicación que estén abiertos en forma continua. Tal es el caso de contar con el mail de los alumnos y utilizarlo para el envío de información y la recepción de dudas o comentarios de los mismos. Se tiene también al menos una reunión al semestre abierta para todos los alumnos de la carrera en la cual pueden hablar abiertamente de las áreas de oportunidad y fortalezas del programa.

Por otro lado, se tienen otro tipo de reuniones personales para dar seguimiento al currículo de cada alumno, ya que por la flexibilidad del mismo es importante un estrecho seguimiento con el fin de que un alumno regular termine en nueve semestres su programa curricular con todos los requisitos.

Un punto muy importante de trabajo está relacionado con la retención de alumnos. Por tal motivo, se imparte en Seminario de Introducción a la carrera a los alumnos de primer semestre para acompañarlos en su adaptación a la vida universitaria; se tiene un sistema de alerta temprana también con el fin de dar seguimiento a los alumnos que durante los primeros cuatro semestres presentan problemas académicos. Se trabaja también en la tutoría de alumnos, para lo cual se cuenta con el apoyo de un grupo de tutores a nivel institucional formado por maestros en su mayoría que desean contribuir en el apoyo del alumnado.

Desde la perspectiva de la dirección del programa, existe un limitado trabajo en equipo con académicos. Éste se da en varias perspectivas: en el Consejo de Currículo, en el Comité de Evaluación Académica, donde se analizan los casos de los alumnos en estatus de ser condicionados o dados de baja del programa, y en las reuniones asociadas con la revisión curricular, adicionales al Consejo de

Currículo. La vinculación con los profesores se da en un grado mucho mayor desde la dirección del departamento.

En síntesis, esto sólo refleja una parte de la realidad, o del imaginario, de la carrera de comunicación de la Universidad de Monterrey.

De maneras comunicativas y apuestas de investigación

Genaro Aguirre Aguilar

CCC
AI
0268

Rasgando en el pasado formativo

Aun recuerdo cuando decidí estudiar la carrera de la entonces llamada licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación en la Universidad Veracruzana. Procedente de una pequeña ciudad enclavada en la baja Cuenca del Papaloapan, nuestra llegada al puerto de Veracruz provocó un cambio importante en la vida. No sólo porque llegaba a una ciudad desconocida, sino porque me incorporaba a una dinámica estudiantil diferente. En ello, golpeó de manera significativa el desnivel de la información manejada entre quienes procedíamos de ciudades pequeñas o lugares rurales y aquellos de la ciudad. Desde el inicio, fueron definiéndose los rumbos seguidos por aquellos que creíamos en un periodismo comprometido y quienes esperaban integrarse a escenario laborales diversos tales como los despachos de comunicación del gobierno, el periodismo impreso o electrónico, incluida las agencias publicitarias. Por supuesto, desde entonces acarreamos una serie de percepciones que con los días iban definiendo el y los imaginarios de quienes conformábamos aquella generación.

En todo ello, el anclaje tenía que ver con la formación recibida en el aula, pero lo mismo en los pasillos de la institución, que iba en sentidos distintos: desde las propuestas de profesores con una experiencia en el ámbito periodístico que no veían más allá de su reducto laboral a aquellos con una perspectiva más bien teórica pero sin experiencia como profesionales, junto a una raza que metía una variable extraña al apostarle a una perspectiva diferente de la comunicación desde la investigación. Entre una y otra posibilidad, cada uno de nosotros fue definiéndose. Al salir, una buena parte entró al periodismo impreso y radiofónico y otros tantos al televisivo. Sin contar los que siguieron otros caminos profesionales y de oficio. Mientras que bien pocos nos dedicamos al periodismo cultural.

Como parte de nuestra historia profesional, de la palabra escrita pasamos a la radiofónica y televisiva, para después ir a parar al departamento de

Comunicación Social de la Universidad. Y de allí a la docencia. Para entonces comenzamos a entender que el terreno de lo informacional masmediático estaba agotado como proyecto de crecimiento personal. La posibilidad de cursar algunos talleres en el área de la investigación, redujo más aquella opción y ensanchó la perspectiva comunicativa en la medida de pensarse como integradora de conocimientos, de formas de producción sí, pero igual de configuración de mundos objetivos y simbólicos; vista tanto desde lo procesal como por su objeto de estudio. Es decir, de la visión reduccionista de entenderla como la producción de mensajes generados desde los medios masivos, pasamos a reconocerla como una tecnología humana que articula significado y sentido para dar bases de entendimiento a las acciones y relaciones de hombres y mujeres. Con ello, una dimensión más extensa y compleja, frente a aquella que el grueso de nuestros profesores de licenciatura se habían preocupado por crearnos.

Ver la comunicación desde la investigación

Si uno realiza un análisis de los programas de estudio de las carreras de Comunicación, no sería un atrevimiento asegurar que el porcentaje mayor lo ocupa una formación más bien técnica que promulga la instrumentación por encima del espíritu. He aquí una contradicción si se pretende legitimar como ciencia a la comunicación. En tanto eso se pueda discutir, prefiero reconocerla como proceso pero igual como objeto de estudio y campo disciplinario, para incorporarla a las dinámicas de enseñanza en extenso, tomando como propuesta de trabajo a la investigación.

Si bien es cierto mi trayectoria académica está históricamente relacionada con materias prácticas (taller de radio, programación musical, guionismo), también lo es que en los últimos años he buscado trasladar la experiencia de investigación a la situación áulica, lo que ha ido generando una propuesta de trabajo que no sólo incide en las maneras de planear y realizar los productos comunicativos que realizan los estudiantes, sino en el terreno de la sistematización informativa y la cognición que los lleve por los terrenos de la reflexión, la crítica y el diálogo al

interior de los grupos de trabajo que, posteriormente, los conduce a un proceso de valoración de su propio proceso de aprendizaje.

Es importante señalar, que la serie de acciones tomadas para proponer una cierta metodología en la parte imaginativa, operativa y de producción, no busca como meta final formar investigadores y sí egresados con una actitud distinta, promoviendo el desarrollo de habilidades y competencias que el mercado profesional les exige sí, pero abriéndoles la posibilidad de trabajar con mejores sistemas de información y administración de energías al tiempo de promover la generación de estudiantes críticos y reflexivos frente a sus propios trabajos. En otras palabras, transitar del estudiante pasivo y acrítico, al activo y responsable capaz de ponderar la calidad de su trabajo, más allá del número que lo lleve a la acreditación de una materia

El inicio de una propuesta pedagógica

Aquella ocasión cuando les pedí a los muchachos de musicalización y programación musical un ejercicio de ubicación de espacios sociales que nos permitieran reconstruir la ciudad de Veracruz desde sus sonoridades ciudadanas, la cara fue de asombro. Nunca pensaron que ese acto de exploración creativa, terminaría por convertirse en la producción de una atmósfera sonora a partir de un ejercicio empírico de reconocimiento. Para ello, trabajamos teóricamente con la dimensión de la cultura y el movimiento corporal propio del andar y ritmo de los jarochos, para después realizar un rastreo de aquellos espacios más representativos del puerto de Veracruz.

Lo primero que hicieron los muchachos fue explorar la ciudad, tratar de capturar su *tempo*, sus espacios, sus sonidos. Así, el bullicio de los cruceros, de los centros comerciales, del cine; los gritos del mercado, de los neveros, del gas, de los tortilleros, de los tamaleros, terminaron por convertirse en una articulación sonora que transformamos en entidades acústicas interpretables a través de sonidos electrónicos e instrumentales. Al cabo de las semanas, teníamos las primeras formas de representación musical y una experiencia que terminaría por ser significativa.

Después fue con la producción de informativos, para lo cual establecimos un programa de observación en algunas estaciones locales que transmitían noticiarios. La observación directa y la entrevista estructurada, fueron herramientas con las cuales los muchachos comenzaron a sentirse familiarizados para acompañar su aprendizaje con un sustento teórico, pero con una serie de referentes de contexto que les facilitó el conocimiento y la comprensión de lo que son las dinámicas propias de un trabajo profesional. Para la parte operativa y de realización, implementamos una metodología del trabajo creativo que condujo y optimizó cada una de las tareas.

Experiencias como estas, se han venido repitiendo con algunas variaciones, siempre con la intención de hacer partícipe desde una perspectiva diferente lo que es la realización de productos comunicativos, con un toque cercano a lo sistemático propio de la investigación. Otro caso similar se hizo cuando buscamos implementar una propuesta para el programa de la materia de *Taller de Radio I*, para lo cual realizamos un estudio de la programación tanto de AM como de FM, involucrándonos como escuchas y futuros profesionales. Hicimos sesiones de discusión intergrupala, entrevistas con programadores, locutores y radioescuchas. De tal suerte, desde lo empírico buscamos construir un programa de materia validado por un trabajo de campo que, creímos, respondía de manera eficiente a la demanda de una formación que sin renunciar a lo académico, tenía un respaldo de contexto importante.

De realidades profesionales y posibilidades imaginativas

Desde hace algunos años, las maneras en que he ido asumiendo mi labor docente, ha vivido una transformación tanto de fondo como en su forma. Es cierto que los recuerdos que tengo de mi vida como estudiante han tenido que ver en eso: busco no repetir los modelos, las percepciones y los sentires que me condujeron por los caminos del campo comunicativo en los inicios. A partir de la incorporación de lo vivencial cotidiano junto a una formación que se ha nutrido de la música, el cine, la narrativa y la teoría, teniendo como anclajes referenciales el

diálogo y el asombro con mis alumnos, he ido dándole significado y sentido a esta labor que es parte de mi vida.

Debo decir, que en los últimos años he notado un cierto desgaste para la impartición de materias prácticas, por lo que ido optando por las teóricas, pues entiendo que en ellas está un potencial para acercar la investigación a los muchachos. Hoy día, cuando laboro en el Departamento de Investigación de una universidad privada, mucho del trabajo que realizo tiene que ver con la planeación y determinación de estrategias para fomentar la producción de conocimientos desde una perspectiva constructivista, para lo cual la investigación, sus metodologías y técnicas de acopio de información, son la tecnología que buscan optimizar muchas tareas, permitiendo desarrollar habilidades y competencias entre los estudiantes. Todo ello buscando, en el marco de una experiencia campal y perfectamente localizada, una apuesta por convertir la idea de la comunicación en algo más allá de los medios masivos, pues pareciera extraordinario, pero el terreno de lo informacional sigue siendo el grado último de la percepción que muchos estudiantes tienen de la comunicación, que, siento, no hacen otra cosa que reproducir la inercia de un buen número de profesores. Entiendo que esto termina por conformar el imaginario de nuestra comunidad docente y estudiantil, pero no deja de sorprender que si en el escenario campal se debate y se vienen diciendo otras cosas desde hace mucho tiempo, se siga reduciendo la reflexión y el análisis a casi nada.

¿Cómo no ser así si el contexto más próximo demanda esto?, ¿para qué formar estudiantes que no sepan operar una cámara y sí teoricen, si el mercado laboral no los requiere? Son preguntas que están allí y conducen a otras para formar nodos y tejer una red que se resuelve desde la práctica tramposamente, pues no es otra cosa que apelar al sentido común como ejercicio de proyección de una carrera que debiera recuperar la entereza de lo sencillamente humano: la comunicación en su dimensión integral y no sólo utilitaria. Si no, qué hace diferente al que se forma en un proyecto académico institucional, de aquel que no lo hace. ¿Para qué pasarse 4 años estudiando una carrera si vamos a repetir fórmulas comunicantes, cuando a lo que se debiera aspirar es a formar

comunicadores estrategas, en el mínimo de los casos o comunicólogos, para el mejor de ellos?

Ante esto, los reductos que quedan son más en el terreno de lo personal, que en lo colectivo compartido. A lo que nos referimos es que en los proyectos de vida que en lo personal puede tener cada profesor, es donde creo se encuentran las vetas de crecimiento para ir modificando esto. Si ha ello le sumáramos tantas inquietudes como individualidades haya, seguramente las cosas irían por otros derroteros. Pero habría que señalar que en mí, habla una experiencia personal y dice que allí donde laboro existen muchos intereses, pero pocos encaminados hacia estos menesteres.

En tanto, sigo pensando en la investigación como algo que puede llevar a redimensionar a la comunicación en la práctica académica, pues después de todo, la producción y legitimación de conocimientos se fundamenta en la cualidad que lleva implícito el uso de lenguajes posibles. Los universos que se abren cuando en perspectiva se coloca el intercambio de ideas, la confrontación inteligente, la necesidad de tejer comunidades de diálogo, de abrirse ante el asombro y la imaginación, sin duda llevan a la arborescencia por encima de lo vertical y cerrado que en muchas ocasiones se convierte la dinámica de enseñanza-aprendizaje, cuando la comunicación como detonadora de mundos posibles, queda supeditada al ejercicio unilateral y unidimensional de muchas prácticas docentes. De lo que se trata, es de reconocer que por un lado la comunicación y por el otro la investigación, son elementos intrínsecos al diario vivir del ser humano. Démonos cuenta que somos una comunidad y, en esa medida, nuestras mecánicas de socialización se establecen a partir de necesidades descubiertas y hechas objetivas cuando nombramos las cosas a las que nos enfrentamos a diario. Y en este, acto estamos creando, reinventando, nombrando al mundo a partir de operaciones lógicas racionales pero igual emotivas y sensoriales; donde la piel, la respiración, la mirada, lo degustativo, son conductos a través de los cuales encontramos niveles y formas de expresividad, que van codificando y decodificando este entramado de significado que es nuestro mundo y las maneras en que lo echamos a andar con nuestras intervenciones para configurar sentido.

Y en eso debe funcionar nuestra razón como académicos atentos y reflexivos, pero igual la parte emotiva que recuperamos en el reconocimiento de nuestra condición de gente tan común a otra, con tantas particularidades como aquellas tenga, pero que en nuestro caso bien puede ser la de estar y transformar. Y para lograr todo ello, se pueden y deben abrir canales, medios, reductos, formales e informales. Los que están allí muchas veces, pero otras se deben inventar. De la racionalidad a la sensibilidad, de lo planeado a lo contingente y de lo formal a lo lúdico, la experiencia docente pasa y comprende distintos estadios, lo sabemos, pero si es desde el terreno del campo comunicacional, lo vivido y vivenciado puede llegar a ser impensable y sorprendente.

La tarea por lo tanto es ardua. Mi apuesta es por el camino del descubrimiento, de la interrogación constante y sistemática. Después de todo, si a muchos la investigación nos ha cambiado la vida para hacerla más rica y a veces generosa, las deudas que seguro tenemos con un puñado de actores que generaron nuestro fenómenos sociales convertidos en objetos de estudio, podemos comenzarlas a pagar, acercando esta forma de vivir y entender el mundo a nuestros estudiantes. No saldrán convencidos todos, tampoco de eso se trata, si no, qué flojera; pero quizá a un puñado sí, y eso, en estos momentos, resulta alentador.

Por el asombro y la imaginación, dimensionemos la idea que tenemos de la comunicación y lo que es la práctica docente de ella, todo en aras de configurar un imaginario con menos raspones del utilitarismo y sí, de la porosidad, la razón y lo lúdico. No sólo nuestra disciplina, también la ecología del mundo contemporáneo lo pide. Vamos pues al encuentro de la comunicación y sus múltiples maneras de producción, cobijados de una mirada discrecional y metódica, pero siempre con la incertidumbre que nos pueda llevar a la sorpresa, la duda y el asombro.

CCC
AI
0268

UNIVERSIDAD LATINA DE AMÉRICA

-REALIDAD O IMAGINARIO SOCIAL DEL

COMUNICADOR-

-DOCUMENTO DE EVALUACIÓN CUALITATIVA-

1. Modelo Educativo.

a) Currículum.

Para la construcción curricular de la licenciatura se consideraron varios factores, entre ellos, la factibilidad de abrir una institución educativa de comunicación en la región, las demandas de trabajo del Estado y el perfil que se deseaba obtener del egresado. Esta licenciatura fue planteada uniendo los conocimientos de periodismo, humanidades y comunicación social, los cuales se consideraron indispensables para que el diseño educativo fuera acorde a los requerimientos de la década de los 90's.

Por otra parte cabe mencionar la existencia de las materias que integran el área interdisciplinaria, cuya finalidad es abrir un espacio sobre temas referentes al individuo, la problemática social, el arte y la ciencia, para que a través de éstos, se dé lugar a la reflexión e integración del educando en su entorno actual y futuro.

La Universidad Latina de América cuenta hoy con 10 años de experiencia y el plan curricular de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se divide en tres áreas terminales: Mercadotecnia, Diseño Gráfico y Comunicación en Medios de Comunicación Social.

Desde sus inicios, la matrícula estudiantil ha duplicado su cifra de ingreso. Lo cual indica, no sólo un incremento de la población, sino también un mayor interés por la carrera y a su vez por esta institución.

Buscando un nuevo y mejor modelo educativo, hoy la Universidad entrelaza dos factores muy importantes para cualquier institución dedicada a la docencia: investigación-academia, cuya finalidad es preparar al educando de manera integral, acorde a las necesidades y demandas tanto del mercado actual como del potencial.

b) **Modelo de enseñanza-aprendizaje.**

Como toda organización que se precie de serlo, la Universidad Latina de América cuenta con un corazón ideológico el cual consiste en: Misión, Visión, Valores, Objetivos, líneas estratégicas y prioridades.

* **Misión.** La UNLA es una institución de enseñanza media superior y superior que a través de la docencia, investigación, producción y difusión del conocimiento, orienta a los educandos hacia el desarrollo integral, inculcando en ellos respeto por la diversidad humana, compromiso con su entorno y sólidos valores humanos. Los egresados de nuestra alma mater, se caracterizan por sus altos niveles de calidad en el desempeño profesional y por la permanente actualización de conocimientos y habilidades al servicio de la sociedad.

* **Visión.** Es la imagen que a largo plazo deseamos alcanzar y para ello planteamos un proyecto educativo:

- Innovador y actualizado
- Acorde a las necesidades del siglo XXI y que sea flexible, interdisciplinar, transdisciplinar, integral, estimulante del autoaprendizaje, basado en la investigación, favorecedor de procesos de intercambio e interlocutor con su entorno.
- Soportado en un Equipo directivo y académico de alta calidad.
- Planes de estudio generales y particulares consolidados.
- Selección en el ingreso de los alumnos.
- Sólida infraestructura.
- Interrelación con instituciones públicas y privadas.
- Competente organización normativa, laboral y de operación.
- Sólidos recursos financieros.

* **Valores.** Los valores universales que deseamos inculcar en nuestros alumnos son:

- Compromiso orientado al servicio comunitario.
- Respeto por la dignidad de las personas.
- Compromiso de excelencia.
- Libertad con responsabilidad.
- Justicia
- Conocimiento y respeto del entorno social.

c) Metodología y herramientas.

Oficialmente no existe una metodología preestablecida para el proceso de aprendizaje, sin embargo, resulta obvio que muchos de los docentes trabajan con modelos heredados o acordes a las necesidades de sus objetivos curriculares. En este entorno podemos mencionar los métodos didácticos más practicados en la UNLA: Aprendizaje Basado en la Resolución de problemas (presenta el conflicto, identifica necesidades de aprendizaje, busca información y regresa al problema a partir del trabajo participativo en grupos pequeños), Aprendizaje Colaborativo (Se forman equipos, y al interior de cada uno de estos, los estudiantes intercambian información y trabajan en una tarea hasta que todos sus miembros la han entendido y terminado, aprendiendo a través de la colaboración), Exposición (la presentación de un tema, lógicamente estructurado en donde el recurso principal es el lenguaje oral, aunque también puede serlo un texto escrito) y Estudio de casos (se representan situaciones reales para su estudio, análisis y solución de problemas).

c) Formación docente.

El impacto de la oferta educativa en postgrado es alta, ya que del total de docentes que actualmente integran la licenciatura en comunicación, el 28.12% cuenta con un título de maestría y el 15.62% son estudiantes de este nivel, lo anterior significa que un total de 43.74% está inmerso en el área de postgrados. En otras cifras tenemos que el 21.87% se encuentran avalados por un título universitario, el 31.25 % son pasantes en proceso de titulación y el 15.62% cuentan con carrera técnica (especialización mínima indispensable para los talleres que se imparten en la licenciatura).

La Universidad Latina de América, cuenta -como apoyo al personal académico-, con el Centro orientación y Desarrollo Psicoeducativo (CODEP), enfocado, como su nombre lo sugiere, a la utilización de herramientas pedagógicas. Hasta el momento, 6 de los docentes de la Licenciatura en Comunicación han acreditado el "Diplomado en Estrategias Didácticas" y 4 aún lo están cursando. Antecedente que favorece en gran medida la praxis de la enseñanza y la modificación acertada de la currícula.

d) Número de alumnos.

La suma de alumnos que integran la licenciatura en comunicación de la Universidad Latina de América, es 187.

e) Número de académicos.

La suma de académicos que colaboran en la institución es 32 (activos por semestre).

2. Investigación.

a) Generación de conocimientos.

Las contribuciones al campo de la comunicación en cuanto a las actividades de investigación, están focalizadas específicamente en los trabajos generados por los alumnos en sus procedimientos de titulación (tesis, reportes de experiencia laboral), los cuales suman un total de 35.

La colaboración en investigación por parte de los estudiantes graduados es:

- Publicidad en la Televisión Local (Canal 11 de televisión).
- Aproximaciones al líneas temáticas siguientes:
 - Periodismo Cultural en Michoacán.
 - Comunicación Educativa para Adolescentes Urbanos.
 - Televisión y Educación Artística.
 - Campaña de Promoción Social para el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
 - Investigación de la Recepción del Cine.
 - Historia Personal de Seis Habitantes de la Ciudad de Uruapan y su Experiencia en la Idea de la Globalización.
 - Los Efectos de la Televisión como Medio de la Comunicación Masiva en el Proceso de la Transculturación de los Jóvenes de la UNLA.
 - Un Análisis de Audiencia para Televisión en Michoacán.
 - Aplicación de la Identidad Corporativa en la Comunicación Interna de la Empresa Tejidos Gaytán.
 - Nivel de Audiencia y Opinión de un Noticiero Televisivo Hecho en Michoacán en Noviembre de 2000.
 - Fundamentación Teórica para un Taller de Sensibilización a la Violencia en las Relaciones de Pareja Dirigido a Hombres y Mujeres que Cursan el Bachillerato.
 - Reconstrucción Histórica de la Radio Moreliana.
 - Responsabilidad Profesional del Contador Público.
 - Diseño de un Formato que Contribuya a la Planeación Estratégica de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa en Morelia.
 - El Papel de la Televisión en la Comunicación Familiar.
 - Realidad Virtual (Un Ensayo sobre la Comunicación Interactiva).
 - Un Estudio de Audiencia para la Planeación de un Programa Televisivo Universitario Dirigido a los Jóvenes.

- La Importancia de un Sistema de Comunicación Interno para Implementar un Programa en Infonavit.
- Campaña Publicitaria de Combiguía: Guía para el usuario de combis 2001.
- Producción de Noticiarios Nocturnos de Televisión en Morelia.
- Diseño de un Programa de Televisión Interactivo.
- Campaña de Propagación , de Prevención y Sensibilización para los Niños entre 9-11 Años, para un Entorno sin Tabaco.
- La Receptividad del videojuego en los niños.
- Una Campaña de Propaganda para el Uso del Condón.
- Historias de la Salas Cinematográficas de Morelia.
- Plan de Comercialización para un Canal de televisión Local.
- Propuesta de un programa de Análisis Político en Televisión Azteca.
- Creación de una Agencia Publicitaria.
- La Danza Contemporánea como Discurso Alternativo de Comunicación.
- Historia de la Fotografía Profesional en la Ciudad de Morelia.
- Una propuesta sobre el periodismo cultural en la prensa.
- Creación de una Campaña Publicitaria para el Centro de Diagnóstico y Atención a Problemas del Aprendizaje C.E.D.E.P.A.
- Diseño de la Imagen y Estrategia Publicitaria para la Empresa Gabinete de Diagnóstico por Imagen.
- Campaña Publicitaria para los Productos Carmelita en la Ciudad de Morelia, Michoacán.

b) Líneas y modalidades de trabajo.

Este año la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Latina de América (con financiamiento propio), inició un proyecto de investigación, basado en la vertiente propuesta por Coneicc: "Realidad o Imaginario Social del Comunicador", el cual incluye un sondeo general con alumnos, exalumnos, docentes, empleadores actuales y potenciales, que permitirá a la institución, perfilar las habilidades estudiantiles hacia los requerimientos que demandará a corto y mediano plazo el mercado laboral. Lo anterior llevará consigo obviamente, la modificación curricular, la capacitación docente y la formación de academias entre otros puntos.

3. Entorno

a) Normatividad.

El marco normativo de la praxis docente es flexible, aunque al analizar esta flexibilidad, se percibe la necesidad de crear normas más específicas en cuanto a algunos puntos, sobre todo en lo correspondiente a formatos, evaluaciones y técnicas didácticas que le permitan al alumno construir el conocimiento y no actuar como un simple espectador. Para lo anterior, se estableció este semestre la formación de áreas temáticas y/o academias, que permitan la vinculación teórico-práctica.

b) Mercado Laboral.

Actualmente existen 4 instituciones educativas en Morelia que ofrecen la licenciatura en comunicación, esto significa en términos generales que estamos involucrados en la sobre oferta de este sector. Si aunamos a la anterior problemática, que el comunicólogo no sabe específicamente para qué sirven sus conocimientos y también declaramos que las organizaciones no terminan de aceptar la importancia del trabajo del comunicólogo, entonces la situación se torna difícil. Basta con revisar los planes de estudio de las universidades para constatar la diversidad de objetivos y conocimientos que integran.

Otro factor de suma importancia es el incremento que ha sufrido la matrícula en escuelas de comunicación, por ejemplo este año ingresó un total de 67 alumnos, lo cual representa para la UNLA un incremento mayor al 100%, comparado con la primera generación. Aunque la dificultad en este punto será al momento de egreso de los estudiantes, cuando deseen un campo laboral determinado y por las características de la misma ciudad no encuentren el ejercicio profesional en el cual originalmente habían pensando.

Un porcentaje cada vez mayor (aunque no alto) de alumnos se empiezan a interesar por los postgrados, sobre todo al ver lo difícil que es colocarse en el mercado laboral. Los alumnos de quinto semestre en adelante inician sus cuestionamientos sobre el tema con los diversos docentes pidiendo sugerencias y referencias. Ahora empieza a aplicar aquello de "Mientras más...mejor". Es decir, a mayor grado de capacitación, mejores oportunidades de empleo. Muestra de ello es la oferta de postgrados que hoy se tiene en la entidad no solamente en el área de comunicación, sino en general.

c) Vínculos con la sociedad (impactos en ambas direcciones).

El programa se ha insertado en los ámbitos social (al introducir a los alumnos mediante su servicio social en diferentes organizaciones públicas), empresarial (al iniciar el enlace universidad-empresa) y artístico (al ofrecer a los estudiantes y la comunidad en general actividades extra académicas con repercusión social).

d) Egresados.

Actualmente existe un programa institucional de seguimiento de egresados. La relación con el centro educativo todavía tiene mucho camino por recorrer, de hecho se necesita abrir un espacio específico de atención y servicio a este público especial que lo está demandando.

El grado de satisfacción de los egresados es variable, una de las inconformidades generales es la falta de trabajo o definición de funciones que tiene un comunicólogo. Aunque este punto no es específico de la Universidad Latina de América.

4. Expectativas.

Si hablamos de los objetivos iniciales de la licenciatura en comunicación, tenemos que los aspirantes a ingresar a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, deberán poseer potencialmente una serie de habilidades y actitudes que muy brevemente se pueden expresar como la capacidad para:

- Simbolizar, abstraer y generalizar experiencias primarias.
- Adquirir un agudo sentido de la profundidad, del tiempo y del espacio.
- Imaginar soluciones para los problemas dentro del campo de la comunicación.
- Dar respuestas prácticas.
- Fomentar un pensamiento y una práctica académica profundamente interdisciplinar.
- Comprender y aplicar el concepto de las nuevas tecnologías.
- Mantener una actitud de permanente aprendizaje.
- Identificar los problemas del hombre y de la sociedad.
- Colaborar en la resolución de los problemas municipales, estatales y nacionales.

En cuanto al perfil del egresado, deberá ser un profesionista capaz de:

- Actuar con pensamiento crítico y creativo en la solución de problemas y situaciones que se presenten en la sociedad desde la perspectiva de las prácticas comunicativas con un sentido ético profesional.
- Aplicar la metodología general de los paradigmas comunicacionales y los usos de las tecnologías adecuadas a las necesidades y recursos disponibles de una determinada comunidad.
- Diseñar, desarrollar e implantar y en su caso evaluar, mecanismos de información apoyados en los recursos disponibles dentro de una organización.
- Modelar actividades y prácticas comunicativas que se requieran en los diversos ámbitos de trabajo.
- Favorecer el diálogo interdisciplinar para hacer crecer no sólo el campo de la comunicación sino del conocimiento en general.
- Coordinar las actividades y recursos humanos, materiales y tecnológicos de una determinada organización.
- Mantener un proceso de actualización personal, profesional y ética.
- Promover y desarrollar actitudes de apertura referente a la cultura en general.
- Estar dispuesto a la constante actualización conforme el desarrollo y los retos que el mundo moderno supone.

Las expectativas que se tienen al respecto del desarrollo de la profesión y su impacto global, son muy alentadoras, de hecho al implementar el proyecto de investigación basado en "El imaginario Social del Comunicador" (el cual incluye la revisión y modificación curricular), se espera redefinir el rumbo de la carrera de comunicación para lograr una mayor cohesión con los mercados demandantes. Los resultados de esta investigación serán alentadores, en la medida que las implementaciones a realizar sean las adecuadas.

5. Principales rutinas que enfrentan cotidianamente.

- *Planeación curricular.* Es una parte estructural de cualquier institución educativa, la base conceptual de la cual se generan la razón de ser y existir de la licenciatura. La vinculación de programas y actualización de los mismos es primordial para adquirir un nivel altamente productivo.
- *Crecimiento de la carrera.* Si tomamos como crecimiento el incremento de la matrícula, podemos decir que siendo la carrera colocada en el 7º lugar de preferencia de los estudiantes egresados de bachillerato, el compromiso es muy grande y por ello la necesidad de reestructurar mediante la investigación la licenciatura, desde la planeación curricular, hasta la formación de docentes y la promoción con el mercado potencial.

- *Equipos y laboratorios.* La infraestructura para que los alumnos realicen sus prácticas, es indispensable, pensando en este punto, la Universidad cuenta con los espacios adecuados, aunque tratándose de laboratorios y tecnología siempre iremos un paso atrás, dado lo rápido que avanzan.
- *Titulación.* El procedimiento al cual hemos apostado mucho durante los últimos tres semestres. De hecho en este momento se le da énfasis a materias como Investigación de la Comunicación y Seminarios de titulación I y II. En este momento estamos logrando que los estudiantes eviten esa "laguna" de tiempo que solían dejar después de que terminaban la carrera para titularse.
- *Dudas y atención a estudiantes.* La Universidad ha crecido considerablemente y en el área de atención a estudiantes, falta algo de implementación logística en Servicios Escolares. Aunque hay que aclarar que la comunicación directa y el servicio con los alumnos en cada coordinación es personalizado y de buen nivel, tanto por parte de los académicos como de los directivos.
- *Trabajo en equipo con académicos.* La integración y disposición del equipo docente es muy alta. De hecho los maestros siempre se involucran no sólo con las cátedras que les toca impartir, sino que frecuentemente ofrecen sus conocimientos y relaciones laborales para apoyar a la institución. Sin esta disposición la formación de academias no habría sido posible, y sin ellas la planeación y modificación curricular carecería de validez en su reestructura.

Nombre y apellidos : GUSTAVO MATÍAS CLAVERO

Teléfonos de contacto : 91, 8034856, 609168299 y 3974450

Resumen curricular : Nacido el 18.8.52. Es Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales, Licenciado en Ciencias de la Información y Profesor Titular de Organización Económica Internacional en la Facultad de Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid. También lo ha sido de CUNEF, *Universitas Nebrissensis* y *European Business School*. Trabajó como redactor de temas económicos ocho años en Europa Press, otros ocho en EL PAIS; como subdirector-fundador, cuatro años en GACETA DE LOS NEGOCIOS, y como columnista, dos años en NUEVA ECONOMIA, del diario también español EL MUNDO .







Ha dirigido o coeditado una docena de investigaciones económicas, Es coautor de los libros "Digitalismo" (Taurus, 2001, con José B. Terceiro), "Cómo crear una empresa" (6 libros, Gaceta de los Negocios, 1999) y "Manual de Comercio Electrónico" (7 libros, Gaceta de los Negocios). Ha coordinado otra media docena de libros, entre ellos "Informar de Economía I" (editado por la Asociación de Periodistas de Información Económica en 1984 y reeditado en 1994), "Telecomunicaciones" (BBV, 1995), "Televisión por cable y autopistas de la información" (Junta de Castilla y León, 1995), "Los problemas de las telecomunicaciones" (Círculo de Empresarios, 1996) y "El futuro actual" (Fundación Caixa Galicia, 1996), "Autoempleo y teletrabajo" (Ministerio de Economía 1998). También ha escrito varios cientos de artículos sobre temas económicos y de telecomunicaciones, entre el que al salir a concurso en 1995 la licencia de móviles que ganó AIRTEL estimaban su valor de mercado en más de un billón de pesetas antes de 1999. También los titulados "La importancia de los contenidos en la sociedad de la información" (Círculo de Empresarios) y "La perspectiva regional de la sociedad de la información" (Caixa Galicia).

Es desde 1999 miembro del GRETEL (Grupo de Regulación de las Telecomunicaciones creado por el COIT). Vicepresidente de la Asociación Española de Teletrabajo, Director Ejecutivo de la Asociación Española de Derecho de las Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (ADETI) y Presidente de Editores Asociados SC, empresa formada por periodistas y economistas que ha colaborado en varios proyectos europeos sobre la sociedad de la información (GATES, LOCAL MEDIA, etcétera). También ha dirigido la nueva Web profesional de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE).

En su línea investigadora destacan la coordinación del proyecto ALFA de la Unión Europea REUNEYDE, la dirección desde la Fundación General de la UAM de un estudio para FORCEM sobre la valoración de los planes de formación continua, la codirección de un estudio para el Ayuntamiento de Las Palmas sobre la racionalización de los derechos de paso de las infraestructuras de telecomunicaciones. También coeditó en 1998 con el profesor Ramón Tamames para la Bolsa de Madrid un estudio sobre las perspectivas de integración de los mercados de valores latinoamericanos (realizando directamente el análisis de sus sistemas de información), coeditó en 1998 el estudio de la FGUAM para el Ayuntamiento de Tres Cantos "El futuro de la industria en Tres Cantos", publicado en

CCC
AI
0268





Datos curriculares de Sergio René de Dios Corona:

- ✓  Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación. (1976 – 1980)
Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA). Guadalajara , Jalisco.
- ✓  Profesor de periodismo y asignaturas afines en la UNIVA y el ITESO.
- ✓  Ha sido periodista de los diarios El Occidental (GDA) , La Jornada (corresponsal en GDA), Siglo XXI (GDA) y Público (GDA)
- ✓  En 1988, ganó el primer lugar del Concurso de Comunicación y Cultura, A.C., en la categoría de reportaje.
- ✓  Dos menciones honoríficas en concursos similares , por reportaje profesional.
- ✓  Autor del libro *Rastreando la Noticia* (1999)

E mail: sergiorene@starmedia.com

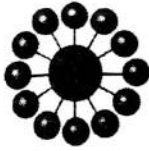
Tel. oficina: 36683100

Datos curriculares de José Rubén Alonso:

- ✓  Licenciatura en Filosofía. Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA).
Guadalajara , Jalisco.
- ✓  Ha cursado diversos diplomados: Análisis Político (ITESO), Nuevo Periodismo (ITESM, GDA) Análisis de Coyuntura y Prospectiva (U de G).
- ✓  Ha publicado en revistas y en el Libro del Año 1994, 1995 y 1996.
- ✓  Periodista del periódico Público de Guadalajara.

E mail: karro3@prodigy.net.mx

Tel. oficina 36683100



CONEICC

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CCC

AI

0268

“¿Realidad o imaginario de las escuelas de comunicación?”

Mesa de Trabajo “Escuelas de Comunicación: La mirada institucional (Vocalía Noreste)”.

Conocer la situación en la que se encuentran las escuelas de comunicación es uno de los mayores retos a los que nos enfrentamos. Saber acerca de su situación académica, de sus preocupaciones, de sus maestros, de lo que significa para cada uno la razón de ser, en suma, del proceso de enseñanza-aprendizaje en el mismo lugar en donde se gesta es más que una de nuestros objetivos, una de nuestros deberes.

El objetivo de esta presentación es el de realizar una reflexión y exponer un panorama general de la Vocalía Noreste; no será extenso, sin embargo es significativo en tanto recoge y refleja las realidades de las escuelas de comunicación.

La necesidad de buscar información que permita conocer la situación y necesidades de las Instituciones pertenecientes a esta zona del país es una realidad. La evaluación que a continuación presento es el resultado de esa búsqueda.

Para ello se aplicaron dos instrumentos, el primero tendiente a conocer las características generales de la Institución y el segundo a saber un poco de la historia educativa de las mismas. Posteriormente se realizó una exploración entre las escuelas que no pertenecen a CONEICC y aunque no se les aplicó el mismo instrumento, sino que se manejó como sondeo, da elementos que permiten establecer pistas en la generación de estrategias hacia el interior de la zona.

En mi disertación no hay experiencias específicas así como anécdotas de experiencias institucionales, sin embargo su aportación radica en esa generalidad al momento de brindar panoramas de lo que está sucediendo en las Escuelas de Comunicación.

Existen 8 programas de licenciatura en comunicación en la vocalía, 3 de maestría (UANL, ITESM y UR) y una de doctorado en el área (UAC, en coordinación con la Universidad de la Habana). Esta presentación se centra en los modelos de licenciatura. En un posterior estudio se trabajará con la situación de los postgrados.

Es interesante hacer notar que en la región comprendida en Nuevo León, Coahuila, Tamaulipas y Durango se detectaron 27 programas de comunicación agrupados en 24 Universidades.

***Se entregará diploma de participación**



CONEICC

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Modelo Educativo:

No hay un modelo común de elaboración de currículums en la zona, sin embargo los **modelos** de enseñanza-aprendizaje y las **metodologías** son similares, aunque difieren en su aplicación.

Algunos de los modelos que se utilizan en las Universidades son: la enseñanza cooperativa, el modelo diseñado para desarrollar competencias, la educación a distancia, los modelos de trabajo en equipo y por supuesto la metodología tradicional de exposición en clase con participación de los alumnos. La constante fundamental en la mayoría de las Universidades es que el proceso enseñanza-aprendizaje está centrado en el alumno.

Sin embargo, a pesar de las innovaciones que en materia educativa se han presentado en las Universidades, el principal problema es la capacitación de los maestros en materia educativa y en el conocimiento que se tiene sobre la aplicación de las teorías educativas indispensables para el desarrollo de la labor que se centra en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

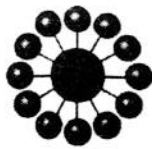
No hay uniformidad en cuanto a la forma en que se estructuran los **currículums** habiendo diversos modelos:

- Los currículums en donde se estandarizan las materias que deberán llevar los estudiantes a lo largo de su carrera.
- Aquellos en los que hay un listado de materias básicas de la especialidad (en este caso comunicación), una base de materias que forman parte del área de conocimientos generales, y materias optativas de la carrera y de la especialidad, siendo éstos los que predominan.

En cuanto a la **formación docente**, la educación de la vocalía recae en 88 maestros de planta y 116 por asignatura para una población de aproximadamente 1500 alumnos de comunicación. La totalidad de los maestros tienen la licenciatura terminada, y es en las Universidades privadas en donde existe un predominio de maestros con maestría terminada.

El hecho de que en tres instituciones de la localidad se hayan establecido postgrados ha impactado favorablemente en la formación docente brindando capacitación a sus maestros; en esa búsqueda de mejorar los cuadros docentes, las Universidades que imparten postgrado han establecido alianzas con otras Universidades o estableciendo proyectos de cooperación con ellas.

*Se entregará diploma de participación



CONEICC

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

El número de alumnos aproximados de la vocalía es de 2,200.

En la vocalía noreste hay aproximadamente 120 **maestros** de planta y 200 auxiliares en las escuelas que pertenecen a CONEICC. No se tiene el dato de las escuelas que no están dentro de la asociación.

Sin embargo en este rubro no es tan importante el número de ellos como el análisis de las áreas de especialidad y la capacitación o actualización dentro de su campo, ramo por demás subjetivo que no se ve reflejado en las estadísticas. Para conseguir que se lleve a cabo, es necesario que se establezcan una serie de criterios en los cuales estén presentes aspectos tales como las materias de postgrado de la especialidad, cursos de especialización en el área, experiencia laboral, publicaciones, investigación, entre otras.

2. Investigación

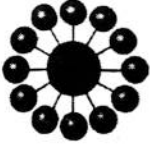
En el área de investigación los esfuerzos son aislados. El grueso de la investigación que realiza la vocalía se centra en las investigaciones que se realizan en opción a los títulos de licenciatura o de maestría. El problema fundamental de las Escuelas de Comunicación es que no hay líneas institucionales delimitadas para el desarrollo de este rubro, las actividades y lineamientos se centran en la enseñanza principalmente.

Hacen falta espacios de diálogo y de análisis tanto de la labora cotidiana como de la realidad que se presenta en la sociedad. El grueso de los alumnos realiza investigación ligada a la docencia en el mejor de los casos, y los maestros la hacen ligada a los cursos para la obtención de grado.

En este marco, no se puede hablar de **generación de conocimientos, líneas de trabajo y vinculación interna**; lo que se necesita en primera instancia es generar espacios en donde converjan estudiantes y maestros, pero sobre todo, crear conciencia en las escuelas para que se reconozca como actividad fundamental a la investigación, sin ello es difícil que esta generación de esfuerzos aislados de investigar se convierta en un área con rumbo y congruencia entre su práctica y la respuesta a las demandas de la sociedad.

Los foros pueden y deben ser creados, pero sin el correspondiente apoyo de las Instituciones, seguirán siendo espacios vacíos o con poca participación.

*Se entregará diploma de participación



CONEICC

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

3. Entorno

La práctica es una constante en las inclinaciones que tienen las escuelas de la vocalía noreste, es por ello que se realizan diversos ejercicios en la relación que cada una tiene con la esfera profesional de la comunicación.

No hay un estudio formal sobre los **mercados laborales** en la zona que integre los esfuerzos que se realizan en cada una de las Universidades. En la mayoría de las Escuelas de la vocalía se dicen que hay estudios de carácter Institucional en diversos departamentos tales como bolsa de trabajo y vinculación, entre otros. A través de ellos se da una idea de hacia dónde se dirigen los egresados, la constante sigue siendo Medios de Comunicación, Organizacional y en el Sector Gubernamental además del establecimiento de negocios propios. Esta información se maneja de modo genérico hacia el exterior y solamente cuando se trabaja hacia el interior se utiliza para desarrollar estrategias de desarrollo o, en su caso, de cambio o revisión de currículum.

En todas las escuelas hay una vinculación directa de una u otra forma con el mercado laboral. La **vinculación** con la sociedad se da a través de las prácticas profesionales, la Escuela Práctica (modalidad de la Universidad del Noreste), el Servicio Social y los Proyectos de Evaluación Final. Es a través de ellos como se le ofrece al estudiante la oportunidad de interactuar con los mercados laborales para definir sus fortalezas y sus áreas de oportunidad.

4. Expectativas

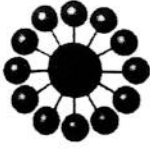
No se puede hablar de las expectativas de una sola institución, sin embargo se abundará en la realización de una relatoría de los problemas y expectativas que se analizan en general.

Es un hecho que no existe un estudio formal sobre las demandas de la sociedad hacia las escuelas, se presume que se seguirá desarrollando el área de medios de comunicación vinculado a las nuevas tecnologías, sin embargo hay un aparente desfase entre lo que se pretende y lo que las escuelas de comunicación están ofreciendo en la realidad al estudiante.

Son diversos los factores que marcan este hecho:

- La carencia de laboratorios adecuados de acuerdo con los adelantos que presentan los medios de comunicación así como la insuficiencia de ellos es un rubro que resulta determinante para este punto
- El desfase entre los estudios que las escuelas de comunicación proponen y aquellos que la sociedad demanda, aunque es importante aclarar en este

***Se entregará diploma de participación**



CONEICC

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

rubro que el énfasis que algunas escuelas están realizando en sus sistemas de titulación para acercar al estudiante a la realidad es un factor que facilita enormemente que haya una relación y una vinculación con sectores sociales, sin embargo estos esfuerzos no están encaminados a conocer la situación social y no se hace un seguimiento de estos esfuerzos de modo tal que se conozca la real tendencia de la sociedad y la forma en que las Escuelas de Comunicación la pueden ayudar de una manera clara y consciente.

5. Principales rutinas que enfrentan cotidianamente:

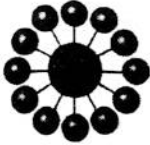
Hay que estar conscientes de los adelantos que en diferentes aspectos se ha dado en la vocalía, uno de los rubros más fuertes es la preparación de los docentes en la obtención de grados académicos. Sin embargo esta preparación no debe estar desligada de aquella que se considera clave para el desarrollo del maestro en sus elementos pedagógicos y de la que se debe proporcionar a manera de experiencias que le ayuden para el dominio de la especialidad.

Todas las Universidades tienen laboratorios de las materias básicas que lo requieren, tal es el caso de televisión, radio, fotografía, periodismo y computación, sin embargo y dadas las necesidades sociales, se requiere que se incrementen el número y la calidad de éstos enfocándose a aspectos tales como el diseño, la programación de páginas de internet y el manejo de equipo no lineal para audio y video, por citar algunos. Cada universidad plantea su problemática específica en cuanto a laboratorios, sin embargo se pueden englobar en los siguientes aspectos: insuficiencia de recursos para incrementar la adquisición de equipos de acuerdo con los aumentos de estudiantes que ingresan a las escuelas de comunicación, y actualización de los mismos equipos.

Los sistemas de titulación son diversos y responden a las necesidades de dar salida a los estudiantes para que cierren el ciclo de sus estudios Universitarios de nivel licenciatura, con ese espíritu se presentan diversas opciones que van desde la terminación de sus materias, la Escuela Práctica (modalidad en donde los alumnos aterrizan sus conocimientos en el ámbito profesional realizando una práctica en las empresas con las que se tienen establecido convenios), elaboración de Tesis, examen general de conocimientos, y realizar materias de postgrado.

Las políticas de titulación no son necesariamente establecidas por la escuela, sino por la Universidad, con lo que solamente se adaptan a los requerimientos del área en particular.

***Se entregará diploma de participación**



CONEICC

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La organización de los maestros se realiza de dos formas principalmente, a través del establecimiento de Academias y de manera general como grupo de trabajo no importando la disciplina (generalmente se realiza en el caso de escuelas con un número pequeño de maestros o en aquellas en donde no hay diversos maestros de una especialidad).

Un aspecto a desarrollar es la comunicación entre las Universidades o de colaboración con otras facultades o escuelas afines con las cuales se pudiese realizar un proyecto ya sea de investigación de producción. Siguiendo en la misma línea, hay Instituciones que tienen estaciones tanto de radio como de televisión, mismas que pueden desarrollar proyectos en conjunto o bien, realizar intercambios de materiales.

En medio de este panorama es imprescindible que se establezca no solo relación con los miembros de la misma vocalía, sino que se determinen acciones a seguir con las Universidades que no son miembros y que aún no se han integrado para establecer sinergias. En esas estamos.

Esta reflexión ha servido para establecer el panorama general de la vocalía, pero además para, con base a ello, establecer o en su caso modificar las líneas de acción tendientes a subsanar las áreas de oportunidad de las Escuelas de Comunicación de la zona. No es tarea fácil pero esta labor debe surgir y estar respaldada por la totalidad de las escuelas involucradas para que de respuesta a sus necesidades.

***Se entregará diploma de participación**

CCC
AI
0268

Había una vez...

El relato mítico de las licenciaturas en comunicación: el caso UNIVA.

Ana Leticia Gaspar Bojórquez

El trabajo de los maestros es el que más se acerca a la metáfora religiosa por su similitud al desempeño de los sacerdotes. El maestro, "Cristo", es, en todo caso, el preceptor por excelencia. Su misión puede resumirse en estos términos: el educador de almas, el mentor, el escultor de hombres, el apóstol. "La misión del maestro es la misión de Jesucristo al venir al mundo". En las profesiones más antiguas vamos a encontrar la esencia de la profesionalidad liberal como representación sacra.

*Rosa Martha Romo Beltrán. **Una mirada a la construcción de identidades.***

En estos inicios de siglo, se puede observar que tanto los discursos académicos como los sociales manifiestan que nos encontramos en una época de crisis de identidades y de valores, provocada básicamente por los llevados y traídos procesos de globalización.

Sin embargo, ante la incertidumbre del entorno, resurgen mecanismos sociales, tan antiguos como el hombre, cuya función es generar un sentimiento de cohesión social que trascienda las diferencias y enfatice las semejanzas.

Uno de estos mecanismos es el discurso mítico tradicional, cuya función primordial es dotar de significación la vida cotidiana:

Con los mitos, el sujeto se explica: 1) quién es (qué expectativas puede tener y qué sentido tiene su existencia); 2) qué rol tiene en su comunidad (en la familia, por ejemplo); 3) qué papel tiene en la sociedad (el trabajo productivo que desempeña y con esto la identidad y el espacio social, por ejemplo) y, finalmente, 4) qué relación tiene el sujeto con el cosmos (si se piensa como hijo de Dios). (Erreguerena, 1998: 319)

Dentro de las instituciones sociales que se destacan por ser reproductoras del discurso mítico, las educativas sobresalen: dentro de sus espacios cerrados, protegidos, se genera un sistema de interpretaciones de la realidad que se identifica más con un relato heroico, cargado de subjetividad, que con una visión más o menos objetiva del mundo, se coincide con el punto de vista de Rosa Marha Romo Beltrán (1998) quien en su investigación *Una mirada a la construcción de identidades* analiza este proceso en los psicólogos de la Universidad de Guadalajara:

Mi perspectiva de análisis considera las instituciones educativas como espacios de formación no sólo académica, pues en tanto instancias de socialización también son lugares de concentración ideológica, de formación de hábitos, de construcción de una cultura e identidad profesional. (p.18)

Debido a ello, el objetivo de este trabajo es analizar algunos elementos míticos que han contribuido a construir el imaginario social del comunicólogo, a partir del caso de la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), ubicada en la Zona Metropolitana de la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

Se ha escogido esta institución porque es la primera en ofrecer la carrera de Comunicación en la región occidente de México, además de haber impactado durante muchos años el mercado laboral, ya que tradicionalmente sus egresados se han insertado en los medios de comunicación, hecho que ha colaborado a la reproducción de formas simbólicas ligadas con un espíritu heroico.

El trabajo está dividido en dos partes: en la primera se describen algunos de los elementos principales de la construcción del mito, y en la segunda, a través de la revisión de documentos de la propia universidad, se realiza un análisis de los componentes del discurso mítico que se manifiestan en ellos.

Aunque se analiza a una universidad específica, este trabajo considera que refleja lo que es una tendencia en las instituciones de Educación Superior, cuando menos en lo que corresponde a la región centro occidente del país. Por ello, al realizar este tipo de análisis se puede comprender uno de los mecanismos que han construido el imaginario social del comunicólogo en la sociedad mexicana.

La función social del mito

*Lo propio del mito es transformar la historia en naturaleza.
Roland Barthes.*

La interpretación sociológica de lo mítico está representada por los franceses Durkheim y Levy – Bruhl. Para el primero, el verdadero modelo del mito no es la naturaleza sino la sociedad y, en todo caso, es la proyección de la vida social del hombre; el segundo definió el pensamiento mítico como pensamiento prelógico, en el sentido de que prescinde de un orden necesario que para el pensamiento lógico constituye la naturaleza y, asimismo, ve a la misma naturaleza como una red de participaciones místicas en la que no valen la leyes de la lógica.

La moderna tesis sociológica, encabezada por Malinowski, ve en el mito la justificación retrospectiva de los elementos de la cultura de un grupo; en esta teoría el mito cumple una función estrechamente conectada con la naturaleza de la tradición y la continuidad de la cultura, con la relación entre juventud y madurez, y con la actitud humana hacia el pasado.

La función del mito sería, por lo tanto, la de reforzar la tradición y darle mayor prestigio relacionándola con una realidad más alta, mejor y sobrenatural. En todo caso, el mito no se limita a las culturas primitivas sino que es una necesidad de toda cultura.

Los etnólogos funcionalistas, como Malinowski, han evaluado el mito en términos de su función pragmática, como sostén de tradiciones, como instrumento de control social.

La función del mito es básicamente política; es una manera de preservar la autoridad y tradición religiosa junto con las prerrogativas de la clase dominante y del Estado:

El fundamento último de la moderna mitogénesis se encuentra en el temor al descubrimiento real de las bases económico – sociales de los fenómenos de la sociedad, tendencia que se exagera constantemente con la agudización misma de la lucha de clases entre la burguesía y el proletariado. Cuando más resueltas se las tendencias apologeticas de la teoría económica burguesa, tanto más se intensifica la inclinación a “transfigurar” míticamente el capitalismo con la ayuda de mitos nuevos o recalentados. (Lukacs s/f p.329)

Algunos elementos del mito

De acuerdo con Mircea Eliade (1963), reconocido especialista en este tipo de estudios, el mito es una historia sagrada que relata eventos realizados en un tiempo primordial: el tiempo del principio, el tiempo recorrido antes de que la humanidad poseyera memoria consciente. El mito relata cómo algo llegó a ser; es un producto espontáneo de la formación cultural del mundo, como lo son el arte y la ciencia; es un intento de explicación sobre los fenómenos que conmueven la conciencia humana: el origen del mundo y del hombre, la finalidad y explicación de los actos humanos. (p.5)

Para Miguel de Ferdinandy (1961) los mitos tienen por tema todo aquello que siendo humano no cae en el ámbito de la historicidad del hombre. Lo mítico, lo específicamente mítico, no coincide con lo histórico.

Por su parte, María Josefa Erreguerena afirma:

Es importante señalar, como afirma Ansart (1993:99), que el mito tiene dos funciones: por una parte es un código de regulación social a la vez funcional y coercitivo que impone el mantenimiento del sistema de estratificación y, por otra parte, es un estructura totalizante del sentido colectivo. (1999: 320)

Los principales elementos del mito, cuya definición es básica para este análisis, son los siguientes:

- a) El tiempo mítico: El hombre religioso experimenta dos clases de tiempo: el profano y el sagrado. El primero es de poca duración; el segundo es “una sucesión de eternidades”, periódicamente recuperable durante los festivales que tiene el calendario sagrado. El festival religioso es la reactualización de un evento primordial, de una historia sagrada en la cual los actores son dioses o existencias semidivinas que viven en el tiempo primordial. El calendario sagrado regenera el tiempo periódicamente; cada día se conmemora algún evento que ya sucedió: el eterno retorno.

- b) El espacio: el ombligo del mundo: Según Mircea Eliade (1959), el simbolismo arquitectónico del centro del mundo puede ser formulado

como sigue: la Montaña Sagrada, donde el cielo y la tierra se encuentran, está situada en el centro del mundo; todo templo o palacio, y por extensión toda ciudad sagrada o residencia real, es una montaña sagrada volviéndose el centro del mundo; comenzando un eje del mundo, la ciudad sagrada y el templo son vistos como punto de encuentro del cielo, la tierra y el infierno. (p.12) El centro del mundo es un punto inmóvil alrededor del cual el mundo gira: el ombligo del mundo es ubicuo y como es la fuente de toda existencia produce la plenitud mundial del bien y del mal. (Campbel, 1993 : 47)

- c) El lenguaje mítico: por su misma naturaleza ahistórica, el mito recurre a un lenguaje alegórico, simbólico, que expresa una realidad fuera de las leyes de la lógica. Como es el inconsciente colectivo el que habla, la narración se caracteriza por ser impersonal, de carácter colectivo. Los nombres, las acciones, las vestimentas, los colores, etc. Adquieren una significación especial. En el relato mítico se utilizan diversos recursos literarios que van creando una atmósfera sobrenatural, como la hipérbole (exageración de sentido), la metáfora, la comparación, la enumeración, la repetición. También es importante señalar que es común encontrar alusiones a relatos "sagrados", como los bíblicos.

- d) Los arquetipos: en sus estudios sobre el sueño, Carl jung percibió que se daban elementos colectivos que parecen ser formas innatas y heredadas por la mente humana, a las que Freud denominó remanentes arcaicos. Jung los describe como una tendencia a formar representaciones que pueden variar en detalle sin perder su modelo básico y surgen del inconsciente colectivo. Existen personajes arquetípicos como el héroe, el viejo sabio, el patriarca, el dios – tirano, la diosa madre; lugares arquetípicos como la caverna, el cruce de un río, el paraíso, el infierno, el cruce de caminos; también se reconocen argumentos y situaciones arquetípicas como la rivalidad entre dos

hermanos, la búsqueda de la realización de un sueño, la persecución, el peregrinaje y la fundación.

- e) El arquetipo del héroe: en todas las mitologías aparece esta figura que, entre otras, presenta las siguientes características: nace milagrosamente, en una cuna humilde; da muestras de fuerza sobrehumana, mental o física, desde temprana edad; tiene que aventurarse desde el mundo de todos los días para enfrentarse a retos constantes; tiene que pasar por una serie de pruebas hasta llegar a la purificación y reintegrarse a la sociedad. Generalmente, posee una fuerza tutelar o dios protector.

Análisis de los elementos míticos en la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), de Guadalajara, Jalisco.

- **El peregrinaje hasta el lugar sagrado: el mito de la fundación.**

Como varias de las instituciones la región¹, la UNIVA fue fundada bajo la tutela de la iglesia católica. En 1959, aparece como Instituto Pío XII, con el apoyo del Arzobispado de Guadalajara, e inicia sus actividades en el espacio físico de un colegio particular; de allí, se ubicó en otros lugares más, todos rentados y en la zona centro de la ciudad. El sexto espacio corresponde a otra escuela particular, ahora por el rumbo de Plaza del Sol, para posteriormente ubicarse en una escuela de la zona de Chapultepec. Después de nueve etapas (número cabilístico) del éxodo, actualmente, el campus es propio y se sitúa en el cruce de tres avenidas principales de la ciudad.

Estos datos históricos sobre los cambios de espacio de la institución han adquirido significaciones que trascienden lo histórico: se han mitificado y el traslado, producto de las circunstancias, simboliza el peregrinaje que el pueblo elegido tiene que realizar hasta llegar a la tierra prometida:

Atemajac es huella de una raza trashumante. Es reposo de un pueblo peregrino que marcha en pos de una señal del cielo.

¹ Es el caso del ITESO, fundado por jesuitas; la Universidad Panamericana, por miembros del Opus Dei; La Salle y la Autónoma de Guadalajara, también con origen religioso.

Son los "nahuas" que, saliendo de Aztlán, buscan la tierra prometida para fundar su imperio. Son los adoradores de los elementos primordiales: fuego, agua, aire, tierra...los elementos que originan y sostienen la vida.

Un día, al descender a un valle y explorarlo y recorrerlo, encontraron un río (San Juan de Dios) y notaron que al llegar a un punto de su curso, las aguas se separaban y formaban dos corrientes. Pusieron nombre al lugar.

Atemajac: "lugar donde las piedras bifurcan la corriente"...

La motivación para elegir este nombre para la Universidad fue la similitud que el lugar al que hace referencia el nombre de Atemajac, tiene con esta institución educativa y con cualquier otra que se dedique a esta actividad. Una escuela es de hecho como las piedras que separan la corriente humana dividiéndola entre la multitud que no puede o no quiere seguir estudios superiores, y la pequeña corriente de los que sí se interesan y ponen los medios conducentes para lograr su superación.(El Occidental, 30/ 09/1984: 4: Sección especial)

El día 24 de septiembre de 1984, el peregrinaje concluyó: se inauguró el actual campus, símbolo de la tierra prometida para aquéllos que perseveran, que aceptan los retos que Dios les pone. De este simbolismo, surge el imagotipo de la universidad (emblema), en el cual destaca la figura de una encucijada que se resuelve en un camino; la imagen también posee connotaciones de tipo religioso, ya que semeja la crucifixión presentada de forma estilizada

- **El ciclo del héroe: el patriarca fundador, Santiago Méndez Bravo.**

El 1 de junio del presente año el Lic. Santiago Méndez Bravo, Rector de la UNIVA, celebró sus 40 años como educador; con este motivo la Institución editó un suplemento especial en el que se relata la historia de este personaje. Asimismo, el boletín de Filosofía de la misma universidad, publicó un número especial en el que se encuentran diversos artículos sobre el fundador de la carrera de Comunicación de la UNIVA.

Todos estos textos giran alrededor de un hombre que se convirtió en héroe, para después adquirir el ropaje mítico de patriarca.

Durante las celebraciones, todos los impresos de la institución tenían inserto el siguiente pensamiento:

*Todo en esta vida comienza siendo un sueño,
Por eso el hombre es un eterno soñador,
Luego forja realidades,
Obras que después serán historia
Que habrá de trascender el tiempo y el espacio.*

Al final, aparece el nombre del rector, con tipografía diferente, destacada, y su fotografía representando a un hombre iluminado que camina en busca de su sueño.

En la semblanza que se presenta del personaje, se asiste a un nacimiento de un ser extraordinario: *...sus padres...cristianos, con Dios pegado al alma, nutrieron su alma con amor que salva y que hace descubrir en todo y en todos la presencia del Padre amoroso que está en los cielos...* El Padre Santiago, como comunmente es nombrado, representa una síntesis de lo civil y lo religioso: rector de una universidad y sacerdote católico; sus habilidades negociadoras, y una actitud de cierta neutralidad, son reconocidas públicamente por políticos y empresarios, cuyo apoyo, junto con el de la iglesia católica, ha permitido que la UNIVA resurja de una crisis económica que casi la llevó al punto de quiebra. Este resurgir de la institución ha confirmado, en el imaginario colectivo, que una fuerza superior acompaña al patriarca, quien, además, sobrevivió a un serio problema salud:

La obra del Padre Santiago no ha quedado desapercibida. El Estado y la sociedad le han manifestado en repetidas ocasiones su reconocimiento. Pero más que todo, el respeto y amor de todos los que conocen su obra son el mejor testimonio de que Dios está con él. Algún día se escribirá la historia de su obra educativa y se podrá apreciar toda la fe, el amor, el esfuerzo, el gozo y el sufrimiento de Santiago que hicieron posible este acontecimiento educativo, eje y clave del desarrollo humano de nuestra región. (Editorial de Doxa, 2001)

En síntesis, la figura del Rector de la UNIVA posee un carácter simbólico que la hace desprenderse de sus rasgos humanos para transformarse en un profeta, un iluminado, un escogido por un ente superior que lo ha destinado a llevar a cabo una misión redentora, que sobrepasa los fines educativos, como lo deja ver el también sacerdote Guillermo Alonso Velasco, en parte de su texto alusivo a las celebraciones del Padre Santiago:

Hace cuarenta años surgió entre nosotros un hombre, de mente clara y corazón fuerte y ardiente, al estilo de Juan el Bautista, que mostró su vocación de apóstol echándose a cuestras la tarea de educar a la juventud, para volver a la sociedad al camino de los auténticos valores... (Doxa : 3)

En el Padre Santiago se sintetiza el anhelo de una comunidad que busca héroes: un patriarca que ha llegado serlo por la suma de su voluntad, la de Dios y la de poseer características visionarias que le permitieron fundar la UNIVA:

La visión de Don Santiago se hizo más profética. La adquisición del lema: "donde hay una voluntad hay un camino" consolidó el liderazgo basado en la paciencia que no empañaba la visión, en la paciencia que clarifica el agua turbulenta del Atemajac. El destino le deparaba enfermedades que lo postraron, mas no lo intimidaronLas fronteras no lo son más, la visión global y holista de Don Santiago, otra tierra prometida nos hará pisar... . (Váldez Rivas, 2001:13)

- **El discurso mítico: historia de un sueño.**

En el relato mítico los signos se desprenden de su anclaje histórico para recubrir de una nueva significación los acontecimientos; por ejemplo, durante la crisis económica de 1995, la UNIVA estuvo a punto de cerrar sus puertas; sin embargo, logró subsistir recortando personal, especialmente docentes de contrato de planta, y ofreciendo servicios que no tenían relación con el ámbito educativo, como el de servicio a comedores industriales, limpieza de oficinas, etc.; sin embargo, en la narrativa colectiva de la institución, ésta fue una prueba que, a la manera heroica, los integrantes de la comunidad universitaria tuvieron que pasar, para renacer, como el ave fénix, fortalecidos para cumplir una misión que trasciende lo terrenal:

Ustedes son esa luz del evangelio , así en medio de su laicidad y sin separarse de ese mundo en que actúan ; este edificio construido con tantos esfuerzos y sacrificios , con visión del futuro y del porvenir es una hoguera que debe iluminar con su ciencia y sus conocimientos a cuantos vengan a cobijarse bajo su techo.
Aquí debe arder luminosa antorcha de la verdad , que ilumine a todos con su resplandor.²

Como ya se habrá percibido, el discurso oficial de la institución presenta constantes alusiones al discurso religioso católico: el éxodo hasta encontrar la tierra prometida; su imagotipo, relacionado con decisiones ante la encrucijada , y con la cruz, símbolo de Jesús; el sincretismo del nombre de la institución, adaptación de un mito indígena con uno católico; el mismo nombre del Rector, Santiago, que evoca al caminante eterno, siguiendo el mandato de Dios. Además, habría que mencionar que el lema, *Saber más para ser más*, está relacionado con una de las encíclicas de Paulo VI, *Populorum Progressio*. Además, como muchas de las instituciones de la región, sus celebraciones están altamente ritualizadas para crear un calendario propio que conmemore los actos que forman parte de la concepción mítica de la institución, como la Semana UNIVA, la celebración del día de la Libertad de Prensa, la ceremonia del Premio al Comunicador del Año, entre otras. Cabe resaltar que en el discurso de la comunidad, la misión de la institución va más allá de formar profesionistas; se entiende la educación como un acto que tiene significaciones divinas:

La educación es la fe que mueve montañas. De hecho, la educación es un acto de fe. De verdadera, profunda y grande fe en el hombre y su destino alto e imperecedero

El organigrama de la universidad reproduce una jerarquía tradicional, vertical, en la que destacan los mandos superiores, los decanos, que reproducen la figura de los apóstoles. Como dato muy significativo cabe señalar que en el nivel de mandos superiores no se encuentra ninguna mujer y que los decanos son sacerdotes o han estudiado en el Seminario.

Respecto a la difusión del discurso, dentro de la campaña publicitaria de la UNIVA destaca que en todos sus anuncios se incluya la frase *Una universidad con espíritu cristiano*, misma que se refleja en los documentos oficiales, como el Ideario, la Misión y la Visión, ya que en ellos aparecen constantes alusiones

² Parte de la homilía que se presentó durante los actos de inauguración del actual campus.

a la misión del educador como un evangelizador, características integradas en la figura simbólica del Rector:

Padre Rector: al cuestionar tu vida, le encontraste un sentido. Sonó fuerte en tu alma una voz que pedía seguimiento. Eres un seguidor. Resonó la misma voz dándote un mandato, señalándote un camino, encomendándote una misión: "Id y enseñad". Eres un educador.
(editorial de Doxa)

- **Los héroes contemporáneos: los comunicólogos.**

Para que los mitos subsistan requieren ser actualizados; sin perder su significado original, se recubren de modernidad para satisfacer las necesidades de las instituciones que los originan. Dentro de las universidades, existe alguna carrera que se convierte en símbolo de la institución y en el caso de la UNIVA, Ciencias y Técnicas de la Comunicación cumple con esa función, ya que no sólo es la fundadora, sino que, a través de sus egresados, ha nutrido al imaginario colectivo de figuras arquetípicas con características heroicas que estimulan la imitación, el querer estudiar esta profesión más por la imagen que tiene que por intereses económicos o sociales; de esta forma, pertenecer a un grupo profesional adquiere características que se identifican más con una secta que con un gremio:

La profesión...permite la construcción de códigos informales, reglas de selección, intereses comunes, un lenguaje que se compare y estereotipos informales, lo cual conforma un ethos que distingue al gremio y excluye a los "no iniciados". La formación en este sentido antropológico permite analizar al construcción de una cultura profesional específica, mientras que el sentido religioso de la "conversión" vincula a los agremiados a la posibilidad de elaborar nuevas visiones de sí y del mundo, conformando, por lo tanto, nuevas identidades. (Romo Beltrán,2000: 118)

Por su parte, los mismos medios de comunicación han colaborado a construir esta imagen arquetípica de los comunicólogos que se desenvuelven en ellos; dentro de los elegidos para recibir el Premio Nacional de Periodismo de este año se destacan figuras como la Jesús Blancornelas, del periódico *Zeta* de Tijuana, quien se ha convertido en la imagen del periodista que es capaz de dar su vida para llegar a la verdad y transmitirla a sus lectores, a quienes se debe; o las películas que nos muestran a los corresponsales de guerra más valientes que los soldados a los que acompañan; o las novelas, como *Morir en el Golfo* de Héctor Aguilar Carmín, cuyo protagonista, además de poseer características sexuales muy atractivas, se enfrenta a la corrupción; o la novela *Los Periodistas* de Vicente Leñero que se aleja, por momentos, del hecho histórico para presentarnos a Julio Scherrer como el héroe que se enfrenta a todo un sistema político...la lista es muy larga y merece un análisis que excede los propósitos de este trabajo; pero es útil para ejemplificar los mecanismos que han hecho de la profesión del comunicólogo un mito actual que tal vez sirva para explicar el porqué es una de las carreras con mayor población estudiantil

Por su parte, la UNIVA tiene como característica esencial insertar a sus egresados principalmente en el mercado laboral de los medios, especialmente en radio y prensa.

Cada año se otorga el premio *Comunicador del Año* a uno de sus egresados, especialmente a aquéllos que se han desenvuelto en los medios de comunicación.

El acto, además de ritual, permite difundir entre la comunidad universitaria un discurso que destaca por resaltar el carácter heroico de los egresados, como el de Rocío López Ruelas, quien a través un programa de televisión defendía los intereses de "los más desprotegidos", denunciado hechos de injusticia social; o los de Jaime García Elías quien como periodista de radio y prensa ha denunciado actos de corrupción. También se ha premiado a quienes, como Juan María Naveja, se han insertado en medios de comunicación internacionales, en este caso , en la cadena CNN.

También ,el día de la Libertad de Prensa, se realiza en la UNIVA un desayuno para los periodistas que han egresado de la institución y allí corresponde a uno de ellos colaborar al acto ritual con un discurso que exalte lo mítico de la actividad, como el de Alfonso Javier Márquez:

Por ello este día quiero externar mis respetos para los de mi gremio, reconozco su labor heroica, en especial para aquéllos que con el estómago vacío, las ropas desgastadas y su esposa e hijos en casa esperando el tan anhelado pan nuestro, sacan adelante su trabajo con honradez y valentía. (7/07/2000)

Estos rituales, junto con otros, han colaborar a generar un concepto de identidad del comunicólogo UNIVA que desdibuja la realidad para insertarse en un relato que trasciende lo profesional:

Podemos recuperar la noción de modelo trabajada por Elliot para explicar el proceso de constitución de la identidad profesional, como los orígenes arcaicos que se sedimentan en el imaginario de los profesionistas y se manifiestan en su definición identitaria, aun cuando contraste con la situación real en la que desarrollan el trabajo profesional. (Romo Beltán:100)

Y vivieron felices: a manera de conclusión

Aunque existen diferentes enfoques para acercarse a la construcción del imaginario social del comunicólogo, en este trabajo se eligió la del mito, ya que se considera que aborda elementos que explican el importante rol de las universidades en la conformación de la identidad profesional.

Tanto las instituciones educativas como los mismos medios de comunicación han contribuido a dotar de un sentido heroico a los que ejercen la carrera de comunicación; sentido que se explota al máximo con el protagonismo de periodistas que se han visto envueltos en actos de violencia, como Lily Téllez, de Televisión Azteca enfrentada a un representante del gobierno.

Asimismo, el discurso de los medios y el de las universidades, manejan narrativas, relacionadas con los comunicólogos, cargadas de recursos simbólicos que las insertan más en un relato mítico que en uno periodístico, como se puede observar en la sección *Los reporteros*, del noticiero estelar de Televisa o el de la deificación, momentánea, de Francisco Stanley.

Mientras en las mismas universidades, como la UNIVA, se siga fomentando esta visión mítica de la profesión, los estudiantes estarán sumergidos en un mundo irreal que seguirá produciendo falsas expectativas las cuales chocarán con una realidad laboral altamente competitiva, especialmente si se toma en cuenta la saturación actual del mundo de los medios.

Entender la mitificación de la realidad produce el efecto de desmitificación, el cual nos lleva a buscar el análisis profundo, las causas sociales y económicas que impactan en el desarrollo de las profesiones, evitando así las peligrosas concepciones del comunicólogo como un profeta, que tanto se manifiestan en la actualidad.

Referencias

Campbell, Joseph. (1993) El héroe de las mil caras. Psicoanálisis del mito. México: FCE.

De Ferdinandy, Miguel (1961) En torno al pensar mítico. Berlín: Collo quie Verlo

DOXA (2001) Boletín del departamento de Filosofía, año VI, No.54. Guadalajara, Ja.:UNIVA

Eliade, Mircea (1959 a) The Sacred and the Profane. New York: Harper.

(1959 b) Cosmos and History: The Myth of Eternal Return. New York: Harper.

(1963) Myth and Reality. New York: Harper.

(1965) The Two and The One. New York: Harper.

ENCUENTRO. (2000) Órgano de comunicación de la Universidad del Valle de Atemajac. Julio – octubre. Guadalajara, Jal.

Erreguerena, María Josefa. (1999) Desarrollo de los medios como reproductores de mitos. En Anuario 1998. UAM – X. México. PP. 319 – 334.

Froom, Erich. (1972) El lenguaje olvidado. Buenos Aires: Hachette.

Jung, Karl (1979) El hombre y sus símbolos. España: Aguilar.

Lukacs, George (s/f) Aportaciones a la historia de la estética. Obras Completas. Tomo XVII.

Romo Beltrán, Rosa Martha (2000) Una mirada a la construcción de identidades. Los psicólogos de la Universidad de Guadalajara. México: U de G.

EL NUEVO IMAGINARIO DEL PERIÓDICO ON LINE

Dra. Lizy Navarro Zamora.

Las Nuevas Tecnologías de la Información, Internet, no le ofrecen al comunicador un nuevo imaginario social, sino que lo obligan a repensarse. Se plantea no el nuevo campo, sino la urgencia de comprender y entender los procesos comunicativos en las nuevas tecnologías de la información.

Internet no es sólo una moda. Es una forma de vida. Es un reto de la Humanidad que merece y obliga a la discusión y al estudio de todos sus ámbitos. Su análisis representa un doble esfuerzo porque no estamos a una distancia, es un medio que se está gestando en estos momentos.

En este trabajo se analiza precisamente no el imaginario social del periodista en el periódico *on line*, sino la realidad existente en este nuevo medio de comunicación con características propias, con retos propios.

El periodista se ha tenido que enfrentar desde la práctica a este nuevo imaginario social, sin tener tiempo a detenerse o a que las primeras teorías de la comunicación y de la información guiaran su proceder. El periodista se enfrentó a los medios on line, a la radio, a la televisión, a la prensa, pero ha sido esta última la que le ha brindado más oportunidades.

Algunos han coincidido en el nacimiento de un nuevo medio y la desaparición de los tradicionales. “No me he parado en barras y he llegado a enunciar de modo tajante esta profecía: en estos instantes estamos precisamente a las doce menos cinco minutos de la muerte definitiva del periodismo.” (Martínez Albertos, 1997: 56)

“La tecnología moderna nos ha dado lo que parecía la posibilidad de descubrir cualquier cosa y el derecho a saber cualquier cosa. El hecho es que es muy poco lo que podemos saber de nuestro futuro, y además de forma muy condicional.” (Smith, 1983:89) Nadie puede

predecir el futuro con seguridad y esta es una de las frustraciones más grandes para aquellos que cada día nos sorprendemos de las nuevas tecnologías, pero sí podemos determinar los hechos más inmediatos.

En su libro *El Ocaso del Periodismo*, José Luis Martínez Albertos refleja este panorama: “Estamos ante el comienzo de una nueva etapa en el proceso civilizador de la Humanidad, un nuevo pulso entre Tecnología y Cultura: el reto de la nueva sociedad ante la avalancha electrónica. Los diarios de papel, según parece, pueden ser para algunos las nuevas víctimas de este enfrentamiento.” (1997:26)

Cada vez son más los periódicos que deciden dar el paso al ciberespacio sin abandonar la edición impresa. Sin embargo, aquí podemos hacer una división: aquellos que explotan los recursos que permiten las redes telemáticas y que se les puede considerar *on line* y los que tienen una versión en Internet solamente por estar a la moda. Este último grupo está integrado por la mayoría de los periódicos. Es curiosidad, competencia, deseos o necesidad de explorar nuevos mercados. “La presencia de la prensa en la red no dejaba de ser simbólica, más para ganar o consolidar un perfil de modernización que en busca de sustituir el papel por el módem.” (Trejo Delabre, 1996:89)

El mensaje periodístico en las ediciones digitales de los diarios convencionales ofrece una suma de rasgos diferenciales de considerable interés hoy día. Son una especie de apuntes o indicios de lo que pueden llegar a ser a la vuelta de unos años los mensajes canalizados exclusivamente por Internet para los futuros usuarios de las nuevas tecnologías. Estos rasgos están presentes en todos los mensajes que se difunden por la red, sea cual sea su tipología comunicativa: mensajes periodísticos, de entretenimiento, educativos, publicitarios, propagandísticos, etc. Pero tal vez se manifiesten con especial riqueza en el caso de los mensajes de contenido informativo.

La transmisión telemática en lugar de la impresión en papel hace que el periódico adquiera características propias que lo renuevan, lo modifican y de hecho logran que se convierta en un nuevo medio. Para quienes apostamos por el nacimiento de un medio de comunicación con características que se adaptan a los avances tecnológicos; el periódico electrónico, ese que definimos como producto interactivo y multimedia, que integra diferentes recursos como el texto, la imagen, el vídeo y el sonido; revolucionará los conceptos del periodismo impreso.

La utilización de las redes telemáticas, la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización, entre otras características, de lo que se considera un nuevo medio informativo y que en la actualidad se le designa con el nombre de PERIÓDICO ON LINE, han conformado una nueva retórica. Estas características lo convierten en un nuevo medio de comunicación, un producto interactivo multimedia, un periódico *on line*.

La redacción, la habitación física donde conviven los periodistas, se ha sustituido por una redacción virtual, que existe en las redes telemáticas. Pero el ciberespacio no será capaz de sustituir el trabajo del periodista. El usuario necesitará a alguien que le seleccione, informe, interprete y juzgue los hechos que acontecen en el mundo.

La profesión periodística ha sufrido cambios con las diversas tecnologías como el cine, la radio, la televisión y ahora con Internet. Por las condiciones actuales de las redes, ya que en la mayoría se utiliza el cable coaxial, en lugar de la fibra óptica, no se pueden desarrollar de manera amplia el audio y el vídeo. No debemos olvidar que en la actualidad son carreteras y no autopistas de la información.

Sin embargo, la situación actual de los periódicos *on line* no es por carencia de medios técnicos, sino por falta de decisión en la mayoría de las empresas periodísticas que aún no han

montado ni una mínima estructura empresarial independiente dedicada a la edición de estos medios.

La línea de desarrollo iniciada por Internet no parece ya una tentativa más de un fenómeno de futuro incierto, como lo fueron las primeras experiencias de la telemática en los años setenta, sino la expresión, aún poco depurada y definida, de un nuevo soporte y unas formas nuevas de comunicación. Las características del periódico *on line* son las siguientes:

2 ES DIGITAL: Todo se reduce a ceros y unos. El producto llega por medio de bytes en una pantalla electrónica y no sobre el papel. Se transmite por redes telemáticas.

2 LECTURA NO SECUENCIAL: El acceso a los textos, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos no es secuencial, como tampoco lo es el pensamiento humano. El periódico electrónico se acerca más a la forma de pensamiento del ser humano, las estructuras de las ideas no son lineales.

2 MUNDIAL: Llega a todas las partes del planeta, siempre y cuando estén conectadas a Internet. La Aldea Global se hace una realidad, ya sea con una sola conexión las naciones ya están en Internet.

2 INSTANTÁNEO: El acceso es instantáneo. Se obtienen las informaciones de manera más inmediata. Se consulta la información casi en tiempo real, con lo que la distancia respecto a la inmediatez de acceso a la información, con otros medios como la radio y la televisión, se acorta.

2 ACTUALIZABLE: Ha entrado en crisis el concepto de periodicidad de los medios en línea. El periódico electrónico renovará la información conforme se vaya generando la noticia y las informaciones de interés.

2 PROFUNDIDAD: Cerca del 90% de las noticias que llegan a las redacciones no se publican en el periódico impreso. Con las posibilidades que ofrece Internet en cuanto a la capacidad de transmisión ninguna información se queda sin difundir.

2 INTERACTIVIDAD: Cuando hablamos de un medio de comunicación nos centramos en los procesos comunicativos, para que el círculo de la comunicación se cierre es necesaria la retroalimentación, Internet la tiene y se denomina Interactividad. De hecho se habla precisamente del éxito de la red por las amplias posibilidades que ofrece el medio para comunicarse con él.

2 PERSONALIZACIÓN: El periódico electrónico ofrece la posibilidad que cada uno de los usuarios del servicio reciba y escoja de una amplia gama de posibilidades solamente lo que a él le interesa. Gracias a la interactividad, el periódico conocerá cuáles son las necesidades de cada uno de sus lectores y de forma automática le hará llegar las informaciones más importantes que él desee.

2 DISPONIBILIDAD: Es posible tener el periódico en cualquier momento, en todo lugar, siempre y cuando tengamos una computadora, un módem y una línea telefónica.

2 MULTIMEDIA: El periódico *on line* puede ser la suma de los tres medios masivos de comunicación, radio, televisión y prensa escrita, con la ventaja de cada uno. Lo que hoy conocemos como el periódico en línea se convertirá en un medio de comunicación que reúna la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión.

2 CONFIABLE: La importancia de los periódicos en Internet radica en el prestigio que tienen. En la confiabilidad que el usuario deposita en ellos. El cibernauta no puede consultar millones de páginas web, ni tampoco puede confiar en la veracidad de la información que proporcionan.

2 NUEVO DISEÑO: Nuevo diseño en el cual se le facilite al lector la navegación. Hay personalización en los formatos, aptas para banda ancha, para cable coaxial, sólo para texto.

2 SERVICIOS GRATUITOS: La mayoría de los servicios que proporcionan los periódicos en línea son gratuitos. Internet es información y si no se pone mucha información a un costo muy bajo e incluso gratuito, la gente no va a entrar a las páginas y no se va a vender publicidad.

La utilización de las redes telemáticas para poner a disposición del usuario el periódico on line, la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización, entre otras características, de lo que se considera un nuevo

medio informativo y que en la actualidad se le designa con el nombre de periódico on line han encontrado una nueva retórica que están en proceso para desarrollar su propio lenguaje.

En la actualidad aunque en la red existen más de 22,200 medios de comunicación, de los cuales 8,143 son periódicos *on line*, las versiones digitales ofrecen, en una abrumadora mayoría de los casos, menos contenido que las versiones impresas. Menos de lo que podrían ofrecer, a tenor de lo que la técnica les permite: apenas la posibilidad de consultar los números atrasados de días. Muchos medios están en la red sólo por la imagen.

En una etapa muy inmediata no podremos hablar de la muerte de los periódicos impresos frente a los periódicos *on line*. Pero sí de una utilización paralela que durará el tiempo necesario hasta que el mundo cuente con la infraestructura electrónica necesaria para conectarse a la red.

El periódico *on line* se ha convertido en un nuevo medio. Es innegable esta verdad, pero tiene que explotar los recursos que le ofrece Internet. No es sólo texto e imagen fija, ahora es audio e imagen en movimiento. Es en definitiva un nuevo medio que en un futuro no deberá llamarse periódico on line.

No habrá preferencias porque en el mismo sitio podremos encontrar los tres medios de comunicación. También pierde su característica de periodicidad, porque se renueva conforme surgen las informaciones y no por periodos predeterminados desde las salas de redacción.

Hay quienes piensan que si el periódico se actualiza de manera instantánea o conforme sucedan hechos importantes, se perderá la profundidad que caracteriza a la prensa. Sin embargo, estas son los retos de la prensa *on line*, la capacidad de ofrecer la instantaneidad, sin perder la profundidad.

El periódico on line, como en general las páginas en Internet, ofrecen la posibilidad de una mayor interactividad usuario-emisor. Podemos hablar de una verdadera comunicación en la que existe la retroalimentación y el flujo es en ambos sentidos.

Hablamos de un nuevo medio, pero algunos han pensado en un medio personalizado: Daily Me. Es seguro que este medio existirá porque una de las ventajas de la red es darle al usuario lo que él quiere. Aún así, es importante no perder una verdad de la sociedad, aunque estemos internetizados, seguiremos viviendo en un grupo, donde no tendremos porque interesarnos de todos los temas de manera profunda, pero sí saber lo más importante que pasa en la comunidad, en el país y en el mundo.

A la persona que sólo le interese la economía, la bolsa de valores, no sólo tendrá que saber de economía y finanzas. Por ejemplo, si vive cerca de un estadio de fútbol también le importará leer la página de deportes, aunque sean sólo los titulares, tal vez el tráfico de vehículos le impida llegar a su casa.

Al estadista le interesará la política y solicitará un periódico *on line* que contenga exclusivamente esta información, pero también necesitará conocer cuales son los artistas más famosos de la actualidad, ya que tal vez el electorado le pregunte algún día sobre ellos.

Además, no toda la información que viaja por Internet es periodismo. El periodismo continuará conservando su sentido de informar, orientar y entretener de acuerdo con los criterios de valoración, jerarquización, interpretación y argumentación. Internet es información, pero así como en la biblioteca hay mucha información, no toda esa información es periodismo.

Si el PC o la computadora portátil no son cómodos para la lectura del periódico, urge encontrar un nuevo soporte digital, ya que los intentos no han sido muy exitosos. Internet está llamado a transformar todo lo que los periódicos hacen.

FUTURO

La invención de la imprenta revolucionó la comunicación, la información pasó de ser elitista a ser accesible. Hoy en día, después de 500 años, encontramos libros de segunda mano en 10 pesos. El automóvil reemplazó al carruaje, el fax al télex y al correo. Son creaciones que se suceden unas a otras de forma lineal en el tiempo. Pero la rapidez con que el Paradigma de las Nuevas Tecnologías de la Información protagoniza y es centro del desarrollo se debe a que nos encontramos ante tecnologías de integración. Estas constituyen el futuro de la convergencia de varias de aquéllas y, lejos de producir un paso más en la evolución del sistema, modifican sustancialmente el conjunto del mismo. Sin embargo, este nuevo paradigma tiene protagonistas frente a simples receptores. Estos simples receptores se convierten en indigentes mediáticos.

Como lo diría Anthony Smith: “ El potencial de los nuevos sistemas de comunicación casi siempre parece dirigido hacia la recuperación; parece ser el potencial salvador de alguna de las facetas perdidas de la buena vida. Las predicciones tecnológicas vienen relacionadas con la nostalgia y, a la vez, con bromas que son las llaves hacia el miedo y los sueños. (Smith, 1996:81)

“La galaxia Marconi está derrotando en todos los frentes a la galaxia Gutenberg.” (Martínez Albertos, 1997:23) Esto nadie lo puede negar. “Hace más de cien años, en la revista inglesa *The Forum* aparecía una descripción de Julio Verne sobre cómo sería una jornada de un periodista americano en el año 2889. Verne hablaba del periodismo fotográfico, del telefoto, de conmutadores especiales y de fases de transmisión de textos e imágenes intensivas; nos describe un diario con 85 millones de abonados, pero sin papel.” (R. Vilamor, 1997:158) Estos periódicos ya están aquí y no es el año 2889, sólo es el 2001.

Hay dos posturas contrarias en relación con el futuro de los periódicos:

a) Quienes aseguran la muerte del periódico impreso.

b) Otros apuestan por su vida. El director de *Corriere della Sera*, Ferruccio de Bortoli advierte que “los medios de comunicación tradicionales se enfrentan a un proceso de revisión y deberán someterse a la competencia de la información *on line*”. Se mostró seguro de que la prensa podrá salir adelante pese al poderío de las nuevas tecnologías en la era digital: “Los periódicos mantendrán su protagonismo, porque existen desde hace muchos años y no son cosa de la historia.” (Zavala, 1999:pág)

José Luis Martínez Albertos va más allá de este punto, él dice: “En esta lucha por la supervivencia, el diario impreso puede que consiga aplazar la fecha de su muerte definitiva si es capaz de acordar pactos de colaboración con los nuevos medios digitales que trabajan en las autopistas de la información. Los periódicos son unos excelentes suministradores de contenidos bien ordenados y clasificados. Por el contrario, el ‘ciberespacio’ es con frecuencia un lugar confuso e inexpugnable.” (1997:30)

Para el profesor Jack Driscoll, Editor Residente del Media Lab del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT), el uso de Internet plantea un reto particular a periódicos latinoamericanos que enfrentan grandes obstáculos en ampliar su circulación a ciertas zonas rurales. Gracias a las posibilidades de la red pueden llegar a regiones muy lejanas y marginales, siempre y cuando se cuente con la infraestructura en dichos lugares.

Hay quienes están preocupados por dos problemas: las pérdidas económicas por el traslado de publicidad y de usuarios a Internet y por la incorporación a las redes telemáticas. El director del periódico *The Guardian*, Alan Rusbridger, presenta una visión más pesimista. “Existe mucho peligro, mucho riesgo y no hay que ser autocomplaciente, sino reconocerlo”. Advirtió que se van a perder el 30% de los ingresos a causa de Internet. Señaló un desafío

doble para la prensa: “Tenemos un reto respecto a los ingresos, además de otro tecnológico, y está fuera de nuestro control detenerlos”. (Zavala, 1999:3)

Dick Brass, vicepresidente de desarrollo de tecnología de la empresa Microsoft mira un futuro sin papel y hace la siguiente cronología:

| | |
|-----------------|---|
| Para el 2006... | ... Los quioscos de noticias electrónicas permitirán a las personas bajar diarios y revistas por medio de dispositivos electrónicos de lectura. |
| Para el 2010... | ... los dispositivos serán livianos, tendrán pantallas flexibles y consumirán baterías de 24 horas de duración. |
| Para el 2018... | ... los periódicos impresos en papel podrían haberse extinguido. |
| Para el 2020 | ... el 50% de todo lo que leamos tendrá formato electrónico. |

Prevé la muerte del papel dentro de 30, 40 o 50 años.

En la actualidad se distinguen dos bloques de periodistas on line, aquellos que vienen de los medios tradicionales, radio, televisión y prensa escrita como Lou Dobbs de la cadena mundial CNN que en junio de 1999 sorprendió a los responsables de la empresa al renunciar a su trabajo y a su sueldo millonario para volcar su trayectoria profesional en un incipiente proyecto de información espacial a través de la red.

Otros periodistas han triunfando directamente en Internet, sin pasar por la redacción de un periódico, radio o televisión como es el caso de Matt Drudge que en su web fue la primera persona que destapó el escándalo de la becaria estadounidense Mónica Lewinsky del sexgate.

“El periodista tiene que seguir siendo también en el ámbito digital gatekeeper, filtro de las informaciones y rumores que se producen, y advocate, mantener una posición clara y limpia respecto a los acontecimientos de los que informa”. (Díaz y Meso, 1999:118) Sin importar cual sea el medio, los principios básicos del periodismo serán los mismos. Sobretudo, la deontología y la ética del periodista no deberán cambiar.

Algunas de las características del periodista *on line* son: periodista multimedia, conocimientos de informática y de las nuevas tecnologías, explotar Internet como fuente de información, periodista interactivo, más hábil, responsabilidad social, trabajo continuo, profesionalización, etc.

A su vez el lector tenderá a ser más especializado, buscará sólo las noticias que le interesen, pertenece a la Generación Red¹, tiene el gusto por descubrir cosas, está más próximo a la redacción, hace una lectura discriminada de las páginas y será más exigente.

Las Nuevas Tecnologías de la Información, Internet, el periódico *on line* presentan características que vislumbran para el periodista un nuevo imaginario social, diferente, nuevos procesos comunicativos.

¹ Las personas que tienen de un mes a 23 años.

BIBLIOGRAFÍA

- A. Patten, David: *Los periódicos y los nuevos medios de comunicación*. México: Ed. Prisma, 1988, págs. 158.
- Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo: *El periodismo electrónico*. Barcelona: Editorial Ariel, 1996, págs. 249.
- Bruce, Garrison: *Successful strategies for computer-assisted reporting*. N. Jersey: Ed. Lawrence Erlbaum Associates, 1996, págs. 287.
- Castells, Manuel: *La era de la información, La Sociedad Red*. Madrid: Alianza Editorial, 3 vols. 1998, págs. 1631.
- Cebrián, Juan Luis: *La Red*. Madrid: Ed. Taurus, 1998, págs. 197.
- Díaz Nosty, Bernardo: *Informe Anual de la Comunicación*. Madrid: Grupo Zeta, 1998, págs. 377.
- Díaz, Javier y Meso Ayerdi, Koldo: *Periodismo en Internet*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1999, págs. 120.
- Díaz, Javier y Meso Ayerdi, Koldo: *Medios de comunicación en Internet*. Madrid: Ed. Anaya, 1997, págs. 190.
- Fuentes i Pujol, Ma. Eulàlia: *Información en Internet*. Barcelona: Ed. CIMS, 1977, págs. 240.
- FUINCA: *Servicios de información electrónica*. Madrid: Fundesco, 1990, págs. 254.
- García López, Marcial; Ruiz del Olmo y Francisco Javier: *Nuevas Tecnologías Nuevos Medios*. Málaga: Universidad de Málaga, 1997, págs. 137.
- Gómez Mont, Carmen: *Nuevas Tecnologías de Comunicación*. México: Ed. Trillas, 1991, págs. 249.
- Joyanes Aguilar, Luis: *Cibersociedad: los retos sociales ante un nuevo mundo digital*. Madrid: Ed. McGraw-Hill, págs. 337.
- Informe Mundial sobre la Comunicación*. Madrid: Ed. Unesco, 1999, págs. 300.
- Informe sobre Desarrollo Humano 1999*. Madrid: Mundi-Prensa, 1999.
- La Sociedad de la Información*. Foro Internacional VII Centenario U.C.M., Varios. Madrid: Colección Club Debate, Editorial Complutense, junio de 1996, págs. 144.
- Martín Aguado, J.A.; Piñuela Perea, A. y Gonzalez Diez, L.: *Tecnologías de la información impresa*. Madrid: Ed. Fragua, 1993, págs. 390.
- Martínez Albertos, José Luis: *El ocaso del periodismo*. Barcelona: Ed. CIMS, 1997, págs. 340.
- Martínez Vega, José Antonio: *El periódico electrónico: un nuevo medio de comunicación para el tercer milenio*. Madrid: Departamento de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad Europea, 1998, págs. 49.
- Mowlana, Homid: *Global information and world communication*. London: Ed. Sage Publications, 1997, págs. 270.
- Muñoz, Pedro A.: *Un futuro interconectado y digital*. Madrid: Ed. Ericsson S. A., págs. 126.
- Ramonet, Ignacio: *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Ed. Debate, 1998, págs. 222.
- Ramonet, Ignacio (Compilador): *Internet Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid: Ed. Alianza, 1998, págs. 303.
- R. Vilamor, José: *Nuevo Periodismo para el nuevo milenio*. Madrid: Ed. Olalla, 1997, págs. 209.
- Sahagún, Felipe: *De Gutenberg a Internet*. Madrid: Estudios Internacionales de la Complutense, 1998, págs. 407.
- Stevenson L., Robert y Lewis Shaw, Donald: *Las noticias internacionales y el nuevo orden en la información mundial*. Barcelona: Ed. Mitre, 1985, págs. 286.

La generación de conocimiento en la construcción simbólica de la realidad y del imaginario de la Comunicación.

Comentario:

I. Preliminares.

El tema que nos convoca en este XI Encuentro Nacional CONEICC tiene como punto de partida el volver a visitar algunos elementos de la historicidad y del proceso institucional en la conformación de un campo académico de la Comunicación puesto que este evento universitario es, entre otras cosas, una invitación para “hacer un alto en el camino y reflexionar sobre el escenario del comunicador desde la perspectiva de sus diversos actores” por medio de “acercarnos cabalmente tanto al imaginario social del comunicador como a su contraparte, la construcción social de la realidad”. En otros encuentros que ha organizado el CONEICC se ha pretendido hacer algo similar. Sin embargo, los contextos de los últimos tiempos, sociales y académicos, le agregan nuevos factores y perspectivas que es necesario incluir en las reflexiones.

A partir de estas inquietudes, el día de hoy toca abordar un tema que parece fundamental: la manera como se ha gestado un conocimiento e información necesarios y básicos para el accionar del campo académico de la Comunicación así como para interpretar y actuar en la realidad social mediante.

II. Conocimiento y Mundo Social.

Toda realidad social conlleva la generación de una serie de **dominios cognitivos** que le permiten comprenderla y actuar en ella (Navarro 1996). En los últimos tiempos la idea de que el mundo social es móvil, cambiante, mutante, y, por lo tanto, imperfecto, porque siempre hay una tendencia a su incompletud, a su permanente desintegración, son las condiciones de su existencia, pero, así mismo, la fuerza de su devenir y su desarrollo, ya que de ello dependen sus posibilidades evolutivas y sus emergencias creativas para su incesante reorganización. Lo mismo habría que pensar de los dominios cognitivos que por regla general le han acompañado. Edgar Morin lo expresa de la siguiente manera:

Ciertamente, hay que reconocer que la mente humana no puede y no podrá captar los misterios del Origen, del Ser, del Sentido del mundo. Pero es necesario concebir también que el debilitamiento de la sustancia del mundo trae consigo una problematización fuerte y generalizada que da nuevo impulso a la fuerza imaginativa y a la disposición hipotética (Morin 1992).

¿Cómo avanzar en la empresa científica de generar conocimiento sobre el mundo social? De entrada, reconociendo la debilidad de los mismos procesos de conocimiento y un primer punto de partida es no olvidar la historicidad de la generación del conocimiento.

La mayoría de los dominios cognitivos con los que se ha trabajado desde la emergencia de las Ciencias Sociales han sido parte de los esfuerzos por generar conocimiento de lo social de un momento histórico que así lo requería y estos han ido mutando ante los retos que las transformaciones del mundo social le ha ido planteando. En los últimos tiempos el contexto en el que se ha generado una emergente y galopante mutación social se puede resumir mediante la emergencia del **mundo global**, el cual ha traído consigo narrativas que intentan crear nuevas coordenadas para la **imaginación cognitiva** y **sociológica**. La globalización ha permitido comprender que el mundo se ha convertido en un recurso heurístico y epistémico de reflexión e indagación que permite vislumbrar lo que permanecía oculto, revelar nuevos perfiles y sentidos silenciados por la historia (Hawthorn 1995).

Pero, también, toda empresa de generación de conocimiento se ve llevada a que, todo quien la emprende, una decisión: asumir un punto de vista, de recorte y de mirar al mundo. Es por ello que en la historia del conocimiento del mundo y de lo social, se han dado posturas diversas (Varela 2000) y, en los tiempos de la globalización éstas son múltiples y encontradas entre sí, y, también las posiciones epistemológicas ante la historia y el mundo social (Robertson y Garrett 1991; Beck 1998; Sinclair 2000). Podemos visualizar tres posiciones de las ciencias sociales ante el mundo global: la de aquellos que consideran que el pensamiento clásico es un pensamiento acabado y que puede dar cuenta de lo que ocurre; la de aquellos que piensan que hay que comenzar de nuevo, ante un nuevo mundo y principio epistémico, a construir una nueva ciencia social (Wallerstein 1998); y la de aquellos que piensan que hay que reconocer que estamos en un nuevo proceso de la civilización mundial y, por lo tanto recuperar los elementos del pensamiento social clásico que sean vigentes y construir nuevas perspectivas para pensar lo social (Ortiz 1999).

III. Conocimiento y Comunicación.

La emergencia del campo académico de la Comunicación no ha sido ajena a lo antes señalado. La mayoría de los dominios cognitivos con los que se ha trabajado desde los inicios de la conformación de un conocimiento de la comunicación han sido herencias de un pensamiento que podríamos decir clásico de pensar lo social y ha estado en el centro de una serie de paradojas que han caracterizado los esfuerzos por definir su objeto de estudio, sus perspectivas, sus procedimientos de análisis y el tipo de sociedad que ha representado y colaborado a configurar.

En el mundo actual, nos vemos enfrentados a una situación de **fronteras** que han generado un contexto, al mismo tiempo borroso y fértil, en la empresa del conocimiento, donde las seguridades anteriores se ponen en duda y suscita nuevos debates: por un lado, el mundo que emergió de la concepción clásica del conocimiento y, por el otro lado, el que ha emergido de la concepción compleja del conocimiento. Los estudios y concepciones de la comunicación también han seguido una senda similar y se ha abierto nuevas concepciones sobre la comunicación en la vida social (Roldán Castro 1999; Luhmann 1998). El panorama que se abre es el de dos modelos de concebir la comunicación: la que viene del mundo clásico del conocimiento y que es representada a partir de la imagen de la máquina de comunicar, y la que viene del mundo de la complejidad y que es representada por la imagen del sistema viviente (Sfez 1995).

Ambas concepciones implican dominios cognitivos, concepciones de la realidad diferenciados, así como riesgos y posibilidades. Implican un tipo de práctica y profesional de la comunicación con derroteros distintos. Si bien, la primera es la que ha prevalecido y se mantiene dentro de las escuelas de comunicación, la segunda comienza a re plantear algunas de sus prácticas educativas y profesionales que no es posible dejar de lado. También, la presencia de ambas concepciones no resuelve la incompletud, los problemas epistémicos y el perfil de profesional de la comunicación, sino que le agrega nuevas dimensiones en la empresa de la búsqueda del conocimiento. Pareciera una nueva evidencia de la debilidad del esfuerzo por generar conocimiento de la comunicación, pero quizá sea la posibilidad de encontrar nuevas rutas para la imaginación del conocimiento de la comunicación. La toma de postura de cómo se percibe a la comunicación y se actúa en el mundo social se coloca como un paso fundamental. Recordando lo expresado por Edgar Morin, escuchemos lo expresado por Jesús Galindo:

Según como sea entendida, practicada, inteligida, sintetizada, la comunicación ofrece diversas fronteras interiores y exteriores. El punto donde adquiere toda su profundidad y proyección es cuando se le asocia al pensamiento complejo, adquiriendo status de forma de formas. Este es un primer escenario donde puede suceder mucho. Los investigadores, los estudiosos, los practicantes, los estrategas de la comunicación aún tienen mucho que indagar sobre su ámbito de trabajo y ejercicio profesional. La situación se presenta como suficientemente ambigua y abierta para ensayar, especular, discernir, proponer, reflexionar, charlar. El campo de nuestro interés aún está en emergencia, no tiene fronteras porque no tiene continente definido. Es maravilloso que así sea, permite cualquier apuesta, todos aprendemos, todos nos enseñamos.

La comunicación nos promete posibilidades y opciones, pero el futuro también promete el desastre. Quizás las dos imágenes van juntas, se necesitan, se resuelven al mismo tiempo. Tal vez no, tal vez una gane a la otra, aparezca primero e impida que la otra se desenvuelva. ¿Cuál es la opción? Este es sin duda un problema, un asunto de límites y fronteras de la comunicación (Galindo 1997).

IV. La generación de conocimiento de la Comunicación.

Ante este panorama, es evidente que toca hacer un alto en el camino y detenernos a observar la manera como hemos asimilado una serie de dominios cognitivos que nos han llevado a percibir de determinadas maneras a la comunicación y a su práctica educativa, es decir las estructuras cognitivas y organizadoras de nuestro conocimiento que se asimilan, reproducen y difunden a través de distintas instituciones (Morin 1992^a).

¿Cómo hacerlo?

Quizá toque recordar la importancia de la manera como algunos agentes del conocimiento y de la práctica profesional, a partir de sus trayectorias personales dentro de un contexto social e histórico, se han insertado en el campo académico de la comunicación. Es lo que

Fernando Savater, para el caso de la Filosofía, realiza cuando expresa los motivos que lo llevan a escribir su **Diccionario Filosófico**:

Aunque a grandes rasgos hay cierto acuerdo sobre el pasado de la filosofía, esta concordia disminuye según nos vamos acercando a la valoración del presente y se hace hasta impensable cuando de lo que se trata es de visualizar su futuro. Creo, por tanto, que lo mejor es intentar ahora una consideración personal, juntamente histórica y conceptual, de lo que yo tengo por filosofía, sin pretender que mi planteamiento sea válido para la mayoría de los filósofos actuales ni mucho menos el único válido (Savater 1996).

En la ruta de Edgar Morin que se pregunta sobre las **thématas**, las ideas obsesivas que han guiado la investigación y la generación de conocimiento, toca dialogar con algunos de los actores del conocimiento de la comunicación y ver de dónde han procedido esos conocimientos, los contextos históricos y sociales donde se dieron, lo que hacen con nosotros y nosotros con ellos y si, pueden deben o merecen ser transformados (Morin 1998).

V. Las preguntas.

Algunas de las preguntas que se consideran pertinentes para el diálogo, pueden ser:

- ¿Cuáles han sido los contextos históricos y sociales para generar un conocimiento de la comunicación en el país?
- ¿Cómo se establecieron en las prácticas educativas?
- ¿De dónde han procedido los conocimientos a partir de los cuales se ha pensado y generado conocimiento de la comunicación?
- ¿Qué realidades comunicacionales se han privilegiado, se han hecho visibles en el campo académico de la comunicación? ¿Por qué?
- ¿Es un conocimiento acabado? ¿Qué elementos de su historicidad deben ser considerados en el contexto actual y la visualización posible del futuro?
- Ante el contexto actual, ¿cómo concebir a la comunicación?

Héctor Gómez Vargas
 Universidad Iberoamericana Leon
 Octubre 2001

Bibliografía.

BECK, Ulrich (1998). **¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización**. Barcelona, Editorial Paidós.
 GALINDO, Jesús (1997). "Fronteras de la comunicación. Preguntas y comentarios", en: <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

- HAWTHORN, Geoffrey (1995). **Mundos plausibles, mundos alternativos**. Londres, Cambridge University Press.
- LUHMANN, Niklas (1998). **Teoría de los Sistemas Sociales (artículos)**. México, Universidad Iberoamericana-ITESO.
- MORIN, Edgar (1998). **Mis demonios**. Barcelona, Editorial Kairós.
- MORIN, Edgar (1992). "Un pensamiento para un mundo débil", en **Estudios**. ITAM, No. 29, verano.
- MORIN, Edgar (1992^a). **El método. Las ideas**. Madrid, Editorial Cátedra.
- ROLDAN Castro, Ismael (1999). **Caos y comunicación. La teoría del caos y la comunicación humana**. Sevilla, Edición y Comunicación.
- NAVARRO, Pablo (1996). "El fenómeno de la complejidad social humana". Ponencia presentada en el Doctorado Interdisciplinar en Sistemas Complejos, Facultad de Informática de la UPV, San Sebastián, España. En: <http://www.netcom.es/pnavarro/Publicaciones/ComplejidadSocial.html>
- ORTIZ, Renato (1999). "Ciencias sociales, globalización y paradigmas", en Reguillo, R. y Fuentes, R. (coords.), **Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones desde la cultura**. México, ITESO.
- ROBERTSON, Roland y Garret, William (1991). "Religion and Globalization: an introduction", en Robertson, R. Y Garret, W. (eds.), **Religion and global order**. New York, Parangon House Publixhers.
- SINCLAIRE, John (2000). **Televisión: comunicación global y regionalización**. Barcelona, Editorial Gedisa.
- SAVATER, Fernando (1996). **Diccionario Filosófico**. México, Editorial Planeta.
- SFEZ, Lucien (1995). **Crítica de la comunicación**. Buenos Aires, Editorial Amorrourtu.
- VARELA, Francisco (2000). "El círculo creativo. Esbozo históriconatural de la reflexividad", en Watzlawick y Et. Al., **La realidad inventada. ¿Cómo sabemos lo que creemos saber?** Barcelona, Editorial Gedisa.
- WALLERSTEIN, Immanuel (1998). **Impensar las ciencias sociales**. México, UNAM-Editorial Siglo XXI.

LA TELEVISIÓN COMO OBJETO DE INVESTIGACIÓN.

Explorando una nueva era de construcción social.

Jesús Galindo Cáceres

<http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

Grupo de Acción en Cultura de Investigación.

<http://www.geocities.com/diplotecnicas/diplomado.htm>

PRESENTACIÓN.

La televisión es el gran misterio de nuestra época. Vivimos con ella desde hace cincuenta años y aún no entendemos lo que significa para nuestras vidas. Tenemos una idea práctica cotidiana de su uso, existe un conocimiento pragmático de su importancia y ventaja para el mercado, el comercio, la publicidad y la propaganda. Pero el espacio conceptual para su comprensión cabal está abierto. A lo largo de décadas algunos de los mejores pensadores de nuestro tiempo le han dedicado un momento de su talento, otros han evadido el bulto, la responsabilidad de enjuiciar lo colosal e impresionante. Tenemos una colección de lugares comunes sobre el sentido y la ubicación desde lo simple y lo complicado. Ha sido un objeto de mirada crítica, eso es indudable. Pero seguimos sin tener un argumento para vincularla con fondos y formas filosóficas y de sabiduría coloquial. La televisión está entre nosotros, pero su presencia es en cierto modo invisible, tan común como el techo de la casa o la puerta de entrada. Ha estado construyendo la vida colectiva de más de la mitad del planeta, o colaborando en ello, y necesitamos saber cómo lo hace, en que nos transforma. La historia que sigue es una aportación a este curso de acontecimientos y visiones.

I. Dimensiones de un programa de investigación.

1. Lo Configurado. El gran contexto socio-cultural.

En un curso posible metodológico lo primero que aparece cuando observamos un fenómeno es el contexto. La pregunta primera es sobre el marco de circunstancias y situaciones donde se desenvuelve. En el caso de la televisión el problema que aparece es de gran tamaño pues el contexto coincide con el propio espacio social en toda su amplitud. Quizás si el interés fuera sobre algún aspecto del fenómeno televisivo el contexto podría ser menor, pero si la mirada se dirige a todo el fenómeno a lo largo de la historia, las coordenadas tiempo-espaciales requieren una matriz que cubra a la totalidad social, es decir, a todo el mundo social sin excepción. Este fondo de la empresa de investigación sobre la televisión necesita coordenadas de grueso calibre, pero también un marco selectivo que de prioridad a unos elementos contextuales respecto a otros.

Lo configurado tiene una connotación más espacial que temporal, se construye sobre una escala de tiempo mayor a la situación que habrá que analizarse. De ahí que mirado el contexto desde la situación a observar parece casi inmóvil, o moviéndose a un ritmo menor, dentro de una dimensión del metabolismo social más lenta. De ahí que algunos nombren a este telón con categorías de la historia respecto a lo social, señalando con esto la diferencia de escala y su utilidad. En el caso de la televisión, y de la televisión mexicana en particular, ese contexto necesita enmarcar y fijar el gran proceso

constructivo del siglo veinte, en particular de la post-revolución, de los años treinta y cuarenta hacia acá. La televisión surge en los cincuenta, dentro del contexto de modernización del país, dentro del proceso de industrialización de aquellos años. Y después acompaña a la historia social por cincuenta años, pasando de ser un elemento participe del gran proceso a ser un protagonista central.

Lo configurado aparece en el caso mexicano asociado al centralismo de la Ciudad de México, unido a la urbanización material y mental del país, y al pacto entre la sociedad política emanada de la revolución y la elite económica emergente y antecedente. Se necesitan entonces los trazos de este cuadro a lo largo de por lo menos setenta años para ubicar al fenómeno televisivo en él. La parte industrial del asunto es importante, está llena de visión y oportunidad. Pero los contenidos también son claves. Al tiempo que aparecen las condiciones para que exista el sistema tele-tecnológico, también aparecen las formaciones ideológicas y discursivas que lo impulsan y le dan curso a la producción de programas y mensajes televisivos.

Lo moderno como sistema ideológico-discursivo, lo nacionalista, el consumo, lo urbano, son algunas de las formaciones que entran en juego en este curso de acontecimientos. El televidente también es un ciudadano, un creyente, un ser simbólico, que se encuentra con una propuesta económico-política-cultural que se parece a la propia pero también es distinta y agresiva. En esta negociación se formará el nuevo mexicano a partir de los cincuenta, y en particular el mexicano de la Ciudad de México, que estará en una situación privilegiada respecto al resto del país, pero también en una posición de mayor

permeabilidad a los nuevos mensajes que verá y escuchará en forma cotidiana durante las siguientes décadas.

2. La configuración. El mundo de la vida cotidiana.

El gran objeto de estudio de la televisión como fenómeno social-cultural es la vida cotidiana. Ahí es donde se observa lo que ha sucedido con el mundo a partir de la presencia del fenómeno televisivo. Lo cotidiano es el referente concreto de la mirada que investiga, el marco situacional donde se mueve la vida desde la escala de los actores concretos. Es el escenario en el que se verifica el movimiento, el cambio, en el mundo de la gente común mayoritaria, en el contexto de aquellas grandes coordenadas de la modernización, la urbanización y la conformación de un estado nacional.

El corazón de la vida cotidiana no tiene muchos lugares donde latir, la vida de la gente se mueve entre trabajar, comer y dormir. Entre estas actividades básicas se escenifican otras de igual o mayor importancia, las erótico-lúdicas, las de la salud y el cuidado del cuerpo, las de información y conocimiento, las de comunicación y comunión. El nicho donde todo esto adquiere orden y organización como sistema es la figura de la casa-hogar-familia. Y es también donde la televisión tiene su lugar de mayor importancia, ahí entra en contacto con gente de todas edades, sobre todo los niños, y de todo género, sobre todo papá y mamá. Y lo más interesante es como televisión y familia forman parte de un solo sistema de relaciones en una gran parte de la población mexicana, y en la Ciudad de México en particular.

La televisión acompaña a la vida familiar a lo largo del día y de la semana, ordena el tiempo libre, interviene en la distribución de los objetos, adquiere una presencia jerárquica en la sala, el comedor, la cocina y el dormitorio. El tiempo espacio de la vida familiar tiene en el aparato de televisión y en la programación televisiva a dos elementos sustantivos de su composición y organización. Un proceso de investigación sobre la televisión necesita tomar como ejes de su estrategia estos componentes. El nicho casa-familia es central para la vida social general, y dentro de el como sistema la televisión ocupa un lugar importante, protagónico, participante,

La casa también es el centro de la dimensión afectiva de la vida social. Ahí aprendes a querer y ser querido, o a lo contrario, y la televisión vuelve a ser parte de la configuración. Entre lo que sucede en la pantalla y lo que sucede fuera de ella hay un correlato que se manifiesta en rating, horarios estelares, estereotipos de éxito y fracaso, de amor y desamor, de soledad y vida comunitaria, de lo que es ser hombre o mujer, adulto o niño, joven, nacional o no, ciudadano o criminal , y otros muchos elementos componentes de lo que puede ser. La televisión es la gran proveedora de representaciones sociales, las cuales se van ajustando con el tiempo, adaptando, adoptando. Pero aún dentro del perfil de un comportamiento normativo y valorativo estándar dictado por la tele, también tiene espacio para lo excéntrico, lo novedoso, la moda y la innovación. Todo sucede mientras la gente está en su casa mirando a la pantalla.

En este asunto habría dos dimensiones que ordenar, la que conecta a la televisión con el orden de la vida diaria, en la construcción desde y en el ámbito de lo doméstico, y la que conecta a la televisión con el imaginario, el

objeto del deseo de los televidentes. Ante la pantalla aprendes a desear, pero también realizas tu deseo en forma imaginaria.

3. Lo configurante. La energía creadora de la vida socio-cultural. La recepción.

Hasta aquí el programa metodológico ha señalado el objeto y el contexto. Por una parte el escenario de la vida cotidiana en su nicho primordial de lo doméstico, y por otra parte el gran contexto de la vida socio-cultural en un marco histórico que le da sentido y lo condiciona. Observar lo que sucede en lo concreto situacional, y darle sentido en los contextos generales, parecería ser un curso de operaciones sensato, pero no es suficiente. Para completar el modelo hace falta algo que vaya más allá de las relaciones formales posibles entre lo micro y lo macro, entre la observación particular y el mapa conceptual de lo general. Se requiere una apuesta a la parte constructiva del proceso. Cómo es que todo aquello se verifica, esa es la pregunta, y la respuesta metodológica es una apuesta hipotética sobre la recepción, sobre lo que sucede en el momento de la recepción, sobre la construcción del sujeto.

Así como en el contexto tenemos un énfasis en el espacio, una perspectiva que nos lleva a imágenes e ideas más o menos fijas por la escala en que se configuran, y la finalidad con que se construyen, aquí el énfasis es en el tiempo, en el proceso de cambio en la subjetividad, en el metabolismo del movimiento de los marcos de la percepción, en la parte procesual del fenómeno. Todo esto cabe dentro de una hipótesis sobre el concepto de

recepción, sobre lo que acontece cuando las formas discursivas de los mensajes televisivos y las formas discursivas de los televidentes se encuentran y reorganizan el campo discursivo general.

Cuando los televidentes están mirando la televisión pueden suceder varios escenarios.-

Primero. El televidente está siendo construido por el discurso que está percibiendo. Lo que ve y escucha se incorpora a su esquema de percepción, que en consecuencia se reprograma.

Segundo. El televidente está participando en el proceso de reprogramación de su esquema de percepción, atiende lo que ve y escucha y en consecuencia selecciona y reordena según criterios que le son propios a su persona, a su forma familiar y social.

Tercero. El televidente está observando y reorganizando en su interior asuntos de todo orden relacionados o no con el mensaje televisivo, con lo cual la televisión sólo es un detonador de trabajo mental, un estimulante para reorganizar el programa de percepción asociado más al propio contexto del televidente que al del mensaje.

Entre la creación del tercer escenario, la apropiación del segundo y la sumisión del primero, existen variantes situacionales que sólo la observación, la reflexión y la comunicación permiten aclarar. De hecho los tres escenarios se verifican en la recepción, incluso en un mismo momento en forma compleja. De ahí que la investigación tenga que trabajar con tendencias y con variables asociadas que marquen énfasis y coyunturas. Lo que sucede en la recepción es complejo, la participación de diversos niveles de contextualización así lo muestran. Cada situación es única, cada televidente

también, pero hay corrientes de composición y construcción sociales que pueden ser identificadas. El mundo de la recepción es móvil y múltiple, pero puede ordenarse en formas colectivas comunes reiteradas. El sujeto colectivo existe.

II. Elementos de un programa metodológico de investigación.

4. Primera Fase. Sistemas de información sobre lo configurado.

En una primera fase el trabajo de investigación se concentra en el marco de lo configurado. El gran molde social necesita de una matriz de representaciones para ubicar al fenómeno de la recepción en los hogares. En cincuenta años de televisión mexicana un país se movió, se colapso varias veces, resurgió. La primera tarea es construir las coordenadas de ese gran proceso nacional en su contexto mundial.

Esta primera operación requiere de una mirada socio-histórica. La matriz se organizará en grandes dimensiones, por ejemplo la económica, la política y la cultural. Este trío ha sido tradicional para representar en mapas sintéticos a las formaciones sociales a gran escala. En la dimensión económica serán presentados los datos que muestren el movimiento del país desde una matriz macroeconómica, como lo hace un secretario de Hacienda. Deben aparecer con claridad los actores básicos de la acción en los sectores elementales, el primario, el industrial, el comercial y el de información. En lo político se ubicará la información sobre movimientos sociales y figuras de la institucionalidad, como los poderes constitucionales y los partidos políticos.

En lo cultural la matriz representa a las grandes fuerzas constructivas de lo simbólico, como las iglesias y la religión, la secretaría de educación y la gestión pública, y los medios de difusión masiva, entre ellos la televisión. Esta información aparecerá por décadas y por periodos de cinco en cinco años, para dividir a los cincuenta años en diez y veinte partes respectivamente. Para cada parte serán seleccionados los acontecimientos principales, así como sus personajes, acciones y conflictos. La idea es hacer una representación de campo de las principales fuerzas de cada dimensión y sus relaciones fundamentales, con el resultado de una viñeta por cada etapa reconstruida.

Este gran esquema de representación del país, se contextualizar a su vez por el marco internacional correspondiente, así como por los antecedentes que marcan las trayectorias de las tres grandes dimensiones desde principios de siglo, de la revolución para acá. Paralela a esta tarea de síntesis de lo que otros han hecho para describir y comprender al país, se requiere otra gran tarea específica del medio, la televisión.

La televisión tiene su propia historia en estos cincuenta años. Una trayectoria que se mueve por lo menos en dos aspectos, el que se refiere a la parte industrial-económica, y el que se refiere a la parte industrial-cultural. En la primera se necesita información sobre lo que ha significado como empresa, como capital económico, en lo referente a la producción de televisores y la infraestructura para difusión tecnológica, y en lo referente al emisor y su infraestructura y organización empresarial para emitir. En la segunda, la industrial-cultural, se necesita la información sobre lo emitido, todo lo que ha sido la programación y contenido durante estas cinco décadas.

Toda esta información sobre la televisión no está tan concentrada y evidente como la del país en general. El trabajo se torna entonces en una labor de archivo. Como auténticos historiadores, los investigadores tendrán que sumergirse en los centros de documentación existentes para mirar desplegada toda esa información, para después ensayar formas sintéticas de clasificación y organización. Todo esto lo llevarán a cabo con una lógica de sistemas de información. De ahí que la organización en diez y veinte partes para el marco contextual nacional sea la misma forma que ordena la información sobre la televisión. De esta matriz sistemática surgirán elementos de relación y asociación para construir muchas hipótesis de trabajo posteriores.

Al moverse esta primera fase de la investigación en la dimensión de lo configurado, la guía metodológica de organización conceptual a partir de nociones de modernidad y urbanización es clave. La parte conceptual del trabajo guía a la parte operativa sobre análisis y síntesis de información. El mapa categorial que desglosa lo que se entiende por modernidad y urbanización en México requiere todo el tiempo que sea necesario. En el se contará con los elementos y argumentos para decidir y enjuiciar los esquemas descriptivos sobre el desenvolvimiento del país y de la televisión . Muchas de las propuestas existentes no trabajan a partir de marcos empíricos sobre lo nacional, sobre México, de ahí que se requieren ajustes y adaptaciones, al tiempo que propuestas y riesgos, para conceptualizar lo que aquí ha sucedido bajo la forma de lo moderno y lo urbano. Este es un componente de todo el trabajo que puede cerrarlo o abrirlo a críticas y reconfiguraciones posteriores.

Así pues, en esta primera fase se construye una gran matriz de un sistema de información que describe que ha sido México en los últimos cincuenta

años, que ha sido la ciudad de México en particular, junto con otro sistema de información sobre el desarrollo de la televisión como fenómeno industrial económico y cultural, todo guiado por un marco conceptual sobre la modernidad y la urbanización como fenómenos económicos, políticos y culturales.

5. Segunda Fase. Sistemas de información sobre la configuración.

Esta es la fase de trabajo de contacto directo con los actores sociales. Aquí se observará lo que ha sucedido con los televidentes a lo largo de estos cincuenta años de teleaudiencia. La base del trabajo es una combinación entre entrevista etnográfica, historia de vida y observación etnográfica. Los televidentes serán entrevistados, su pasado será reconstruido, su presente será registrado, y sus aspiraciones también.

El mundo doméstico ha sido intervenido por la televisión, desde su llegada las situaciones familiares han cambiado en un antes y un después y en un durante. La única forma de tener acceso a este proceso es a través de la reconstrucción de lo acontecido. Para ello se requiere la aplicación de una tecnología adecuada a la reconstrucción, la historia de vida. En este caso aplicada en dos partes. En la primera se obtiene una visión general de la vida del televidente y su familia, en la segunda una visión particular de su vida como televidente. El protocolo de la entrevista supone una guía construida sobre una base etnográfica, complementada por una visión historiográfica, obteniendo con esto un esquema de construcción de un sistema de

información sobre la vida en trayectoria y en etapas, hasta llegar al momento presente y las proyecciones hacia el futuro.

El trabajo de campo supone la premisa de la combinación entre criterios antropológicos y sociológicos. Los informantes son considerados como miembros de una especie, por tanto comparten con su especie una serie de características, al entrar en contacto con un informante también se entra en contacto con el grupo al que representa. El partir de esta premisa supone dos tareas antes de la ejecución de la tecnología historia de vida. Por una parte la construcción de una sociografía del espacio social por representar, por ejemplo la Ciudad de México, en particular la zona sur, y más en particular la Delegación de Coyoacán. Y por otra la decisión de cual familia será la seleccionada por sus rasgos sociográficos de representación.

La Delegación de Coyoacán es una decisión pertinente bajo un criterio fundamental, es la zona con mayor movimiento cultural de la ciudad y del país. Observar el fenómeno de la televisión en una región tan cultural puede proporcionar premisas interesante, faltaría por supuesto complementar el estudio con regiones complementarias en composición. La decisión sobre las familias y los informantes parte de la sociografía de la región. Posee una composición demográfico-social mixta, por una parte sectores medios y altos, por otra sectores populares. La historia de la Delegación en estos cincuenta años la caracteriza por un perfil más hacia sectores medios, con una composición popular compuesta por asentamientos que vienen desde principios de siglo y otros que se fueron formando en el periodo que aquí interesa. Lo más conveniente sería tener representaciones de todos, tomando en cuenta el estrato socio-económico y la antigüedad del asentamiento. Una

vez hecho esto lo que sigue es seleccionar a las familias de esta matriz territorial-histórica. Una familia por cada sector, hasta completar una batería de informantes por edad, sexo y sector . Lo importante es tener un marco de comparación entre informantes, ya sea por sector, por edad o por sexo. La guía analítica permitirá sacar mucho provecho de las diferencias y semejanzas que se obtendrán.

Una vez decididos los informantes lo que sigue es preparar las sesiones de entrevista con el protocolo de historia de vida enriquecido. El contacto con las familias es muy importante, se deben crear las condiciones para que la entrevista grabada se mueva dentro de los límites del protocolo propuesto. Si esto sucede el relato será de cualquier manera espontáneo, pero dentro de la forma propuesta por el investigador. La entrevista se lleva a cabo en tres partes, la primera para la historia general de la familia y el informante, la segunda para la historia como televidentes, y la tercera para completar información de la guía a priori construida con criterios etnográficos e historiográficos de construcción del tiempo y el espacio sociales.

De acuerdo a la guía conceptual de la modernidad y lo urbano, el concepto que se estará explorando en la situación de campo con los televidentes será el de estilo de vida. Lo que nuestra época marca como diferencia de otras, lo que la ciudad de México marca con relación a otras, es el estilo de vida. Este se manifiesta en la forma de construir las situaciones en las que se interviene. Este marco situacional se configura en los espacios sociales de la vida pública y privada, y en nuestra hipótesis en forma privilegiada y básica en la casa-hogar-familia. Será el ámbito doméstico el que será explorado y descrito en referencia al estilo de vida. La gente es la forma en que vive, los

comportamientos que ejecuta, los objetos que compra y que desea, las mercancías que consume, los rituales en que participa, los que le gusta y lo que le disgusta, por lo que lucha y por lo que disfruta. Y todo ello está conectado con el discurso de la televisión, ese analizado en la primera fase. La modernidad de un lado de la televisión está asociada con la modernidad del otro lado del aparato receptor. Ahí se verifica la construcción social de la vida contemporánea, en este encuentro entre formas de vida y de percepción, entre lo que la gente vive y lo que mira en la televisión.

6. Tercera Fase. El análisis de los sistemas de información.

En esta última fase de la investigación el trabajo se concentra en el análisis. Los sistemas de información han sido contruidos, desde el contexto hasta el texto, es decir la situación de recepción y el discurso que hace referencia a ella en forma descriptiva, reflexiva y reconstructiva. En el vértice de estos sistemas está la hipótesis constructiva. La recepción nombra un fenómeno de creación, apropiación y transcripción del discurso televisivo. Ahora lo que toca es tomar estos distintos sistemas de información y construir con ellos un modelo posible de representación sintética del fenómeno televisivo. Para empezar hay que analizar el texto de las entrevistas.

Las entrevistas son fenómenos de la vida en su continuo constructivo, fueron diseñadas para promover ciertas formas discursivas que representaran descripciones, narraciones y argumentos sobre el estilo de vida asociado a la recepción televisiva. Estas expresiones son grabadas y transcritas para facilitar su análisis. En este sentido pasan de expresiones discursivas a formas

textuales fijas. Por eso pueden ser trabajadas en su composición y organización narrativa y argumentativa. En toda expresión de una historia de vida existe un nivel individual único de composición y organización y un nivel social común, que comparte el informante con todos los miembros del grupo del cual forma parte. Al analizar el texto de la entrevista será este segundo nivel el pertinente, dejando el otro para otro tipo de ejercicio. Así pues del análisis derivará un sistema de información especial que representa al discurso social común, la parte sociológica de una de una entrevista individual.

Los análisis concretos que se aplican a los textos son el análisis de argumentación y el análisis narrativo. Con el primero se pretende construir representaciones de los mapas mentales de los informantes, y por tanto del discurso social común. Y con el segundo se busca construir la representación de los programas de vida, de las trayectorias vitales que guían el camino de los televidentes por la vida social. Estos dos objetos de conocimiento interactúan con el sistema de información construido sobre la programación televisiva y sus contenidos, que a su vez se relaciona con el discurso de representación de la modernidad y lo urbano del gran contexto social. De ahí sale la imagen final de la investigación. Se mostrará la relación entre la vida cotidiana del televidente y el movimiento macro social de las grandes formaciones discursivas constructoras del gran contexto social-histórico. Entre una dimensión y otra habrá coincidencias y distancias, las que existen entre la vida de la gente común y el gran proceso constructivo macro. Ambas son parte de la misma totalidad, pero separadas analíticamente para visualizar sus relaciones, sus afectaciones, sus contradicciones.

El análisis de argumentación se mueve dentro de la configuración espacial del discurso, fija el proceso constructivo social y lo esquematiza en un momento. En este sentido se configura analíticamente en el orden del contexto socio-histórico. El mapa mental del informante-grupo de referencia está en una escala de tiempo macro, es el orden de los valores y los objetos valorados más allá de lo situacional particular, es el esquema de valores que representa lo que la gente desea, busca, guía su vida. El método identifica los objetos y juicios de valor sobre esos objetos. Con este catálogo se arma un gráfico que representa las jerarquías y las relaciones, mostrando lo que es más importante y lo que es menos en la percepción de la vida del informante-grupo de referencia.

En análisis narrativo trabaja sobre la configuración temporal del discurso, busca reconstruir las trayectorias de la vida de los televidentes. Con ellas se construyen posibles programas de vida, es decir secuencias de acontecimientos prescritos a priori que guían la vida de la gente. Estos programas de vida se sintetizan a partir de la obtención de las secuencias de vida concretas de la vida de la gente, y con ellas de las regularidades compartidas entre todos los informantes, para después regresar a las secuencias primeras reordenándolas en programas particulares por sector, generación y sexo.

Con los mapas mentales y con los programas de vida, se tienen los elementos para regresar a la hipótesis constructiva. La recepción será comprendida como un modelo de construcción social donde ciertos programas de vida y mapas perceptivos provenientes del discurso televisivo entran en contacto con otros programas y mapas provenientes de otros lugares sociales,

y se encuentran en los sujetos, que crean, se apropian o transcriben para seguir el impulso vital de continuar la vida social. Sabremos entonces en parte cual es el papel y jerarquía que la televisión tiene en todo este proceso.

III. Hacia la construcción de una guía conceptual-metodológica.

7. Necesidad de figuras conceptuales complejas y sencillas.

El asunto aquí es la puesta en revisión del trabajo de construcción conceptual cuando la televisión es estudiada. El trabajo de conceptualizar tiene dos momentos claves en un proceso de investigación, el punto de partida y el punto de llegada. En uno se necesita una visión que guíe las operaciones de composición y organización de la información en categorías de conocimiento. Esto quiere decir que se acude al sentido sintetizado hasta el momento de mirar de nuevo al mundo empírico y su complejidad. Por el otro lado está el momento de síntesis de conocimiento después del trabajo de construcción de los sistemas de información y el análisis de ellos. Aquí el investigador es un creador, un operador sobre el lenguaje y el significado que intenta abrir el sentido más allá de donde lo encontró . Esto sucede dentro de un curso de operaciones previstas por un programa metodológico.

En el caso del estudio de la televisión como un fenómeno psicológico social la complejidad está presente desde un inicio. El problema de principio es el de la composición y organización del espacio-tiempo del fenómeno. Las ciencias sociales tradicionales están acostumbradas a tratar con

acontecimientos que se verifican en un lugar durante un tiempo. Pero el caso de la televisión sólo cabe parcialmente en este enfoque. Si por una parte lo que sucede está aconteciendo en algún lugar, la empresa televisiva o la situación alrededor de la pantalla receptora, verlo así separa lo que está unido en otro sentido. La televisión reorganizó al tiempo y al espacio de otra forma. Antes el espacio era privilegiado en la conceptualización, el tiempo sólo unía espacios de configuración. Ahora el tiempo es factor no sólo como marcador del cambio, sino como configurador directo del acontecer. Esto necesita nuevas figuras conceptuales y principios constructivos.

El fenómeno es parte de la reflexión semiótica de la vida social. Cuando el efecto socializador se realiza en una situación espacial tradicional, la observación de lo que sucede está en la misma dimensión de lo observado, gente haciendo cosas. Pero en el caso de la televisión, hay un observador que está observando a gente observando algo que está presente en una pantalla, por una parte se presenta una acción de segundo orden, y por otra parte uno de los componentes es virtual. La metodología de investigación social no está a la altura del acontecimiento, puede dar cuenta de lo que sucede en cada caso, pero sólo parte por parte, para dar cuenta de la complejidad de lo que observa necesita incluir lo que sucede en la percepción y reflexión del televidente, y lo que sucede en el productor y difusor del mensaje. Todo esto es un objeto multidimensional que no conviene reducir sin asumir las implicaciones, pero por otra parte no es fácil proponer un modelo sencillo que lo aprecie en toda su complejidad.

La televisión es un objeto potencial de reorganización conceptual y metodológica de las ciencias sociales. Su complejidad exige formas de

aprehensión nuevas, su composición como manifestación evidente es más compleja, y su organización interna como fenómeno en todas sus dimensiones es tan compleja como los objetos tradicionales de las ciencias sociales más complejos, como la personalidad, la cultura, la religión.

8. El cambio y el movimiento en el contexto doméstico de la recepción.

Un segundo asunto, muy ligado al primero, es el metabolismo del cambio que está presente en el fenómeno televisivo. Antes, el espacio estaba privilegiado en la observación de lo social, porque las manifestaciones de los sistemas de información colectivos eran muy regulares, para nuestros ojos parecería que las cosas cambiaban poco y con lentitud. Pero ya no es así, ahora lo manifiesto es modificado en forma constante, lo que lleva a pensar que el movimiento se ha acelerado y que por tanto algo ha mutado en el fondo estructural de lo social. Así dicho parece que ya se identificó algo sustantivo, pero no. En efecto muchas partes del sistema social cambian a una velocidad mayor, pero eso no quiere decir que el sistema de información que las impulsa también haya cambiado, más bien es posible que sólo una parte de él haya mutado y el resto sea tan estable como antes. Y la variación temática podría continuar buscando otras hipótesis. Lo que queda claro es que el asunto no es sencillo ni está agotado.

Este contexto conceptual afecta la decisión metodológica de trabajar con el ámbito doméstico como privilegiado sobre otros, para estudiar la historia social de la recepción de la televisión a cincuenta años de su existencia. La apuesta es que de todo el espacio social en movimiento y emergencia, existe

un nicho que ha conservado a lo largo de cinco décadas cierta estabilidad y centralidad en la socialización colectiva, lo doméstico. Para que esto sea consistente se requiere reorganizar lo que se puede entender hoy por espacio-tiempo de lo doméstico. Se parte de la figura de la familia viviendo en una casa a lo largo de toda su vida, pero pronto se necesitan de otras imágenes, todas aquellas que puedan incluirse en un espacio-tiempo de socialización estable sólo en forma relativa, familiar sólo como una imagen amplia, casa en el sentido del ámbito al que se regresa y del cual se parte en forma cotidiana. Es decir, la definición es funcional, y el estereotipo desaparece.

Y por otra parte, lo doméstico como ámbito de lo privado en oposición a lo público también se modifica. Desde el momento en que entran la radio y la televisión a los espacios domésticos el dentro y afuera de la casa cambia. Nunca más será la casa familiar la imagen del castillo que separa y protege del exterior, en un sentido simbólico nunca ha estado tan dentro de lo privado lo exterior que cuando se mira una hora de televisión. Ahora resulta que el lugar privilegiado para formar ciudadanos, personalidades públicas es la casa, la sala de televisión. Y además aparece la imagen de que lo doméstico se define ahora no por el hogar, el lugar donde está el calor del fuego, la cocina, el alimento, sino por el aparato de televisión, el lugar donde está la tranquilidad de sentarse a descansar mirando al programa favorito. La televisión también define lo doméstico, pero eso ya no es lo que era, es otra cosa.

La imagen es la del cambio, nuevos escenarios, nuevas situaciones, nuevas configuraciones. Parece ser que el fenómeno televisivo permite a las ciencias sociales mirarse a sí mismas e identificar sus cualidades y limitaciones. Seguir mirando al mundo contemporáneo desde un programa conceptual del siglo

diecinueve puede ser útil para entender como esa época se ha continuado hasta nuestros días, pero no lo es para comprender todo lo nuevo que nuestro mundo tiene ahora y para lo cual no tenemos ni conceptos ni visiones suficientes. El reto es imaginar de nuevo y refundar el programa sociológico, y esto sucederá gracias a los problemas y preguntas que nos traen nuevos objetos de estudio como el fenómeno televisivo.

9. Complejidad y simplificación. El fenómeno televisivo como objeto emergente .

El esquema de la retórica aristotélica trasladado al mundo académico de la comunicación simplificó muchos problemas y preguntas, y en ese impulso cerró los programas conceptuales para la comprensión compleja. Cuando se presentan estudios sobre la televisión siempre está presente en alguna forma la imagen aquella del emisor, canal y receptor, la cual fue pensada y aplicada a sistemas físicos de transmisión de información, como el telégrafo. Son muchos los críticos que han señalado la limitación de esta imagen por la ausencia del mundo semiótico complejo de la significación, y la inexistencia de la presencia de los contextos sociales de significación. Pero el esquema aristotélico-telegráfico continua vigente en la mente de los investigadores, y por supuesto de sus lectores. La comunicación desde este marco está aún por descubrirse y explorarse de manera conceptual.

El caso de la televisión es un claro ejemplo de sobresimplificación de lo complejo. En una parte del fenómeno se observa que una empresa difunde mensajes y unos espectadores se exponen a ellos. Este es el primer nivel de

configuración. Para algunos esos es todo, y desde esa perspectiva se pueden sacar conclusiones, de hecho la investigación más común durante muchos años se ha movido en este nivel. Pero hay más. Un segundo nivel de configuración supone que algo vincula a emisores y receptores más allá del canal tele-tecnológico, esto supone contextos de implicación, lo que en apariencia está separado en una parte, está unido en otra, se trata de averiguar en que consiste ese vínculo que es lo que permite o no la vivencia en común de un mundo semiótico. Este es más interesante y ocupa cada vez más a investigadores académicos y comerciales. Pero aún hay más. Trabajando con lo más actual de la ciencia social se puede hacer la hipótesis de que todo el fenómeno es un gran campo de interacción de sistemas de información, donde unos compiten con otros por sobrevivir en la forma de vida social, la televisión es un agente de esos sistemas, y potencia a unos y debilita a otros. Pero existen otros agentes y el campo de la comunicación entre sistemas de información es grande, y para sobrevivir unos se unen a otros y otros someten a algunos. Este sería un tercer nivel de configuración.

Lo que sucede es que cada nivel es percibido y construido por distintos marcos conceptuales y programas metodológicos. No es lo mismo trabajar con conceptos como emisor y receptor, que con conceptos como sistema de información y sistema de comunicación. No es lo mismo aplicar encuestas de opinión, que elaborar programas metodológicos que combinan tecnologías, distributivas (como la encuesta), fenomenológicas (como la etnografía), hermeneúicas (como la semiótica), y estructural-reflexivas (como las historias de vida y los grupos de discusión). Las visiones complejas suponen estrategias complejas. Y así, la investigación se convierte en un oficio constructivo de nuevas visiones conceptuales y nuevos cursos operativos metodológicos y

tecnológicos. La televisión puede ser un objeto de estudio que permita observar todo esto e impulsar su desarrollo.

COMENTARIO PARA CERRAR UN TEXTO Y ABRIR UN DIÁLOGO.

El fenómeno televisivo permite pensar en la construcción de nuevos programas de investigación para las ciencias sociales. Lo primero que tocaría hacer es sistematizar la experiencia de investigación hasta hoy, apuntando las regularidades y las variaciones. De ese ejercicio podríamos aprender mucho. Pero al mismo tiempo es posible ensayar nuevas formas de aproximación y análisis. El mundo académico promueve estas actividades y las avala. Hay mucho trabajo por hacer en asuntos de orden conceptual y metodológico, se necesita oficio e imaginación. Estas tareas sólo pueden ser emprendidas en forma colectiva, en el encuentro de sistemas de información y sistemas de comunicación que los relacionen, dentro de sistemas de investigación públicos y publicitados.

Aquí se presentó un ejemplo de trabajo de investigación. Las guías que lo norman son varias, por una parte la construcción de sistemas de información para distintas dimensiones del objeto, y por otra la aplicación de instrumentos de elaboración de información desde una perspectiva constructiva reflexivo-discursiva, ensayando conceptos en un análisis semiótico-discursivo. El programa se ubicaría en lo que aquí se nombró como segundo nivel de configuración de la complejidad del fenómeno televisivo. Así que en ese

sentido da un paso adelante en ambición respecto a los estudios tradicionales a base de encuestas, pero está por debajo de los más ambiciosos desde una lógica cibernética y cognitiva. Un granito de arena para la playa académica.

Jesús Galindo Cáceres.

Grupo de Acción en Cultura de Investigación.

Vallejo, Junio de 2001.

BIBLIOGRAFÍA.-

ADAMS, Richard N.

1978 La red de la expansión humana. Ediciones de la casa chata, México.

ADAMS, James

1999 La próxima guerra mundial. Granica, Buenos Aires.

ANDERSON, Ralph E. e Irl Carter

1994 La conducta humana en el medio social. Editorial Gedisa, Barcelona.

ANVERRE, Ari et al

1982 Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego. Fondo de cultura económica y UNESCO, México

ATTALI, Jacques

1999 Diccionario del siglo XXI. Paidós, Barcelona.

AZÍZ, Alberto

1982 El análisis del discurso: oficio de artesanos. Cuadernos de la casa chata, México.

BARRET, Edward y Marie Redmon (compiladores)

1997 Medios contextuales en la práctica cultural. La construcción social del conocimiento. Paidós, Barcelona.

- BARRETT, Neil
1998 El estado de la cibernación. Ediciones Flor del viento, Barcelona.
- BARTOLOMÉ Cresco, Donaciano (coordinador)
1991 Estudios sobre tecnologías de la información. Editorial Sanz y Torres, Madrid.
- BATESON, G. Y J. Ruesch
1984 Comunicación. Paidós, Barcelona.
- BELL, Daniel
1994 El advenimiento de la sociedad post-industrial. Alianza universidad, Madrid.
- BERGER, Peter y Thomas Luckmann
1979 La construcción social de la realidad. Amorrortu, Buenos Aires.
- BETTIN, Gianfranco
1982 Los sociólogos de la ciudad. Gustavo Gili, Barcelona.
- BOHM, David
1997 Sobre el diálogo. Kairós, Barcelona.
- BOSERUP, Ester
1983 Población y cambio tecnológico. Crítica, Barcelona.
- BRETON, Philippe y Serge Proulx
1990 La explosión de la comunicación. Ediciones civilización, Barcelona.
- BRUNER, Jerome
1988 Realidad mental y mundos posibles. Gedisa, Barcelona.
- BRYANT, Jennings y Dolf Zillmann (compiladores)
1996 Los efectos de los medios de comunicación. Paidós, Barcelona.
- BUCKLEY, Walter
1977 La sociología y la teoría moderna de los sistemas. Amorrortu, Buenos Aires.
- CARDWELL, Donald
1996 Historia de la tecnología. Alianza universidad, Madrid.
- CASTELLS, Manuel
1999 La era de la información. La sociedad red, vol. 1, Siglo veintiuno editores, México.
- CEBRIAN, Juan Luis.
1998 La red. Taurus, Madrid.
- COSIO VILLEGAS, Daniel (coordinador)
1981 Historia general de México. El colegio de México, México.
- COULON, Alain
1988 La etnometodología. Cátedra, Barcelona.

- CURRAN, James et al.
1981 Sociedad y comunicación de masas. Fondo de cultura económica, México.
- CURRAN, James , David Morley y Valerie Walkerdine (coordinadores)
1998 Estudios culturales y comunicación. Paidós, Barcelona.
- CHARTIER, Roger
1992 El mundo como representación. Gedisa, Barcelona.
- DABAS, Elina y Denise Najmanovich (compiladoras)
1995 Redes. El lenguaje de los vínculos. Paidós, Buenos Aires.
- DANTO, Arthur C.
1989 Historia y narración. Paidós, Barcelona.
- DAVARA Rodríguez, Miguel Angel
1999 De las autopistas de la información a la sociedad virtual. Aranzadi editorial, Navarra.
- DAYAN, Daniel (compilador)
1996 En busca del público. Gedisa, Barcelona.
- DE BONO, Edward
1994 El pensamiento creativo. Paidós, México.
- DE CERTEAU, Michel
1984 La escritura de la historia. Universidad Iberoamericana, México.
- DELGADO, Juan Manuel y Juan Gutierrez (coordinadores)
1994 Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales. Editorial Síntesis, Madrid.
- DERTOUZOS, Michael
1997 Qué será. Cómo cambiará nuestras vidas el nuevo mundo de la informática. Planeta, México.
- DE KERCKHOVE, Derrick
1998 Inteligencias en conexión. Gedisa, Barcelona.
- DE SOLA POOL, Ilthiel
1993 Tecnología sin fronteras. Fondo de cultura económica, México.
- DOMÉNECH, Miquel y Francisco Javier Tirado (compiladores)
1999 Sociología simétrica. Editorial Trotta, Madrid.
- DORMIDO Bencomo, Sebastián et al.
1995 Sociedad y nuevas tecnologías. Editorial Trotta, Madrid.
- DRUCKER, Peter F.
1990 Las nuevas realidades. Editorial Hermes. México.
- DEUTSCH, Karl W.
1971 Los nervios del gobierno. Paidós, Buenos Aires.
- ECO, Humberto
1978 Tratado de Semiótica general. Nueva Imagen-Lumen, México.

- ELSTER, Jon
1990 Tuercas y tornillos. Una introducción a los conceptos básicos de las ciencias sociales. Editorial Gedisa, Barcelona.
- FERRY, Jean –Marc et al.
1995 El nuevo espacio público. Gedisa, Barcelona.
- FORD, Anibal
1994 Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis. Amorrortu editores, Buenos Aires.
- FORESTER, Tom
1991 Sociedad de alta tecnología. Siglo veintiuno editores, México.
- FOSSAERT, Robert
1994 El mundo en el siglo XXI. Siglo veintiuno, México.
- FRIED Shnitman, Dora (editora)
1994 Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad. Paidós, México.
- GALINDO Cáceres, Jesús
1995 Política, cultura y comunicación. Universidad Iberoamericana-León, León.
- GALINDO Cáceres , Luis Jesús (coordinador)
1998 Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. CNCA-Addison Wesley Longman, México.
- GARCIA-NOBLEJAS, Juan José
1996 Comunicación y mundos posibles. EUNSA, Pamplona.
- GARCIA, Rolando
2000 El conocimiento en construcción. Gedisa, Barcelona.
- GERGEN, Kenneth J.
1995 Realidades y relaciones. Aproximaciones a la construcción social. Editorial Paidós, Barcelona.
- GIDDENS, Anthony et al.
1992 La teoría social, hoy. CNCA-Alianza editorial, México.
- GIMÉNEZ, Gilberto
1981 Poder, estado y discurso. UNAM, México.
- GOETHALS, Gregor T.
1985 El ritual de la televisión. Fondo de cultura económica, México.
- GONZALEZ, Jorge A. y Ma. Guadalupe Chávez
1996 La cultura en México. Cifras clave. CNCA-Universidad de Colima, México.

- GONZALEZ Requena, Jesús
1988 El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad. Cátedra, Madrid.
- GRANDI, Roberto
1996 Texto y contexto en los medios de comunicación. Bosch comunicación, Barcelona.
- GREIMAS, A. J.
1983 La Semiótica del texto. Paidós, Buenos Aires.
- HAMEL, Rainer Enrique
1983 Análisis Conversacional. CIESAS, México.
- HARRIS, Marvin
1978 El desarrollo de la teoría antropológica. Siglo XXI España, Madrid.
- HAWTHORN, Geoffrey
1997 Mundos plausibles, mundos alternativos. Cambridge University press, Cambridge.
- HEILBRONE, Robert
1995 Visiones del futuro. Paidós, Barcelona.
- IBÁÑEZ, Jesús
1993 El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden. Siglo veintiuno de España editores, Madrid.
- IBÁÑEZ, Tomás
1994 Psicología social constructivista. Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- JAMESON, Frederic
1996 Teoría de la postmodernidad. Editorial Trotta, Madrid.
- JAQUES, E.
1982 La forma del tiempo. Paidós, Buenos Aires.
- JENSEN, K. B. y N. W. Jankowski (editores)
1993 Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas. Bosch, Barcelona.
- JOYANES, Luis
1997 Cibersociedad. Los retos sociales ante un mundo digital. McGraw Hill, Madrid.
- KLAPPER, J. T.
1974 Efectos de las comunicaciones de masas. Aguilar, Madrid.
- KOSELLECK, Reinhart
1994 Futuro pasado. Para una semántica de los tiempos históricos. Paidós, Barcelona.

- LAMO DE ESPINOSA, Emilio
1990 La sociedad reflexiva. Sujeto y objeto del conocimiento sociológico. CIS y siglo veintiuno España, Madrid.
- LANDOW, George P. (compilador)
1998 Teoría del hipertexto. Paidós, Barcelona.
- LANDOWSKI, Eric
1995 La sociedad figurada. Ensayos de sociosemiótica. Fondo de cultura económica y Universidad Autónoma de Puebla, México.
- LASH, Scott y John Urry
1999 Economías de signos y espacio. Amorrortu editores .Buenos Aires.
- LASZLO, Ervin
1998 El cosmos creativo. Kairós, Barcelona.
- LE GOFF, J., R. Chartier y J. Revel (dirección)
1988 La nueva historia. Diccionario del saber moderno. Mensajero, Bilbao.
- LEWIN, Roger
1996 Complejidad. El caos como generador de orden. Tusquets, Barcelona.
- LIPOVETSKY, Giles
1993 La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Anagrama, Barcelona.
- LOTMAN, Yuri M.
1999 Cultura y explosión. Gedisa, Barcelona.
- LUCAS Marín, Antonio
2000 La nueva sociedad de la información. Editorial Trotta, Madrid.
- LUHMANN, Niklas
1999 Organización y decisión. Autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo. Anthropos-UIA, Barcelona.
- MACBRIDE, Sean
1980 Un solo mundo, voces múltiples. Fondo de cultura económica-UNESCO, México.
- MAFFESOLI, Michel
1990 El tiempo de las tribus. Icaria, Barcelona.
- MAINGUENAU, D.
1981 Introducción a los métodos de análisis del discurso. Hachette, Buenos Aires.
- MANDELROT, Benoit
1996 Los objetos fractales. Tusquets, Barcelona.

- MATURANA R. Humberto
1997 La realidad: ¿objetiva o construida?. Anthropos-UIA-ITESO, Barcelona.
- MCLUHAN, Marshall y B.R: Powers
1991 La aldea global. Editorial Gedisa, México.
- MEAD, George Herbert
1968 Espíritu, persona y sociedad. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- MIER, Raymundo
1984 Introducción al análisis de textos. Terra nova-UAM-X, México.
- MORIN, Edgar
1998 Introducción al pensamiento complejo. Gedisa, Barcelona.
- MORLEY, David
1997 Televisión, audiencias y estudios culturales. Amorrortu, Buenos Aires.
- MORRIS, Charles
1962 Signos, lenguaje y conducta. Losada, Buenos Aires.
- MUÑOZ, Jacob y Julián Velarde (editores)
2000 Compendio de Epistemología. Editorial Trotta, Madrid.
- MUÑOZ Machado, Santiago
2001 La regulación de la red. Poder y derecho en Internet. Editorial taurus, Madrid.
- NAVARRO, Pablo
1994 El holograma social. Una ontología de la socialidad humana. Siglo XXI editores, Madrid.
- NEGROPONTE, Nicholas
1994 Ser digital. Atlántida-Océano, México.
- NICOLIS, Grégoire e Ilya Prigogine
1994 La estructura de lo complejo. Alianza universidad, Madrid.
- NORA, Dominique
1998 La conquista del ciberespacio. Editorial Andrés Bello, Barcelona.
- OROZCO Gómez, Guillermo
1994 Televisión y producción de significados. Universidad de Guadalajara, Guadalajara.
- O'SULLIVAN, Tim et al.
1997 Conceptos clave en comunicación y estudios culturales. Amorrortu editores, Buenos Aires.
- PACEY, Arnold
1989 La cultura de la tecnología. Fondo de cultura económica, México.

- PAEZ, Darío et al.
1992 Teoría y método en psicología social. Anthopos, Barcelona.
- PAKMAN, Marcelo (Compilador)
1999 Construcciones de la experiencia humana. Gedisa, Barcelona.
- PEIRCE, Charles S.
1988 El hombre, un signo. Crítica, Barcelona.
- PERELMAN, CH. y L. Olbrechts-Tyteca
1989 Tratado de la argumentación. Gredos, Madrid.
- PICO, Joseph (compilador)
1988 Modernidad y postmodernidad. Alianza editorial, Madrid.
- PIÑUEL Raigada, José Luis y Juan Antonio Gaitán
1995 Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social. Síntesis, Madrid.
- PISCITELLI, Alejandro
1995 Ciberculturas. En la era de las máquinas inteligentes. Paidós, Barcelona.
- PIZARRO, Narciso
1998 Tratado de metodología de las ciencias sociales. Siglo veintiuno España, Madrid.
- PRIGOGINE, Ilya
1992 ¿Tan sólo una ilusión?. Una exploración del caos al orden. Tusquets, Barcelona.
- QUEAU, Philippe
1995 Lo virtual. Virtudes y vértigos. Paidós, Barcelona.
- RHEINGOLD, Howard
1996 La comunidad Virtual. Gedisa, Barcelona.
- RITZER, George
1996 Teoría sociológica contemporánea. McGraw Hill, Madrid.
- RODRIGUEZ, Josep A.
1999 Análisis estructural y de redes. Centro de Investigaciones sociológicas. Madrid.
- SANCHEZ DE ARMAS, Miguel Angel (coordinador)
1998 Apuntes para una historia de la televisión mexicana. Comunicación S.A. – Televisa, México.
- SCHMIDT, Siegfried J.
1977 Teoría del texto. Cátedra, Madrid.
- SERRES, Michel
1997 La comunicación. Anthopos, Barcelona.

- SFEZ, Lucien
2000 Crítica de la comunicación . Amorrortu, Buenos Aires.
- SIERRA Caballero, Francisco
2000 Elementos de teoría de la Información. Editorial MAD, Sevilla.
- SILVERSTONE, Roger
1996 Televisión y vida cotidiana. Amorrortu editores, Buenos Aires.
- SLUZKI, Carlos E.
1998 La red social: Frontera de la práctica sistémica. Gedisa, Barcelona.
- SPECK, Ross y Carolyn Attneave
1990 Redes familiares. Amorrortu, Buenos Aires.
- THOMPSON, John B.
1993 Ideología y cultura moderna. UAM-X , México.
- TONIES, Ferdinand
1979 Comunidad y asociación. Ediciones Península, Barcelona.
- TURKLE, Sherry
1997 La vida en la pantalla. Paidós, Barcelona.
- URIZ PEMAN, María Jesús
1994 Personalidad, socialización y comunicación. Libertarias-Produhufi, Madrid.
- VARELA, Francisco J.
1991 Conocer. Editorial Gedisa, Barcelona.
- VIRILIO, Paul
2001 La velocidad de liberación. Rediciones Manantial, Buenos Aires.
- VON FOERSTER, Heinz
1999 Sistémica elemental. Universidad EAFIT, Medellín.
- VON BEYME, Klaus
1994 Teoría política del siglo XX. De la modernidad a la postmodernidad. Alianza editorial, Madrid.
- WAGENSBERG, Jorge
1995 Ideas sobre la complejidad del mundo. Tusquets editores, Barcelona.
- WALLERSTEIN, Immanuel (coordinador)
1996 Abrir las ciencias sociales. Siglo veintiuno editores-UNAM, México.
- WARREN, Wagar, W.
1992 Breve historia del futuro. Cátedra, Barcelona.

- WATZLAWICK, Paul et al.
1971 Teoría de la comunicación humana. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires.
- WATZLAWICK, Paul y Peter Krieg (compiladores)
1994 El ojo del observador. Contribuciones al constructivismo. Gedisa, Barcelona.
- WHITE, Hayden
1992 El contenido de la forma. Narrativa, discurso y representación histórica. Paidós, Barcelona.
- WHITE, L.A.
1982 La ciencia de la cultura. Un estudio sobre el hombre y la civilización. Paidós, Barcelona.
- WHITROW, G. J.
1990 El tiempo en la historia. Crítica, Barcelona.
- WIENER, Norbert
1985 Cibernética. Tusquets editores, Barcelona.
- WILBER, K. et al.
1993 El paradigma holográfico. Kairós, Barcelona.
- WIMMER, Roger D. Y Joseph R. Dominick
1996 La investigación científica de los medios de comunicación. Bosch, Barcelona.
- WOLTON, Dominique
2001 Sobrevivir a Internet. Gedisa, Barcelona.
- ZERMEÑO Padilla, Guillermo (compilador)
1996 Pensar la historia. Universidad Iberoamericana, México.
- ZOHAR, Danah
1994 La conciencia cuántica. Plaza y Janes. Barcelona.

Jesús Galindo Cáceres
Vallejo, 21 de junio.