

CCC
AJ
1298

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS
CIENCIAS DE LA COMUNICACION
PROPUESTA PARA EL XI ENCUENTRO NACIONAL:

“EL IMAGINARIO SOCIAL DEL COMUNICADOR”

I.- ANTECEDENTES Y CONTEXTO ACTUAL.- Hace más de cincuenta años, se iniciaron en México las primeras carreras de Periodismo, Publicidad¹ y Comunicación. En su momento, lejos estaban sus fundadores –Carlos Septién García, Ethiel Cervera y José Sánchez Villaseñor, respectivamente- de pensar que, además de formar futuros profesionales que se insertarían en diversos campos, sus proyectos –junto con otros que aparecieron más adelante- también se transformarían en un imaginario² social genéricamente identificado como “Escuelas de Comunicación”. Actualmente, con más de treinta nombres y el dato impreciso de cerca de 50,000 alumnos inscritos, estas licenciaturas ocupan el octavo lugar en demanda a nivel nacional³. Asimismo, los espacios profesionales concebidos por sus fundadores –sobre todo los medios “tradicionales” de comunicación- se han multiplicado tanto por iniciativa de sus egresados como por las necesidades mismas de la profesión.

Por otra parte, desde hace ya varios años, la explosión de escuelas de comunicación y las perspectivas tanto laborales como de desarrollo profesional han formado parte de la agenda del CONEICC. El V Encuentro Nacional celebrado en Puebla en marzo de 1988, se discutieron la enseñanza, el ejercicio profesional y las necesidades sociales en materia de comunicación. Sin embargo, durante la década siguiente se produjo el crecimiento más importante de las escuelas, mismo que pasó de 95 a 223. Asimismo, una mirada a cuarenta planes de estudio tomados al azar muestra grandes semejanzas entre perfiles de ingreso y egreso, currícula y campo de trabajo en el que se insertarán los futuros profesionales. En este sentido, llama la atención que, salvo excepciones, subsiste la preparación en los campos “tradicionales” de nuestras carreras.

¹ El Instituto de Mercadotecnia y Publicidad inició sus actividades el 15 de julio de 1961. Su fundador, Ethiel Cervera, concibió en principio la idea de formar técnicos que trabajarían en diversos ámbitos vinculados con el campo. Aproximadamente diez años más tarde se iniciaron las actividades de la licenciatura en Publicidad, aunque continúa la formación de técnicos.

² Como “imaginario” se entiende la categoría de Eduardo Colombo (1993:7-8): “La imaginación, lo imaginario, evoca en su acepción corriente la producción de ilusiones, símbolos, quimeras, evasiones siempre de la dura realidad de los hechos. El mundo imaginario, así definido por la tradición estética o científica, queda reservado al dominio de la literatura, de la poesía o de las artes. **A lo imaginario se opone, entonces, la realidad. Y como el poder político se ocupó siempre de organizar las relaciones sociales y económicas, el mundo moderno le cede lo real como campo de acción, le otorga como instrumento la razón despojada de falsas creencias e ilusiones, y como ley el ‘realismo político’**”. Las negritas son nuestras.

³ Las estadísticas corresponden al Anuario 1999 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) y están distribuidas en los rubros “Ciencias Sociales y Administrativas”, “Diseño Publicitario” y “Diseño y Comunicación”. Las estadísticas son imprecisas pues no todas las instituciones que imparten estas licenciaturas están incluidas en los datos de la ANUIES. El octavo lugar es después de Derecho, Contaduría, Administración, Ingeniería Industrial, Medicina, Informática y Arquitectura en ese orden.

Este panorama ha contribuido a alimentar el imaginario social de la comunicación desde nuestras carreras, mismo que a su vez suelen sostener tanto los aspirantes a nuevo ingreso como los alumnos, al menos durante el tiempo de su estancia en la institución y muchas veces durante su vida profesional. En consecuencia –y desde hace ya varios años-, los espacios considerados como “nuevos” en su momento –y muchas veces los “tradicionales”- se ocupan de manera creciente por egresados de licenciaturas a veces afines y a veces incompatibles al menos a primera vista⁴, a la vez que comienzan a aparecer egresados de licenciaturas de más reciente expansión –como Relaciones Internacionales- que también compiten con los comunicadores en diversos campos profesionales.

De igual forma, aún cuando no puede negarse que las Escuelas de Comunicación preparan egresados que se insertarán en campos profesionales más allá de los “tradicionales”, el imaginario de los empleadores suele mantenerse en dichos campos. Es decir, ubican a los comunicadores trabajando en los medios –en el mejor de los casos en la publicidad- y no lo identifican en una empresa, sea cual sea su carácter⁵. Aunado a este panorama, es creciente el número de empleadores que, conociendo las características y la formación del comunicador, reconocen que no está dotado de los conocimientos, competencias y habilidades requeridas para formar parte de su empresa, por lo que prefieren contratar a egresados de otras licenciaturas⁶. En suma, en el imaginario de los empleadores los comunicadores o están en los medios “tradicionales” o comienzan a ubicarlos fuera de su empresa. Cabe destacar que estas miradas todavía no son generalizadas, tal como lo muestran las estadísticas de egresados en activo dentro de la profesión que obran en poder de cada institución que forma comunicadores.

II.- JUSTIFICACION TEORICA DEL TEMA⁷.- Ciertamente, esta problemática no puede hacerse extensiva ni a todas las instituciones que forman comunicadores ni a todos los egresados, independientemente de la institución en la que hayan cursado sus estudios. Sin embargo, como hace casi trece años, es necesario hacer un alto en el camino y reflexionar sobre el escenario del comunicador desde la perspectiva de sus diversos actores: alumnos, académicos, directivos, egresados, empleadores y observadores críticos miembros de la sociedad civil. Pero no debemos caer en la

⁴ Por ejemplo, desde hace ya varios años el campo de la Comunicación Organizacional es compartido por egresados de licenciaturas en Administración, Contaduría, Relaciones Industriales e Ingeniería Industrial.

⁵ Los datos corresponden a una encuesta coordinada por el CONEICC que se aplicó en 1997 en diversos puntos del país. Trabajos más recientes muestran la misma tendencia, incluso en ciudades que cuentan ya con cierta tradición en la formación, por ejemplo, de comunicadores organizacionales, a los que puede añadirse la Promoción en sus diversas modalidades.

⁶ Una encuesta aplicada durante los meses de noviembre y diciembre del año pasado muestra las mismas tendencias. Por ejemplo, el Vicepresidente Ejecutivo de una agencia de Relaciones Públicas afirmó que contrataba a egresados de Relaciones Internacionales, Ciencias Políticas y Comunicación en menor medida, dadas sus habilidades en redacción para diversos materiales y en desarrollo de estrategias de comunicación. Otros más señalaron que no contrataban egresados en Comunicación debido a su falta de conocimientos sobre temas que debían ser de su competencia. Cabe aclarar que la muestra fue muy extensa e incluyó prácticamente todos los campos profesionales; asimismo, estos empleadores contratan a egresados de otras carreras procedentes de instituciones en las que desde hace varios años se imparten licenciaturas en Comunicación.

⁷ La información contenida en este apartado forma parte del libro *Escuelas de comunicación en México: ¿un imaginario social?* de próxima publicación.

complacencia y en la parcialidad; más bien, debemos aprovechar la oportunidad de reunirnos para acercarnos cabalmente tanto al imaginario social del comunicador como a su contraparte, la construcción social de la realidad, no de manera antagónica, sino dialéctica. Para ello, se toman dos perspectivas teóricas: el “imaginario”, desarrollada por Eduardo Colombo y Cornelius Castoriadis y la sociología fenomenológica de Peter Berger y Thomas Luckmann. La primera nos permitirá ir de lo lúdico a la construcción simbólica del imaginario. La segunda nos lleva de la construcción simbólica del imaginario a las preguntas sobre nuestro quehacer como Escuelas de Comunicación, tanto en el marco de las tareas de Acreditación y Certificación, como en el de nuestra propia cotidianidad.

PRIMERA PERSPECTIVA: LA CONSTRUCCION DEL IMAGINARIO SOCIAL:

1. ***El punto de partida: “Lo imaginario⁸ como producción de ilusiones, símbolos, quimeras, evasiones de la dura realidad de los hechos”.***- Esta primera mirada nos conduce al plan o proyecto⁹ de vida –según el caso- desde la perspectiva de los diversos actores: estudiar una carrera y ejercerla en el ámbito previamente seleccionado; planearla orientada a la formación de futuros comunicadores que se inserten profesionalmente en los campos trazados; ser docente e investigador en las áreas seleccionadas; formar una empresa propia con los amigos... en suma: hacer lo que realmente queremos hacer. Siguiendo a Colombo, el “imaginario comunicación” se une con otras palabras y pasa de la periferia al centro y adquieren su propio peso conceptual. “El imaginario social como un descentramiento del pensamiento moderno que anula la dicotomía esencialista entre lo real y lo imaginario para desplazar sus fronteras recíprocas al interior del espacio semántico de la *realidad*” (Colombo, 1993:17, cursivas del autor).
2. ***Se trata de lo que Castoriadis denomina imaginario radical,*** “porque la imagen está siempre articulada a la significación dentro de un sistema simbólico. El imaginario configura el vehículo sensible en la constitución del *signo* portador de la función significativa o simbólica. Esta articulación es la materia del símbolo, materia que persiste aún como traza en la osamenta descarnada del algoritmo” (Colombo, 1993:17).

⁸ Colombo insiste en que el término se ha desvirtuado y reitera que “**el imaginario del que hablo yo no es la imagen de. Es creación incesante y esencialmente indeterminada (social-histórica y psíquica) de figuras/formas/imágenes, y sólo a partir de éstas puede tratarse de ‘algo’. Lo que llamamos ‘realidad’ y ‘racionalidad’ son obras de esta creación**” (en Colombo, 1993:29); las negritas son nuestras.

⁹ Castoriadis distingue proyecto de plan. Este último “corresponde al momento *técnico* de una actividad, cuando condiciones, objetivos y medios pueden ser, y son, determinados ‘exactamente’ y cuando el ordenamiento recíproco de los medios y los fines se apoya en un conocimiento suficiente del campo afectado.” (Castoriadis en Colombo, 1993:31). Por su parte, el proyecto “apunta a la propia realización como momento esencial. Si existe un desfasaje entre representación y realización, no es por principio o, mejor dicho, depende de otras categorías que la distancia entre ‘idea’ y ‘realidad’: remite a una nueva modificación, tanto de la representación como de la realidad. En este aspecto, el núcleo del proyecto es un sentido y una orientación (dirección hacia) que no se deja simplemente fijar en unas ‘ideas claras y definidas’, y que va más allá de la representación misma del proyecto tal como se podría fijarla en un instante dado cualquiera” (Castoriadis en Colombo, 1993:31). En consecuencia, se hablará del “plan” o del “proyecto” de vida según las historias individuales de los actores que participan en el imaginario social del comunicador y en ningún momento deben tomarse como sinónimos.

En los planes o proyectos de vida anteriormente esbozados están presentes diversos sistemas simbólicos en los diversos actores, cuya constante es la comunicación en sus diversas modalidades y en diversas etapas de la vida. No obstante, el proceso suele ser dialéctico: de la comunicación interpersonal a los medios y de los medios a la comunicación interpersonal. En consecuencia, este proceso estará –o debiera estarlo– mediado por la experiencia.

3. ***Entre los imaginarios social y radical median los imaginarios efectivos.*** “El mundo social se constituye y se articula cada vez en función de un (universo de significaciones), y estas significaciones *existen*, una vez constituidas, en la modalidad de lo que llamamos el *imaginario efectivo* (o lo *imaginado*). Sólo con referencia a estas significaciones estamos en condiciones de entender la ‘elección’ que cada sociedad hace de su simbolismo, en particular su simbolismo institucional, así como los fines a los que subordina la ‘funcionalidad’. Indiscutiblemente sometida a los constreñimientos de lo real y lo racional, inmersa siempre en una continuidad histórica y, por consiguiente, codeterminada por lo que ya estaba ahí, trabajando siempre con un simbolismo ya dado y cuya manipulación no es libre, la producción de dichas significaciones no puede ser exhaustivamente reducida a uno de estos factores o al conjunto de ellos. No puede serlo, porque ninguno de esos factores puede desempeñar el papel de aquéllas, ni ‘responder’ a las preguntas a las que ellas ‘responden’” (Castoriadis en Colombo, 1993:54, comillas y cursivas del autor). En este sentido, el imaginario efectivo de la comunicación estará vinculado al particular simbolismo de cada uno de los actores y, en consecuencia, el cúmulo de simbolismos institucionales supone la funcionalidad y por lo tanto la efectividad del imaginario de la comunicación. Si esto fuera así, podríamos hablar de un imaginario radical de la comunicación.
4. ***En este proceso interviene la manera en que aprehendemos la realidad, misma que nunca es directa e inmediata; contiene siempre una parte de construcción, de interpretación, de selección.*** “La mediación está dada por el signo significante o símbolo. El universo humano es un orden simbólico. A niveles diferentes el mito, la institución y el fantasma van a integrarse como formas particulares de *lo simbólico*. La concepción de un imaginario radical ligado constitutivamente a la función simbólica es el instrumento necesario a la reapropiación de ese excluido por excelencia de la práctica colectiva que es el *principio instituyente*, inmanente a lo social, en una palabra, al Hombre mismo” (Colombo, 1993:17-18). En este sentido, quizá el sistema simbólico que suele determinar el plan o el proyecto de vida –y en consecuencia el más importante– es el de los medios de comunicación y el imaginario de estar en ellos por medio de diversas maneras: desde la presencia profesional (“*me gustaría ser como...*”, “*quisiera tener mi propio programa, mi propio periódico o mi propia agencia...*”) hasta la trascendencia mediante la formación de quienes participarán de su quehacer (“*fue mi alumno...*”, “*estudió en esta universidad...*”).
5. ***Asimismo, la comunicación está presente en la construcción del imaginario, en la medida en que utiliza signos significantes y símbolos. No es la única comunicación posible, pero una vez que el orden simbólico existe, todo tipo de comunicación, aún la utilización de un signo como señal, le es tributaria***” (Colombo, 1993:22). Desde hace ya varios años, han aparecido las primeras “alertas” con respecto a la formación de

comunicadores y a su ejercicio profesional, tal como se consignó en los Antecedentes, incluso con datos. Sin embargo, el panorama actual reviste todas las características de un imaginario: debe utilizar lo simbólico no sólo para “expresarse”, sino simplemente para “existir” y, como señala Castoriadis, para ir más allá de lo virtual (Colombo, 1993:23). En suma, se trata de un imaginario que se actualiza, alimentado por los diversos actores, en diversos momentos del devenir histórico. Sin embargo, es indudable que la cadena se inicia en las Escuelas de Comunicación y de ahí irradia a los otros actores. pues los diversos actores hemos ido actualizando, en la medida en que nuestro plan o proyecto de formación se queda en el *programa*¹⁰. Este punto se abordará en la tercera perspectiva.

EL IMAGINARIO, LA INSTITUCION Y LO SIMBOLICO.

- 1. ¿Bajo qué forma se da la institución, es decir, lo simbólico? Sabemos que todo lo que se presenta en la vida social e histórica pasa por la urdimbre de lo simbólico, que se encuentra en el lenguaje y en las instituciones. “Las instituciones no se reducen a lo simbólico, pero sólo pueden existir en lo simbólico, son imposibles fuera de un símbolo en segundo grado y constituyen cada una su red simbólica. Una determinada organización de la economía, tal sistema de derecho, poder instituido, una religión, existen socialmente como sistemas simbólicos sancionados. Estos consisten en atribuir a determinados símbolos (a determinados significantes) unos significados (representaciones, órdenes, intimaciones o incitaciones a hacer o a no hacer, consecuencias –en una palabra, significaciones, en el sentido lato del término) y en hacerlos valer como tales, es decir, hacer de este vínculo algo más o menos forzado para la sociedad o el grupo considerado” (Castoriadis en Colombo, 1993:38-39).***
- 2. Sin embargo, las instituciones no pueden comprenderse simplemente como una red simbólica. Las instituciones forman una red simbólica que por definición remite al simbolismo. Cualquier interpretación puramente simbólica de las instituciones suscita preguntas como ¿por qué este sistema de símbolos y ningún otro?, ¿qué significaciones vehiculan los símbolos, a qué sistema de significados remite el***

¹⁰ Para contextualizar el término “programa”, es necesario pasar por el concepto que Castoriadis entiende por “política”: “Lo que hasta aquí se ha llamado política fue, casi siempre, una mezcla en que dominó la manipulación, que trata a los hombres como cosas, en base a sus propiedades y reacciones supuestamente conocidas. Lo que llamamos política revolucionaria es una praxis que da como objetivo la organización y la orientación de a sociedad con miras a la autonomía de todos, y que reconoce que ésta presupone una transformación radical de la sociedad, no siendo esta última posible, a su vez, sin el despliegue de la actividad autónoma de los hombres” (Castoriadis en Colombo, 1993:30). En suma, se trata del deber ser de la educación superior. Siguiendo nuevamente a Castoriadis, “Cuando se trata de política, la representación de la transformación a la que se apunta, la definición de los objetivos, puede tomar –y debe necesariamente tomar, en ciertas condiciones- la forma del *programa*. El programa es una concreción provisional de los objetivos del proyecto en torno a unos puntos juzgados esenciales en las circunstancias dadas, en tanto que su realización conllevaría o facilitaría, por su propia dinámica, la realización del conjunto del proyecto. El programa no es más que una figura fragmentaria y provisional del proyecto. Los programas pasan, el proyecto queda. Como de cualquier otra cosa, puede darse fácilmente una degradación y degeneración del programa: el programa puede ser tomado como un absoluto, la actividad y los hombres alienarse al programa. Esto, en sí, no es prueba de nada en contra de la necesidad del programa” (Castoriadis en Colombo, 1993:31-32).

sistema de significantes?, ¿por qué y cómo consiguen autonomizarse las redes simbólicas? Y podemos ya sospechar que las respuestas a estas preguntas están íntimamente correlacionadas (Castoriadis en Colombo, 1993:50 y ss):

- a) Comprender, en la medida de lo posible, la ‘elección’ que hace una sociedad de su simbolismo, exige que sean superadas las consideraciones formales o, incluso ‘estructurales’ (...) Y es claro que la cuestión se plantea con mucho más insistencia en el caso de las sociedades históricas.
- b) Comprender –e incluso simplemente aprehender- el simbolismo de una sociedad, es aprehender las significaciones que éste conlleva. Estas significaciones no aparecen fuera de unas estructuras significantes que las vehiculan; pero esto no quiere decir que se reduzcan a ellas, ni que resulten de ellas de manera unívoca, ni, por último, que sean determinadas por ellas.
- c) Por último, resulta imposible eliminar la pregunta: ¿cómo y por qué el sistema simbólico de las instituciones consigue autonomizarse? ¿Cómo y por qué la estructura institucional, en cuanto se plantea se convierte en un factor al que queda subordinada, y como encadenada, la vida efectiva de la sociedad? Contestar que está en la naturaleza del simbolismo autonomizarse, sería mucho peor que una inocente tautología. Sería lo mismo que decir que está en la naturaleza del sujeto alienarse en los símbolos que emplea, con lo que se llegaría a abolir todo discurso, todo diálogo, toda verdad, al sostener que todo cuanto decimos está guiado por la fatalidad automática de las cadenas simbólicas. Y sabemos en todo caso que la autonomización del simbolismo como tal, en la vida social, es un fenómeno secundario. Cuando la religión se coloca, frente a la sociedad, como un factor automatizado, los símbolos religiosos tienen independencia y valor únicamente en la medida en que encarnan la significación religiosa, su brillo es prestado –como lo muestra el hecho de que la religión pueda recurrir a otros símbolos, crear nuevos significantes, apropiarse otros ámbitos para sacralizarlos.

3. *Según Castoriadis es inaceptable la idea de un simbolismo “neutro” o totalmente “adecuado” al funcionamiento de los sistemas reales, puesto que no puede tomar sus signos de donde quiera ni los signos que se quiera.* El individuo tiene ante sí un lenguaje ya constituido; por más que asigne un sentido “privado” o “particular” ante una palabra o una expresión no lo hace de manera ilimitada: debe apropiarse de algo que “está ahí”. Esto es igualmente cierto para la sociedad, aunque de manera diferente, puesto que constituye su propio orden simbólico de manera muy diferente a como procede el individuo. Pero esta constitución tampoco es libre: tendrá que obtenerla de lo que “está ahí”. “Todo simbolismo se edifica sobre las ruinas de los edificios simbólicos precedentes, y utiliza los materiales de éstos –aunque sólo fuera para rellenar los fundamentos de los nuevos templos, como lo hicieron los atenienses después de las guerras médicas. Por sus conexiones naturales e históricas virtualmente ilimitadas, el significante trasciende siempre la vinculación rígida a un significado específico y puede conducir a los lugares más inesperados. La constitución del simbolismo en la vida social e histórica real no guarda relación alguna con las definiciones ‘cerradas’ y ‘transparentes’ de los símbolos que se suceden en una obra matemática (la cual, por lo demás, nunca puede cerrarse sobre sí misma) (Castoriadis en Colombo, 1993:39-40).

4. ***Cuando se trata de un lenguaje, más cuando se trata de las instituciones, los símbolos, los significantes están sometidos al contenido que se supone que circulan, debido a que pertenecen*** “a unas estructuras ideales que les son propias, se insertan en relaciones cuasirracionales. Constantemente la sociedad se ve confrontada al hecho de que un determinado sistema simbólico *debe ser* manejado con coherencia; que así lo sea o no lo sea, el caso es que de ello se derivan una serie de consecuencias que se imponen, tanto si se es consciente de ellas y se las quiere como tales, como si no” (Castoriadis en Colombo, 1993:40-41). En suma, la sociedad construye su simbolismo, aunque no en total libertad, puesto que el simbolismo toma de lo natural, de lo histórico y por último de lo racional y no será impuesto a la sociedad considerada. . “Todo esto produce una concatenación de los significantes, unas relaciones entre significantes y significados, unas conexiones y consecuencias, a las que no se apuntaba, ni estaban previstas. (...) el simbolismo determina ciertos aspectos de la vida sociedad (y no solamente aquellos que se suponía que determinara) a la vez que está lleno de intersticios y grados de libertad” (Castoriadis en Colombo, 1993:41).

5. ***Es muy distinto decir que no puede elegirse un lenguaje con absoluta libertad y que todo lenguaje contamina todo lo que ha de decirse, a creer que estamos fatalmente dominados por el lenguaje y que nunca podremos decir otra cosa que no sea la que éste nos sugiere.*** “No podemos nunca salir del lenguaje, pero nuestra movilidad dentro del lenguaje no tiene límites y nos permite poner todo en cuestión, inclusive el propio lenguaje y nuestra relación con él. Lo mismo ocurre con el simbolismo institucional – pero, naturalmente, el grado de complejidad es incomparablemente mayor. Nada de lo que es propio de lo simbólico impone ineludiblemente la dominación de un simbolismo autonomizado de las instituciones sobre la vida social; nada, incluso en el simbolismo institucional, excluye el uso lúcido de éste por parte de la sociedad (pero, otra vez, damos por descontado que no es posible concebir unas instituciones que impidan por un ‘mecanismo incorporado’ el esclavizamiento de la sociedad por su simbolismo” (Castoriadis en Colombo, 1993:42).

6. ***Estas determinaciones de lo simbólico no agotan su sustancia. Queda un componente esencial y decisivo: el componente imaginario de todo símbolo y de todo simbolismo, independientemente del nivel donde se encuentren. Las profundas y oscuras relaciones que unen lo simbólico y lo imaginario aparecen cuando prestamos atención a que*** “lo imaginario tiene que utilizar lo simbólico, no sólo para ‘expresarse’, lo cual es evidente, sino para ‘existir’, para poder de ser algo virtual y convertirse en algo más (...) Sin embargo, en la medida en que lo imaginario equivale finalmente a la facultad originaria de plantear y de darse, en la modalidad de la representación, una cosa o una relación que no lo son (que no están dadas en la percepción o que nunca lo estuvieron), hablaremos de un imaginario último o radical, como raíz común de un imaginario efectivo y de lo simbólico. Se trata finalmente de la capacidad elemental e irreductible de evocar una imagen” (Castoriadis en Colombo, 1993:43). “La influencia decisiva de lo imaginario sobre lo simbólico puede ser comprendida a partir de esta consideración: el simbolismo supone la capacidad de establecer entre dos términos un vínculo permanente, de modo que uno de éstos ‘represente’ al otro. Pero sólo en las

etapas muy avanzadas del pensamiento racional lúcido pueden estos tres elementos (el significante, el significado y su vínculo *sui generis*) mantenerse simultáneamente unidos y distintos, en una relación a la vez firme y flexible. De no ser así, la relación simbólica (cuyo uso 'propio' supone la función imaginaria y el dominio de ésta por la función racional) vuelve, o mejor dicho, nunca va más allá de donde surgió: en el vínculo rígido (las más de las veces, en la modalidad de la identificación, de la participación o del a causación) entre el significante y el significado, el símbolo y la cosa, es decir, en un imaginario efectivo" (Castoriadis en Colombo, 1993:43-44).

SEGUNDA PERSPECTIVA: ¿LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA REALIDAD?

1. ***Desde hace ya varias décadas, las Escuelas de Comunicación –enmarcadas en la educación superior- atraviesan por un proceso de institucionalización de sus prácticas educativas. De acuerdo con Berger y Luckmann, "...aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores. Dicho de otra forma, toda tipificación es una clase de institución. Lo que hay que destacar es la reciprocidad de las tipificaciones institucionales y la tipicalidad no sólo de las acciones, sino también de los actores en las instituciones. Las tipificación de las acciones habitualizadas que constituyen las instituciones siempre se comparten, son accesibles a todos los integrantes de un determinado grupo social y la institución misma tipifica tanto a los actores individuales como las acciones individuales" (Berger y Luckmann, 1989:75).***
2. ***Aún cuando no es el momento de discutir –mucho menos de resolver- en qué grado de institucionalización se encuentra nuestra correspondiente Escuela de Comunicación, esta conceptualización complementa la idea de Castoriadis, en el sentido de que las instituciones no pueden comprenderse solamente como redes simbólicas. De la misma forma, también desde hace varias décadas las prácticas profesionales atraviesan por su correspondiente proceso de institucionalización, aunque no necesariamente en manos de los comunicadores.***
3. ***Igualmente, las carreras de Comunicación se encuentran en un proceso de legitimación que comparten con otras. Berger y Luckmann destacan que este proceso "...explica' el orden institucional atribuyendo validez cognoscitiva a sus significados objetivados. La legitimación justifica el orden institucional adjudicando dignidad normativa a sus imperativos prácticos. Es importante comprender que la legitimación tiene un elemento tanto cognoscitivo como normativo. No sólo es cuestión de valores; implica también 'conocimiento'. No sólo indica al individuo por qué debe realizar una acción y no otra; también le indica por qué las cosas son lo que son. En otras palabras, el 'conocimiento' precede a los 'valores' en la legitimación de las instituciones" (Berger y Luckmann, 1989:122, comillas de los autores).***
4. ***Tampoco es el momento de discutir sobre la legitimación. Sin embargo, como en el caso de la institucionalización, incorporar la legitimación complementa la discusión sobre el imaginario social del comunicador, al propiciar que los actores lo***

visualicemos desde la perspectiva de la realidad. En suma, la legitimación *debe dar pie a un diálogo con el imaginario y a sus vinculaciones con las realidades espacio-temporales de los diversos actores.* Sólo así comprenderemos su presencia y ausencia intermitentes y sólo así podremos tomar distancias igualmente intermitentes entre la realidad y el imaginario. No necesariamente se trata de reemplazar el primero por el segundo en una determinada etapa de la vida de los sujetos, sino de plantear ambos en un espacio y un tiempo, un aquí y un ahora. Todo esto en un tránsito de la complacencia a la crítica y ¿por qué no? viceversa.

5. *De acuerdo con Colombo, a lo imaginario se opone la realidad y, en consecuencia, es cortado por la ciencia.* “Y como el poder político se ocupó siempre de organizar las relaciones sociales y económicas, el mundo moderno le cede lo real como campo de acción, le otorga como instrumento la razón despojada de falsas creencias e ilusiones, y como ley el ‘realismo político’” (Colombo, 1993:7-8).
6. *Asimismo, nuevamente se recurre a los Antecedentes para subrayar el papel de los diversos actores involucrados en el proceso no sólo en la construcción del imaginario social del comunicador, sino también en una construcción social de la realidad si no falsa, al menos parcial.* Siguiendo a Peter Berger y Thomas Luckmann (1989), para que dicha construcción fuese real –si esto es posible-, debería incluir la totalidad del cúmulo social de conocimientos, a socializar, en este caso relacionado con la formación de comunicadores y su inserción en el mercado laboral. Dicho cúmulo social de conocimientos debería estar conformado al menos por los generados por las instituciones con respecto a su licenciatura, el cuerpo de conocimientos propio de la comunicación y la perspectiva de los empleadores.
7. *Por lo que se refiere a la información/conocimiento generada por las instituciones con respecto a su licenciatura –y sin afán de generalizar-, cabe preguntarse si es veraz o simplemente atractiva para los estudiantes.* Es decir, si se tiende a presentar los aspectos legitimados (prestigio institucional, profesorado, trayectoria de los egresados etc.), mientras se ocultan las carencias o limitaciones inherentes a nuestra práctica educativa (actualización curricular, situación de los laboratorios en materia de actualización de equipo y posibilidades de satisfacer las necesidades docentes) y las oportunidades reales de ejercicio de la profesión. Esto último en un auténtico diálogo con la sociedad para conocer sus demandas y con los empleadores, al menos en lo referente a los campos de trabajo, a la saturación de algunos y a la apertura de los nuevos; incluso, pareciera que en muchos casos ni siquiera hay diálogo con los egresados. En este sentido, el imaginario social suele alimentarse con una folletería atractiva, con imágenes de alumnos trabajando a sus anchas en los laboratorios, una tira de materias cuyos nombres –salvo los de los medios y algunas excepciones- no proporcionan mucha información y un campo de trabajo atractivo, pero incapaz de emplear a los cientos que anualmente egresan de nuestras escuelas.
8. *Asimismo, también se ha incorporado parcialmente el cuerpo de conocimientos que se ha generado con respecto a la comunicación.* Esto es producto de factores que van desde la apertura de carreras sin los mínimos para satisfacer las demandas de aprendizaje, la contratación de docentes improvisados y sin experiencia en el campo

sobre el que imparten sus asignaturas y con problemas de actualización teórica. En consecuencia y en el mejor de los casos, la socialización de estos conocimientos suele llevarse a cabo en el mercado laboral. No sucede lo mismo con el cúmulo social de conocimientos propio de la Teoría de la Comunicación, mismo que no proporciona elementos para analizar la complejidad creciente de los fenómenos comunicativos y sus diversas modalidades. En casos extremos –que no son pocos- continúan socializándose el paradigma de Lasswell, el esquema Funcionalismo-Estructuralismo-Marxismo y la perspectiva del Imperialismo Cultural. Nuevamente en el mejor de los casos, estos conocimientos serán socializados a través de los Posgrados u otras modalidades de actualización profesional.

9. *En este sentido, desde el imaginario cabe preguntarse si las Escuelas de Comunicación tienen un plan, un proyecto o un programa y desde dónde lo conciben.*

Al interior de las Escuelas de Comunicación alumnos, docentes y autoridades han contribuido a alimentar el imaginario de carrera, a través de una realidad parcial, construida a través de sus percepciones. Sin embargo, esta realidad difiere de la *inconclusa* inherente a lo cotidiano, que por naturaleza supone una construcción continua –nunca completa-, individual y colectivamente, por medio del conocimiento y la experiencia. El primero se ha incorporado parcialmente– y en consecuencia socializado parcialmente- por diversas razones como la ignorancia, el ocultamiento deliberado y una percepción de la realidad alimentada por el propio imaginario, o una combinación de las tres, a las que se suman otras de índole particular. La experiencia también se ha aprovechado parcialmente, sobre todo por los académicos que desempeñan roles profesionales, puesto que hablan desde la propia, que no necesariamente es una experiencia social y socializada. Por su parte, los académicos de tiempo han puesto su experiencia docente, básica en la socialización de conocimientos cuando está debidamente fundamentada. Sin embargo, muchos no la tienen en el ejercicio profesional, o también es parcial igual que su percepción de la realidad.

10. En consecuencia, en el imaginario de las carreras de comunicación y afines construido desde las instituciones educativas, no necesariamente participan los empleadores. Su percepción de la realidad es diferente y se basa, al menos en parte, en el conocimiento y la experiencia que no han sido incorporados a la construcción del imaginario. Hay diferencias entre las estructuras de relevancia de ambas partes, que se hace presente al dar prioridad a competencias, habilidades e intereses diferentes. Una parte da preferencia a la formación –desigual, según las características de la institución educativa- de profesionales que se insertarán en los medios de comunicación –ya saturados-, la publicidad y las relaciones públicas. La otra parte no necesariamente se inclina por egresados con este perfil, sino por profesionales que puedan solucionar problemas inmediatos de diversa índole, en los que la comunicación funge como mediadora entre los actores participantes en dicha problemática.

III.- PROPUESTA.- La perspectiva teórica abordada en el apartado anterior permite establecer relaciones entre la realidad y el imaginario. Los supuestos que de aquí se desprende son los siguientes:

1. En las instituciones y los actores que conforman el mundo de la comunicación lo real y lo imaginario conviven cotidianamente y de manera diferenciada para unos, e indiferenciada para otros, particularmente los alumnos. Es decir, en ningún momento prevalece únicamente la realidad o únicamente el imaginario.
2. Por lo que se refiere a las Escuelas de Comunicación y a los campos profesionales en sus diversas modalidades de organización, cada institución construye su realidad a partir de su cotidianeidad. En esta construcción nunca interviene el cúmulo social de conocimientos en la materia. De ahí la importancia de escuchar a todos los actores que participan en los procesos de construcción.
3. En consecuencia, el punto de partida es que, como toda realidad social, la del comunicador es incompleta; se construye cotidianamente y entre diversos grupos de referencia: familia, amigos, docentes e investigadores, directivos, trabajo etcétera. En este proceso de construcción de la realidad, dichos grupos aportan sus respectivos conocimientos, experiencias e imaginarios; los tres elementos generan consenso para vivir en sociedad.

La propuesta que se presenta para el Encuentro no sólo es producto de las perspectivas teóricas seleccionadas. También pretende recoger tanto las opiniones del foro virtual que se abrió para facilitar la discusión entre los interesados, como el espíritu de la propuesta que presentó Jesús Becerra.

OBJETIVO CENTRAL DEL ENCUENTRO

Reflexionar sobre qué referentes construyen su realidad cotidiana los diversos actores de la comunicación y la presencia del imaginario en este proceso.

OBJETIVOS PARTICULARES

1. Reunir a los diversos actores de la comunicación: directivos, académicos e investigadores, alumnos y profesionales en torno al “Imaginario Social de la Comunicación”.
2. Discutir sobre el papel de la comunicación en la construcción simbólica de la realidad y el imaginario del comunicador.
3. Abrir espacios de diálogo entre los diversos actores de la comunicación para intercambiar experiencias y para contrastar desde dónde construyen su realidad cotidiana y cuales son sus imaginarios.

EJES TEMATICOS DEL ENCUENTRO¹¹:

1. **La comunicación en la construcción simbólica de la realidad y del imaginario de la comunicación.** Tiene como propósito abordar las construcciones simbólicas y sus implicaciones en la realidad y el imaginario de la comunicación. A diferencia de los otros dos ejes temáticos, éste supone la participación de académicos e investigadores que discutan en torno a dos puntos, ya sea por separado o de manera intercalada:

¹¹ Las líneas de trabajo son propuestas que podrán modificarse a juicio de los coordinadores de línea. Lo mismo va para las sugerencias de los participantes.

- a) **Los símbolos en la construcción de la realidad de los actores de la comunicación.** Los sistemas simbólicos en las instituciones en las que se insertan los actores de la comunicación. ¿Cómo y por qué se seleccionan determinados sistemas simbólicos? ¿Qué significaciones transportan? ¿Son autónomos los sistemas de símbolos institucionales? ¿Cómo interactúan unos sistemas con otros?
- b) **Los símbolos en la construcción del imaginario de los actores de la comunicación.** Los medios de comunicación tradicionales y nuevos en la construcción del imaginario. La realidad en la construcción del imaginario: imágenes de la ciudad, de las organizaciones, de los actores.

2. **¿Realidad o imaginario de las escuelas de comunicación?** Una pregunta presente, aunque de distintas maneras, en directivos, académicos, investigadores y alumnos. De acuerdo con la propuesta teórica, su respuesta –si esto es posible– depende de la contestación que a otras preguntas proporcionen estos actores:

- a) **Escuelas de Comunicación: ¿plan, proyecto o programa?** Mesas de trabajo con directivos de diversas escuelas para acercarse 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. En suma, se trata de entablar un diálogo con los responsables de las carreras que, idealmente, redunde en actividades posteriores.
- b) **Escuelas de Comunicación: ¿imaginario social, radical o efectivo?** Mesas de trabajo con alumnos, moderadas por académicos, en las que expongan sus expectativas y sus realidades. ¿Por qué estudian Comunicación? ¿Cuáles son sus proyectos a corto y mediano plazo? ¿En qué campo profesional les gustaría desarrollarse? ¿Por qué? ¿Cómo construyen su realidad cotidiana?
- c) **El imaginario de la comunicación en el plan o proyecto de vida de académicos e investigadores.** Mesas de trabajo con académicos e investigadores y alumnos acercarse a la construcción de su realidad cotidiana y de sus imaginarios, a partir de sus conocimientos y experiencias. Para ello se propone la organización de mesas de trabajo por asignatura, para propiciar el intercambio de experiencias entre realidades y contextos diferentes. Desde otra perspectiva se y con una mecánica diferente, será importante reunir a investigadores y académicos para discutir teóricamente sobre el imaginario desde diversos enfoques. Ambas vertientes incluyen la discusión sobre el papel de las Escuelas de Comunicación en la construcción del imaginario.

3. **¿Realidad o imaginario profesional de la comunicación?** Es probable que la pregunta quede sin respuesta. Este eje pretende reunir a profesionales de los diversos campos en los que se ejerce la comunicación, con el propósito de

intercambiar experiencias, a partir de sus biografías individuales, y en torno a dos miradas que no necesariamente se contraponen entre sí, ni dan lugar a dos mesas de trabajo diferentes:

- a) **El imaginario de la comunicación en el plan o proyecto de vida de los profesionales.** ¿Son egresados de las carreras de comunicación? ¿Trabajan en el campo en el que planeaban hacerlo cuando eran estudiantes? ¿Cómo se insertaron en sus diversos campos? ¿Cuáles son sus rutinas sus experiencias profesionales y sus imaginarios?
- b) **El imaginario profesional de la comunicación.** ¿Cómo visualizan el campo profesional en el que se desempeñan? ¿Qué expectativas laborales existen? ¿Cuál es su percepción de las escuelas de comunicación?

IV.- PROPUESTA DE RESPONSABLES Y COORDINADORES.-

Para organizar las diferentes mesas de trabajo se propone un responsable por eje temático, que conforme un equipo de trabajo y afine los detalles de su eje y seleccione a los moderadores de sus mesas de trabajo. Asimismo, los coordinadores tendrán a su cargo la relatoría de su eje correspondiente, misma que podrán delegar en su grupo de trabajo. Para seleccionar a los responsables se consideraron dos elementos. El primero, los intereses personales así como sus posibilidades para organizar las mesas de trabajo. El segundo, que procedieran de diversas instituciones y ubicadas en diversos puntos del país. Sin embargo, es importante que al menos los responsables de cada eje elaboren un documento escrito que oriente al grupo de trabajo y a los posibles ponentes, mismo que puede incluirse en la Memoria. Asimismo, se *sugieren* nombres de posibles integrantes del equipo de trabajo y/o de ponentes:

1. **La comunicación en la construcción simbólica de la realidad y del imaginario de la comunicación:**
 - a) **COORDINADOR: MTRO. HECTOR GOMEZ VARGAS.**
 - b) **SUGERENCIAS PARA APOYOS Y/O PONENTES: Mtra. Elizabeth Bonilla, Dr. Jorge González, Dr. Octavio Islas, Dra. María de la Luz Casas, Dr. Abraham Nosnik.**
2. **¿Realidad o imaginario de las Escuelas de Comunicación?**
 - a) **COORDINADOR: MTRO. JESUS BECERRA VILLEGAS.**
 - b) **SUGERENCIAS PARA APOYOS Y/O PONENTES: Mtro. Carlos Tena, Mtra. Angela Godoy, Mtra. Graciela Bernal, Lic. Jorge Mirabal, Lic. Rafael Hernández, Mtra. Martha Caraveo, Lic. Gerardo González del Castillo, Lic. Luis Ernesto Chávez.**
3. **¿Realidad o imaginario profesional de la comunicación?** A diferencia de los anteriores, se propone que este eje temático funcione con una coordinación general y subcoordinaciones por cada campo profesional. De esta manera, cada uno asumirá la responsabilidad de organizar sus actividades. El criterio para su selección se basa en los nexos personales y/o institucionales para establecer contactos con profesionales de los diversos campos:

- a) **COORDINADOR: MTRA. CLAUDIA BENASSINI FELIX**
- b) **SUGERENCIAS PARA APOYOS Y/O PONENTES:** Mtra. Fátima Fernández, Lic. Beatriz Solís., Mtro. José Carreño Carlón.

V.- ORGANIZACIÓN ACADEMICA DEL ENCUENTRO.- Está planteado para realizarse en tres días, bajo la siguiente dinámica:

1. Cada día se destinará a un eje temático en particular. De esta forma, los asistentes al Encuentro podrán seleccionar las opciones de su interés en función de la oferta.

2. Las jornadas diarias iniciarán con una Ponencia Magistral dictada por un especialista en el tema. Se estima una duración de hora y media, con el propósito de abrir un espacio para preguntas; se sugiere comenzar a las nueve de la mañana. Se hacen las siguientes sugerencias de ponentes:

- a) **PRIMER EJE:** Dra. Rossana Reguillo.
- b) **SEGUNDO EJE:** Mtro. Joaquín Sánchez, S.J.
- c) **TERCER EJE:** Dr. Raúl Trejo Delarbre.

3. Después de las Ponencias Magistrales se iniciarán las actividades en mesas de trabajo. Se proponen dos sesiones –de 11:00 a 12:30 y de 12:45 a 14:15-, cada una distribuida en una diversidad de ofertas.

4. Por las tardes se propone la organización de las siguientes actividades:

- a) Grupos de discusión para alumnos, coordinados por académicos, sobre el imaginario social de la comunicación. Esta actividad retoma la propuesta que la Mtra. Silvia Panszi llevó a cabo en el X Encuentro. La mecánica se detallará más adelante.
- b) Talleres de actualización docente por asignatura, coordinados por académicos especialistas en la materia.
- c) Sesiones de trabajo entre investigadores, para intercambiar experiencias y abrir un espacio para trabajos colectivos.
- d) Presentaciones de libros.
- e) Asimismo, como una actividad especial se propone la organización de un panel sobre el papel de la comunicación en la transición política. Para su organización se propone al Dr. Ernesto Villanueva.
- f) Finalmente, no debemos olvidar que la construcción simbólica de la realidad y el imaginario también está presente en el CONEICC. Se propone un reconocimiento especial a la trayectoria académica y profesional de la Lic. María Teresa Zazueta y del Mtro. Horacio Guajardo.

VI.- PRESENTACION DE LAS PONENCIAS.- Se propone la siguiente mecánica:

1. Una vez que los Conferencistas Magistrales hayan aceptado participar en el Encuentro, realizarán su trabajo por escrito, con miras a publicarse en la Memoria escrita. La sugerencia es que el trabajo a preparar sea específicamente para el evento.

2. La convocatoria para envío, recepción y fecha límite de las ponencias para el primer eje y el inciso c) se lanzará en la Asamblea de Guadalajara, con las siguientes características:

- a) Con una extensión máxima de quince cuartillas en formato especificado.**
- b) Enviar a la dirección electrónica del Coordinador de eje.**
- c) El Coordinador, junto con su equipo de trabajo, seleccionará las ponencias que serán presentadas en el Encuentro. Mientras más trabajos se reciban se hará una mejor selección; esto depende de la promoción que los representantes institucionales ante el CONEICC hagan en sus respectivas unidades.**
- d) La selección de las ponencias se enviará por correo electrónico tanto al Coordinador Académico del Encuentro, a las otras dos Coordinaciones de eje y a las de Asuntos Académicos y de Investigación del Comité Coordinador del CONEICC.**
- e) Los ponentes tendrán un tiempo máximo de quince minutos para presentar su trabajo en el Encuentro. *En la medida de lo posible se recomienda no leerlo, sino hacer una exposición con apoyos audiovisuales y/o multimedia.***

3. Para los trabajos a presentar por los alumnos se sugiere la siguiente mecánica:

- a) Como en el caso anterior, la convocatoria se lanzará en la Asamblea de Guadalajara.**
- b) La convocatoria especificará que los trabajos se enviarán para participar en el inciso b) del segundo eje (Escuelas de comunicación: ¿Imaginario social, efectivo o radical?). Se recomienda la modalidad de ensayo con una extensión entre 5y 8 cuartillas.**
- c) Cada institución podrá elegir los criterios para concentrar las ponencias: pueden ser producto de una materia o una convocatoria libre.**
- d) La institución seleccionará los trabajos que a su juicio reúnan los requisitos académicos para presentarse en el Encuentro.**
- e) Los trabajos seleccionadas se enviarán por correo electrónico al coordinador del Eje 2, quien con su grupo de trabajo podrá hacer una segunda depuración si lo estiman conveniente.**
- f) Los trabajos seleccionados se enviarán a la Coordinación General Académica, a las otras dos Coordinaciones de ejes y a las de Asuntos Académicos y de Investigación del Comité Coordinador del CONEICC.**
- g) Los alumnos tendrán un tiempo limitado para exponer sus trabajos, no para leerlos, y se recomienda apoyarlos para utilizar recursos audiovisuales y/o multimedia.**
- h) Excepcionalmente, a juicio de la institución y de los coordinadores de eje, se incluirán ponencias de alumnos en otras mesas de trabajo.**

4. Para los trabajos y/o ponencias a presentar en el tercer eje se sugiere la siguiente mecánica:

- a) Cada coordinador de mesa por campo profesional hará una selección de los ponentes que integrarán su mesa. Se sugiere incluir a profesionales del país; para ello es importante que los representantes institucionales puedan establecer contacto con estos coordinadores, a modo de integrar las mesas respectivas. En caso de no haber sugerencias el coordinador decidirá la composición de su mesa.**
- b) Es deseable que los profesionales entreguen un trabajo escrito. De no ser posible, se sugiere la grabación de las intervenciones para su posterior transcripción y publicación en las Memorias del Encuentro.**

5. Para participar en los grupos de discusión con alumnos, en los talleres de actualización docente y en las sesiones con investigadores se sugiere la siguiente mecánica:

- a) Los interesados se comunicarán por correo electrónico especificando la actividad en la que les interesa participar.**
- b) Esta información se capturará en una base de datos. Es deseable que para estas actividades el tamaño de los grupos sea de 20 participantes.**

VII.- TRABAJO PREVIO AL ENCUENTRO.- La representatividad local y regional es fundamental, dadas las características y la temática del Encuentro. Para cumplir con sus objetivos es necesario un trabajo previo que reviste dos modalidades:

1. En cada institución:

- a) Sensibilizar a los académicos y alumnos para que participen en el Encuentro. En el caso de los académicos, no necesariamente participarán como ponentes; también pueden hacerlo en los grupos de discusión con los alumnos, en los talleres de actualización y en los grupos de investigación. Los interesados en participar en estas actividades entrarán en contacto por correo electrónico con la Coordinación Académica del Encuentro¹².**
- b) Invitar a los directores y/o directores de carrera a participar en los paneles del inciso a) eje 2 (“Escuelas de Comunicación: ¿plan, proyecto o programa?). A mayor participación tendremos un panorama más global de la diversidad desde la que se construyen la realidad social y el imaginario del comunicador.**
- c) Proponer nombres de profesionales locales a los coordinadores de mesa por campo profesional. Para ello entrarán en contacto vía correo electrónico.**

2. Por la Coordinación Académica de Encuentro, los coordinadores de eje y sus respectivos grupos de trabajo:

- a) Los equipos que conforman los ejes temáticos y la coordinación académica del Encuentro tienen que estar en contacto permanente, para dar seguimiento a los avances y problemas que se presentan en el proceso de construcción del mismo.**

¹² Los ponentes lo harán de acuerdo a la mecánica anteriormente descrita.

- b) El intercambio de información es importante pues amplía las sugerencias de ponentes, sobre todo en el tercer eje, para proponer académicos que participen en actividades –tanto ponentes como para las otras- y para no duplicar las propuestas.**

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

COLOMBO, Eduardo “El signo, lo simbólico, el imaginario”, en COLOMBO, Eduardo (coord.) *El imaginario social*, 1993, Montevideo, Editorial Nordan-Comunidad, págs. 19-26.

CASTORIADIS, Cornelio “La institución imaginaria de la sociedad”, en COLOMBO, Eduardo, Op. Cit., págs.27-65.

Catálogo de Instituciones de Educación Superior 1999, México, ANUIES.

CCC
XI
1298



Consejo Nacional Para La Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación

PROGRAMA GENERAL DEL XI ENCUENTRO

MARTES 2 DE OCTUBRE

HORA	EVENTO
9:00-18:00	REGISTRO EN LOS HOTELES SEDE Y EN LA UAA
	ASAMBLEA NACIONAL CONEICC

MIÉRCOLES 3 DE OCTUBRE

HORA	EVENTO
7:30-9:00	REGISTRO: TEATRO DE LA CIUDAD
8:00-8:45	TRASLADO DE LOS HOTELES AL TEATRO DE LA CIUDAD
9:00-9:45	INAUGURACIÓN
9:45-11:30	CONFERENCIA MAGISTRAL EJE TEMÁTICO 1
11:30-12:00	RECESO
12:00-13:30	SESIÓN DE PONENCIAS EJE TEMÁTICO 1
13:30-14:15	TRASLADO A LAS INSTALACIONES DE LA UAA
14:15-16:00	COMIDA
16:00-20:00	TALLERES PARA PROFESORES SESIÓN DE TRABAJO: FAMILIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN GRUPOS DE DISCUSIÓN CON ALUMNOS PANEL: XX ANIVERSARIO DE FELAFACS MUESTRA AUDIOVISUAL
19:00-22:00	MUESTRA DE CINE
20:00-21:00	PREMIO DE TESIS CONEICC PRESENTACIÓN DE LIBROS
21:00	EVENTO SOCIAL

JUEVES 4 DE OCTUBRE

HORA	EVENTO
8:30-9:00	TRASLADO A LAS INSTALACIONES DE LA UNIVERSIDAD
9:15-10:45	CONFERENCIA MAGISTRAL EJE TEMÁTICO 2
10:45-11:00	RECESO
11:00-12:30	MESAS DE TRABAJO EJE TEMÁTICO 2: DIRECTIVOS: 1.- VOCALÍA NOROESTE

	2.- VOCALÍA NORESTE 3.- VOCALÍA CENTRO OCCIDENTE 4.- VOCALÍA GOLFO SURESTE 5.- VOCALÍA VALLE DE MÉXICO
12:30-12:45	RECESO
12:45-14:15	MESAS DE TRABAJO: ACADÉMICOS, ALUMNOS, EXALUMNOS: 1.- VOCALÍA NOROESTE 2.- VOCALÍA NORESTE 3.- VOCALÍA CENTRO OCCIDENTE 4.- VOCALÍA GOLFO SURESTE 5.- VOCALÍA VALLE DE MÉXICO
14:15-16:00	COMIDA
16:00-20:00	TALLERES PARA PROFESORES SESIÓN DE TRABAJO: FAMILIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN GRUPOS DE DISCUSIÓN CON ALUMNOS PANEL: XX ANIVERSARIO DE FELAFACS MUESTRA AUDIOVISUAL
19:00-22:00	MUESTRA DE CINE
20:00-21:00	PRESENTACIÓN DE LIBROS
21:00	EVENTO SOCIAL

VIERNES 5 DE OCTUBRE

HORA	EVENTO
8:30-9:00	TRASLADO A LAS INSTALACIONES DE LA UNIVERSIDAD
9:15-10:45	CONFERENCIA MAGISTRAL EJE TEMÁTICO 3
10:45-11:00	RECESO
11:00-12:30	MESAS DE TRABAJO EJE TEMÁTICO 3: 1.- COMUNICACIÓN GRÁFICA/DISEÑO 2.- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 3.- MULTIMEDIA 4.- PRENSA 5.- PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL 6.- PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA 7.- RELACIONES PUBLICAS
12:30-13:00	RECESO
13:00-14:30	PLENARIA, CONCLUSIONES Y CLAUSURA



CONVOCATORIA PARA LA MUESTRA AUDIOVISUAL

XI ENCUENTRO NACIONAL CONEICC

El Consejo Nacional para la Enseñanza y la investigación de las Ciencias de la Comunicación y la Universidad Autónoma de Aguascalientes, convocan a los estudiantes de las carreras de comunicación afiliadas al CONEICC a participar en la muestra de audiovisuales dentro del XI Encuentro Nacional de Comunicación.

OBJETIVO: Dar a conocer y difundir los distintos tipos de trabajos que en materia de audiovisuales se realizan, tanto en vertientes temáticas como en estilos narrativos, por las distintas universidades del país que estén afiliadas a CONEICC y en donde sea impartida la carrera de comunicación.

CATEGORÍAS: Los medios audiovisuales contemplados para esta muestra son:

- a) Cine
- b) Vídeo
- c) Fotografía
- d) Radio

CARACTERÍSTICAS POR CATEGORÍAS:

a) CINE:

1. Podrán participar todos los cortometrajes realizados bajo la forma de "Cine de Autor" ó "Cine de Adaptación" o "Cine Documental"
2. El Formato de la película debe ser en 16 mm.
3. El tiempo máximo de duración será de 20 minutos.
4. Los interesados deberán mandar una copia en video VHS y en caso de ser seleccionados se les comunicará con anticipación para que envíen la película en el formato original.
5. Todo trabajo que se envíe a concurso, deberá incluir un original y dos copias de la Ficha Técnica y la sinopsis (ambas en una sola hoja) del film. Además, los datos de los Autores (Nombre completo, dirección, teléfono, ciudad, e-mail).

b) VIDEO:

1. Podrán participar en la muestra los videos que se ubiquen en las categorías de video: autoral, científico(difusión, divulgación, etnográfico), documental, social, turístico, experimental, reportaje, videoarte y videoclip.
2. El tiempo máximo de duración será de 30 minutos.
3. Se deberán enviar 2 copias en VHS directas del master, sea cual fuere su formato original.
4. Para cada video se deben enviar un original y dos copias de la Ficha Técnica y la sinopsis (ambas en una sola hoja). Además los datos de los autores (Nombre completo, dirección, teléfono, ciudad, e-mail).

c) FOTOGRAFIA:

1. Podrán participar todas las fotografías realizadas en color o en blanco y negro.
2. Tanto la temática como las técnicas son libres.
3. El formato de presentación es de 8 x 10, montadas sobre cartulina negra de 11 x 14.

***La cartulina deberá ser lisa sin corrugaciones ni grabados.**

4. La fotografía deberá estar bien fijada para evitar desprendimientos, además de que del lado en donde la cartulina simula el marco deberá estar totalmente libre y sin etiquetas.
5. En el anverso de la cara de la montura – la que queda libre de la foto- , deberá pegarse la ficha técnica con todos los datos tanto de la obra como del autor (Título, tema, técnica, autor, escuela de procedencia, domicilio, e-mail, etc.)
6. La ficha que se incluye en la parte posterior de la montura, deberá ser enviada por separado y en una sola hoja.

d) RADIO:

1. Podrán participar las producciones radiofónicas realizadas bajo los siguientes géneros y formatos: radio reportaje, radio dramas (de una sola serie o capítulo), radio arte, radio indigenista.

***Quedan excluidos spots publicitarios así como campañas institucionales.**

2. El tiempo máximo de duración será de 20 minutos.
3. Los trabajos deberán ser enviados en disco compacto, mandando para ello dos copias del original.
4. En la misma caja del compacto (a manera de portadas) deberá manejarse la ficha técnica del trabajo, así como una sinopsis del mismo. Sin olvidar los datos personales del autor (domicilio, escuela de procedencia, e-mail, etc.)
5. Cada disco compacto deberá estar rotulado por separado.
6. La ficha técnica que se incluye en la caja del disco compacto, deberá enviarse por separado en una sola hoja, incluyendo además los datos personales de quién lo envía.

REQUISITOS Y CARACTERÍSTICAS GENERALES:

- 1) Podrán participar todos los alumnos de las carreras de comunicación, de las distintas universidades del país.
***Sólo en la categoría de cine queda abierta también para egresados que hayan concluido sus estudios entre 1998 y 2000.**
- 2) Únicamente se aceptarán dos trabajos por participante
- 3) En cada una de las categorías participan sólo los trabajos que hayan sido realizados entre los años de 1998 y 2000.
- 4) Todos los trabajos deberán ser acompañados de una carta institucional (con sello y firma de las autoridades correspondientes) en donde otorguen el visto bueno a los lineamientos y características de la muestra.
- 5) En caso de que el concursante no asista al encuentro CONEICC, sus trabajos serán devueltos con el representante de asamblea de su institución.
- 6) Las copias de los trabajos no tendrán devolución por correo.
- 7) Los trabajos seleccionados para formar la muestra sólo recibirán un reconocimiento especial por su participación en la misma.
- 8) Las fechas de registro y recepción para los trabajos serán a partir de la publicación de esta convocatoria, y hasta el 31 de agosto del año en curso, incluida la misma fecha en el matasellos del correo. Después de esta fecha, no se tomará en cuenta ningún material.
- 9) En caso de que su trabajo sea seleccionado, se avisará con anticipación para realizar los trámites correspondientes.

INSCRIPCIONES Y ENVIOS

Universidad Autónoma de
Aguascalientes (U.A.A.)
Centro de Ciencias Sociales y
Humanidades
Departamento de Comunicación
Av. Universidad # 940
Edif. 105, Cd. Universitaria
C.P. 20100,
Aguascalientes, Ags

Muestra de Cine y Radio, dirigirse a la
coordinadora de la muestra L.C.M.M. Karla
Karina Delgado Velázquez, correo
electrónico: kdelga@correo.uaa.mx

Muestra de Vídeo y fotografía, dirigirse a
L.C.M.M. Silvia Esthela Salinas Ortega,
cuenta de correo: ssalinas@correo.uaa.mx

. NOTA: Si la inscripción se envía por correo electrónico, la fecha de inscripción es hasta las 24 horas del 31 de agosto.



CCC
AI
1298

XI ENCUENTRO NACIONAL CONEICC

“EL IMAGINARIO SOCIAL DEL COMUNICADOR”

FECHA Y SEDE

3, 4 y 5 de octubre de 2001.

Universidad Autónoma de Aguascalientes.

I. OBJETIVO PRINCIPAL: “Reflexionar sobre qué referentes construyen su realidad cotidiana los diversos actores de la comunicación y la presencia del imaginario en estos procesos”.

II. OBJETIVOS PARTICULARES:

1. Reunir a los diversos actores de la comunicación: directivos, académicos e investigadores, alumnos y profesionales en torno al “Imaginario Social de la Comunicación”.
2. Discutir sobre el papel de la comunicación en la construcción simbólica de la realidad y el imaginario del comunicador.
3. Abrir espacios de diálogo entre los diversos actores de la comunicación para intercambiar experiencias y para contrastar desde dónde construyen su realidad cotidiana y cuales son sus imaginarios.

III. EJES TEMÁTICOS DEL ENCUENTRO:

1. “La generación de conocimiento en la construcción simbólica de la realidad y del imaginario de la comunicación”. Coordinador.- Mtro. Héctor Gómez Vargas, UIA León (hector.gomez@leon.uia.mx)

Modalidad de participación: Ponencias enviadas por académicos e investigadores.

- **El imaginario de la comunicación desde los planes o proyectos de vida de académicos y otros profesionales.** Mesas de trabajo con académicos y egresados para acercarse a la construcción de su realidad cotidiana y de sus imaginarios, a partir de sus conocimientos y vivencias. Para ello, se ofrece el espacio de mesas de trabajo por áreas académicas, para propiciar el *intercambio de experiencias* entre realidades y contextos diversos. En un espacio adicional, se promueve la *discusión teórica* sobre el imaginario desde diversos enfoques. Ambas vertientes (experiencias y teorizaciones) se remiten al papel de las Escuelas de Comunicación en la construcción del imaginario sobre el ejercicio de la profesión.

3. **“¿Realidad o imaginario profesional de la comunicación?”** Coordinadores: Mtro. José Carreño Carlón, Mtra. Claudia Benassini Félix, UIA Santa Fe (claudia.benassini@uia.mx)

Modalidades de participación.- Profesionales de la comunicación ubicados en los siguientes campos con sus diversas vertientes:

- Comunicación Gráfica/Diseño.
- Comunicación Organizacional.
- Multimedia.
- Prensa.
- Producción audiovisual (Radio, Televisión y Video).
- Promoción, Publicidad y Mercadotecnia.
- Relaciones Públicas.

Este eje pretende reunir a profesionales de los diversos campos en los que se ejerce la comunicación, con el propósito de intercambiar experiencias, a partir de sus biografías individuales, y en torno a dos miradas que no necesariamente se contraponen entre sí, ni dan lugar a dos mesas de trabajo diferentes:

- **El imaginario de la comunicación en el plan o proyecto de vida de los profesionales.** ¿Son egresados de las carreras de comunicación? ¿Trabajan en el campo en el que planeaban hacerlo cuando eran estudiantes? ¿Cómo se insertaron en sus diversos campos? ¿Cuáles son sus rutinas sus experiencias profesionales y sus imaginarios?
- **El imaginario profesional de la comunicación.** ¿Cómo visualizan el campo profesional en el que se desempeñan? ¿Qué expectativas laborales existen? ¿Cuál es su percepción de las escuelas de comunicación?

IV. ORGANIZACIÓN ACADÉMICA DEL ENCUENTRO.- El Encuentro está planteado para realizarse en tres días, bajo la siguiente dinámica:

1. Cada día se destinará a un eje temático en particular. De esta forma, los asistentes al Encuentro podrán seleccionar las opciones de su interés en función de la oferta.
2. Las jornadas diarias iniciarán con un diálogo entre especialistas en el tema, moderado por un académico o directivo. Este formato pretende romper la

14:15-16:00	COMIDA
16:00-20:00	TALLERES PARA PROFESORES SESIÓN DE TRABAJO: FAMILIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN GRUPOS DE DISCUSIÓN CON ALUMNOS PANEL: XX ANIVERSARIO DE FELAFACS
19:00-22:00	MUESTRA DE CINE
20:00-21:00	PREMIO DE TESIS CONEICC PRESENTACIÓN DE LIBROS
21:00	EVENTO SOCIAL

JUEVES 4 DE OCTUBRE

HORA	EVENTO
8:30-9:00	TRASLADO A LAS INSTALACIONES DE LA UNIVERSIDAD
9:15-10:45	CONFERENCIA MAGISTRAL EJE TEMÁTICO 2
10:45-11:00	RECESO
11:00-12:30	MESAS DE TRABAJO EJE TEMÁTICO 2: DIRECTIVOS: 1.- VOCALÍA NOROESTE 2.- VOCALÍA NORESTE 3.- VOCALÍA CENTRO OCCIDENTE 4.- VOCALÍA GOLFO SURESTE 5.- VOCALÍA VALLE DE MÉXICO
12:30-12:45	RECESO
12:45-14:15	MESAS DE TRABAJO: ACADÉMICOS, ALUMNOS, EXALUMNOS: 1.- VOCALÍA NOROESTE 2.- VOCALÍA NORESTE 3.- VOCALÍA CENTRO OCCIDENTE 4.- VOCALÍA GOLFO SURESTE 5.- VOCALÍA VALLE DE MÉXICO
14:15-16:00	COMIDA
16:00-20:00	TALLERES PARA PROFESORES SESIÓN DE TRABAJO: FAMILIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN GRUPOS DE DISCUSIÓN CON ALUMNOS PANEL: XX ANIVERSARIO DE FELAFACS
19:00-22:00	MUESTRA DE CINE
20:00-21:00	PRESENTACIÓN DE LIBROS
21:00	EVENTO SOCIAL

VIERNES 5 DE OCTUBRE

HORA	EVENTO
8:30-9:00	TRASLADO A LAS INSTALACIONES DE LA UNIVERSIDAD
9:15-10:45	CONFERENCIA MAGISTRAL EJE TEMÁTICO 3
10:45-11:00	RECESO

invita a estudiantes y académicos de tiempo completo o tiempo parcial de las Escuelas y Facultades de Comunicación, a participar en dos sesiones de trabajo académico, concebidas para lograr los siguientes objetivos:

- Conocer la propuesta teórico-metodológica que se desarrolla en la Red Iberoamericana de Investigación en Familia y Medios de Comunicación (FAMECOM)².
- Iniciar vínculos con los integrantes de la Red FAMECOM, a efecto de impulsar la investigación, a través de tesis de licenciatura o posgrado que se realicen en sus respectivas instituciones.
- Tener una visión panorámica en torno al procedimiento que se sigue en FAMECOM para investigar la interacción que las familias establecen con los medios de comunicación.

Coordinador: Mtro. Luis Alfonso Guadarrama Rico (lagr@coatepec.uaemex.mx), quien proporcionará mayor información a los interesados³.

- 3. GRUPOS DE DISCUSIÓN CON ALUMNOS:** Su objetivo general es abrir espacios de discusión entre académicos y alumnos sobre diversos temas a propósito del “Imaginario Social del Comunicador”. Los académicos interesados deberán presentar una propuesta⁴ con los siguientes requisitos:
- a) Los académicos interesados en organizar un grupo de discusión presentarán una propuesta con objetivos. El plazo para entregar propuestas vence el **15 de agosto de 2001**, pues es necesario circular las temáticas entre todas las escuelas.
 - b) Se indicará el número máximo de participantes.
 - c) Cada grupo entregará un documento sobre su experiencia, que se integrará a la Memoria general del Encuentro.

A la fecha se tienen registrados los siguientes grupos de discusión:

- “**Comunidades Virtuales**”; coordinador: Edgar Gómez Cruz, Universidad de Colima (egomez@cgic.ucol.mx)
- “**Arte Digital**”, coordinador: Hugo León, Universidad Intercontinental (hugoleon@yahoo.com)
- “**El cine y su recepción**”, coordinadora: Laura López Rivera, Universidad Intercontinental (laura_lopez@yahoo.com)
- “**El imaginario de la comunicación política en México**”, coordinador: Oscar Ochoa, ITESM Campus Monterrey (oochoa@campus.mty.itesm.mx)
- “**La creatividad en producción televisiva y el uso de la información**”, coordinador: Bernardo Russi, Universidad Intercontinental (brussi@uic.edu.mx)

² La Red FAMECOM aglutina el esfuerzo de seis universidades en México, tres de América del Sur y una institución española. Cuenta con página web. Más información sobre el trabajo de la Red en: <http://www.uaemex.mx/pwww/rifimc>

³ Quienes se inscriban a la sesión se dirigirán a los coordinadores y marcarán una copia a (claudia.benassini@uia.mx).

⁴ La propuesta se dirigirá a (claudia.benassini@uia.mx). Puede haber más de un grupo abierto sobre la misma temática.

Mtra. Dolly Espínola de la UAM-Xochimilco y el Mtro. Cristián Calónico, académico de esa institución y Coordinador General de “Contra el Silencio todas las Voces”.

VII. COSTO E INSCRIPCIÓN AL EVENTO

Hasta el día 2 de septiembre, la inscripción al Encuentro tiene un costo de \$450.00 para estudiantes y académicos. Después de esa fecha, y hasta el día del evento, el precio será de \$600.00

La cantidad puede depositarse en la cuenta del CONEICC número 0107822200 del Banco BBVA-BANCOMER (Plaza Monterrey, Sucursal 0202, Colonia Valle Rosario, Garza García Nuevo León.).

Para efectos de registro, así como de la expedición de las constancias; la ficha del depósito con el nombre del interesado claramente escrito, así como también el nombre de la institución de procedencia, se enviará a la Lic. Silvia Panzsi A. (Universidad de Monterrey) al fax 01 8 124 12 28. **Se sugieren las siguientes mecánicas de envío:**

1. Cada persona puede hacerlo por sí misma, cumpliendo los lineamientos antes descritos.
2. Que cada institución, se organice por delegación y recopile los comprobantes de inscripción de académicos y alumnos, y envíe por fax un listado a la U. de Monterrey (fax 01 8 124 12 28) con atención a Silvia Panzsi, con el fin de sistematizar la información y la elaboración de gafetes y constancias.

En cualquiera de los dos casos, es importante, que los interesados realicen su pago **antes del 2 de septiembre**, para que hagan el trámite con el descuento y para evitar aglomeraciones durante los periodos de registro e inscripción.

De cualquier manera, el Banco cuenta con una sucursal dentro de la UAA y otra frente a la misma, para quienes deseen hacer el trámite previo al Encuentro. **No se aceptará dinero en efectivo.**

La entrega de materiales y gafetes se llevará a cabo durante el martes 2 de octubre en la UAA y en el hotel sede. Así mismo, el miércoles 3 de octubre la entrega se realizará en el Teatro de la Ciudad. Para ello se instalarán mesas por Vocalía.

Para mayor información consulta la página del Consejo
http://hyperlab.politicas.unam.mx/coneicc/encuentro/xi_encuentro.htm

Encuentro Nacional CONEICC

CCC
AI
1298

EL IMAGINARIO SOCIAL DEL COMUNICADOR

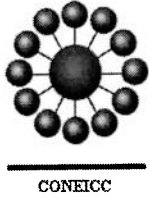
EJES TEMATICOS:

- 1.-La Comunicación en la construcción simbólica de la realidad y del imaginario de la Comunicación
- 2.-¿Realidad o imaginario de las escuelas de Comunicación?
- 3.-¿Realidad o imaginario profesional de la Comunicación?

- Conferencias Magistrales
- Mesas de Trabajo
- Grupos de discusión
- Talleres de Actualización Docente
- Sesiones de Trabajo entre Investigadores
- Presentación de Libros

información:
Claudia Benassini
e-mail: claudia.benassini@uia.mx

3, 4 y 5 de octubre de 2001
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Aguascalientes, México.



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

Estimados colegas, por este conducto me permito hacer de su conocimiento que, lamentablemente, el Dr. Jesús Martín-Barbero y la Dra. Rossana Reguillo, no podrán estar con nosotros durante el XI Encuentro de CONEICC tal y como se había planeado. Lo anterior obedece exclusivamente a problemas de agenda que se consideraban resueltos.

Quiero dejar en claro que la situación tiene que ver con un malentendido, en donde el Dr. Martín-Barbero y la Dra. Reguillo son quienes menos culpa tienen de todo ello.

Como alternativa a la propuesta de la conferencia Magistral, la Coordinación Académica ha invitado al Maestro Horacio Guajardo, al Dr. Raúl Fuentes y al Dr. José Carlos Lozano, para que participen de la misma. El formato y la temática se mantendrán sin cambios.

De antemano les agradezco mucho su comprensión por la anterior situación. También les pido me hagan el favor de difundir entre sus colegas y alumnos la modificación al plan original.

Atentamente

Atentamente.

Francisco Javier Martínez Garza
Presidente

Monterrey, Nuevo León, México a 10 de septiembre de 2001

CCC
AI
1298

Universidad de Colima
Facultad de Letras y Comunicación
Alumnos inscritos al XI Encuentro CONEICC

1° CS

- 1.- Berver Corona Maria Guadalupe
- 2.- Carbajal Berber Alexandro
- 3.- Del Toro Velasco Alejandra
- 4.- Mancilla Virgen Delia
- 5.- Treviño Amezcuca Ernesto Humberto

3° CS

- 1.- Gálvez Martell Nora Luz
- 2.- Rodríguez Soriano Lizet
- 3.- Jiménez Padilla Ramón
- 4.- Magaña Ruelas Lilia
- 5.- Alvarez López Aristani Janet
- 6.- León Zepeda Gonzalo
- 7.- Hernández Ceballos Luis Horacio
- 8.- Rodríguez Ríos Ana Carolina

5° CS

- 1.- Gutiérrez Sánchez Perla Marbella
- 2.- Guerrero Vega Ekaterin Lillian
- 3.- Culin Jaime Gretel
- 4.- García León Alina
- 5.- Cruz Andrade Adriana
- 6.- Alvarez Calderón Elvira
- 7.- Raygoza Ramírez Sol Citlalli
- 8.- Topete Jaramillo Julia Elizabeth
- 9.- Martínez Meléndrez Gabriela
- 10.- Alvarado Luna Edith
- 11.- Zermeño Cedeño Laura
- 12.- Castillo Ortiz Orlando Ascary
- 13.- Aguirre Zamora Elsa Lizeth
- 14.- Peña Vélez Diana Selene
- 15.- De la Mora Manuel
- 16.- Sánchez Romero Miguel Ángel
- 17.- Rojas Barbosa Lili

7° CS

- 1.- Zepeda Orozco Javier
- 2.- Hernández Vadillo Carlos
- 3.- De la Mora Osorio Héctor
- 4.- Flores Carrillo Juan Carlos
- 5.- Amezcuca Alcaraz Adriana Graciela
- 6.- Pérez Hernández Imelda
- 7.- Maldonado Ahumada Lluvia Isela
- 8.- Acevedo Torrejón Alejandra

7° LP

- 1.- López Virgen Esaú
- 2.- Rivera Pacheco Oscar

Universidad de Colima
Facultad de Letras y Comunicación
Alumnos inscritos al XI Encuentro CONEICC

(1ª Versión)

1° CS

- 1.- Mancilla Virgen Delia
- 2.- Berver Corona María Guadalupe
- 3.- Carbajal Berber Alexandro
- 4.- Treviño Amezcua Ernesto Humberto
- 5.- Del Toro Velasco Alejandra

3° CS

- 6.- Gálvez Martell Nora Luz
- 7.- Rodríguez Soriano Lizet
- 8.- Baltazar Angulo Sandra Lizet
- 9.- Magaña Ruelas Liliana
- 10.- Alvarez López Aristani Janet
- 11.- León Zepeda Gonzalo
- 12.- Hernández Ceballos Luis Horacio

5° CS

- 13.- Gutiérrez Sánchez Perla Marbella
- 14.- Guerrero Vega Ekaterin Lillian
- 15.- Culin Jaime Gretel
- 16.- García León Alina
- 17.- Cruz Andrade Adriana
- 18.- Alvarez Calderón Elvira
- 19.- Raygoza Ramírez Sol Citlalli
- 20.- Topete Jaramillo Julia Elizabeth
- 21.- Martínez Meléndrez Gabriela
- 22.- Alvarado Luna Edith
- 23.- Alvarez Mendoza Laura
- 24.- Zermeño Cedeño Laura
- 25.- Castillo Ortiz Orlando Ascary
- 26.- Aguirre Zamora Elsa Lizeth
- 27.- Del Toro Camacho Sofía
- 28.- Rodríguez García Rocío Guadalupe
- 29.- De la Mora Manuel

7° CS

- 30.- Sánchez Reyes José Edgar
- 31.- Zepeda Orozco Javier
- 32.- Hernández Vadillo Carlos
- 33.- De la Mora Osorio Héctor
- 34.- Flores Carrillo Juan Carlos
- 35.- Amezcua Alcaraz Adriana Graciela
- 36.- Pérez Hernández Imelda
- 37.- Maldonado Ahumada Lluvia Isela
- 38.- Acevedo Torrejón Alejandra
- 39.- Chávez Martínez Francisco Javier

7° LP

- 40.- Rivera Pacheco Oscar