

La comunicación en el imaginario de los estudiantes. Exploraciones empíricas y retos epistemológicos y pedagógicos

Autora: Dra. Marta Rizo García, Universidad Autónoma de la Ciudad de México

mrizog@yahoo.com

Resumen

Partiendo de la triple condición de la comunicación (como campo académico, educativo y profesional), se presentan las particularidades del campo de conocimiento de la comunicación y se ofrecen datos exploratorios sobre los imaginarios de los estudiantes en torno a la comunicación y su estudio, sus motivaciones, sus expectativas de la carrera y sus preferencias profesionales. Ello permite una aproximación desde dos perspectivas que se retroalimentan: la de la comunicación como práctica académica y la de la comunicación como práctica educativa. Interesa dar cuenta de algunos de los debates en torno a la naturaleza de nuestro campo de conocimiento, sus aciertos y debilidades, sus logros y obstáculos. E interesa, también, dar la voz a los actores más importantes del campo educativo: los estudiantes. Esta apuesta da como resultado una exploración (resultante de una investigación empírica realizada en la Ciudad de México) de las cosmovisiones que tienen los estudiantes de comunicación en México, delos porqué y para qué de su elección de la comunicación como carrera. Exploración que nos permite a quienes nos dedicamos a la docencia e investigación, conocer lo que nuestros estudiantes imaginan que es no sólo el fenómeno comunicativo sino también el propio campo para el que se están formando.

Palabras clave

Comunicación, campo académico, campo educativo, imaginarios, estudiantes.

61

La comunicación en el imaginario de los estudiantes. Exploraciones empíricas y retos epistemológicos y pedagógicos

Tabla de Contenidos:

1. Una introducción al contexto de la investigación: la comunicación como fenómeno y como campo académico, educativo y profesional
 - 1.1. La triple condición de la comunicación
2. Hablan los estudiantes: imaginarios, certezas, dudas y expectativas sobre los estudios de comunicación
3. La necesidad de alimentar la discusión sobre la formación de comunicadores y comunicólogos: retos pedagógicos y epistemológicos
4. Bibliografía

"Después de todo, no es con cables, lentes y hojas de papel con lo que trabaja un comunicador, sino con significaciones, valores y mediaciones entre sujetos. Al menos, con esto es con lo que tendría que trabajar, generando satisfacciones a las necesidades de comunicación de los actores sociales. Los instrumentos son inútiles si no se sabe usarlos, pero peligrosos si sólo se sabe usarlos pero no se sabe para qué. Por ello la aportación universitaria limitada a la preparación acrítica de técnicos es no sólo una pobre aportación a la sociedad, sino un obstáculo a la satisfacción de sus necesidades"

Raúl Fuentes Navarro (1986: 72).

1. Una introducción al contexto de la investigación: la comunicación como fenómeno y como campo académico, educativo y profesional

La comunicación es un fenómeno intrínseco a la naturaleza humana, y como tal, puede y debe interesar a todos los campos de conocimiento y a todas las personas. Pero una cosa es el fenómeno de la comunicación y otra muy distinta es la reflexión sobre el fenómeno, su análisis, su crítica. Este nivel de reflexión implica superar el sentido común y requiere usar aparatos teóricos:

"La teoría puede ser una herramienta práctica para poder pensar reflexivamente las cosas que hacemos todos los días, para intentar comprenderlas más allá de las primeras impresiones" (Von Sprecher y Boito, 2010: 27).

El conocimiento que se genera sobre la comunicación no nace exclusivamente en los estudios formales sobre el tema. Todos pensamos la comunicación, la practicamos y decimos cosas sobre ella. Unos La relacionamos con los medios y las tecnologías, otros con las relaciones interpersonales, otros más con las empresas de telecomunicaciones, y otros con cualquier manifestación lingüística que sirve a los seres humanos para expresarse.

En esta ponencia se exploran los imaginarios que sobre la comunicación tienen los jóvenes que actualmente estudian la carrera de comunicación en la Ciudad de México. Se ha tomado únicamente como escenario de la investigación a esta gran ciudad, como botón de muestra de lo que está sucediendo, probablemente, en muchos otros espacios geográficos del país. Se trata de un estudio de caso exploratorio, que más que poner sobre la mesa verdades absolutas, pretende motivar la reflexión de todos aquellos que de una u otra forma nos encontramos vinculados con la enseñanza de la comunicación.

Las siguientes páginas invitan a la reflexión en torno a los *porqués* del estudio de la comunicación, a partir de la exploración de las ideas, percepciones y concepciones que los estudiantes expresan. Pero también son una provocación para los que nos dedicamos a la enseñanza de la comunicación: ¿sabemos las expectativas con las que llegan los estudiantes que tenemos en el aula? ¿Conocemos qué esperan de los estudios de comunicación? Y si lo conocemos, ¿qué hacemos para tratar de cubrir dichas expectativas o para garantizar que la formación que los estudiantes recibirán se acerque a lo que ellos esperan obtener?

1.1. La triple condición de la comunicación

La comunicación nace como objeto de estudio a principios del siglo X; se consolida, aún como objeto, a mitades de ese mismo siglo, y hoy, más de cinco décadas después, sigue siendo un objeto sin una teoría consolidada que lo aborde con solidez.

La pregunta por la cientificidad de la comunicación ha dado lugar a múltiples posicionamientos, reflexiones y propuestas. Como afirma León Duarte (2009), "las cuestiones centrales que patentiza el campo académico de la comunicación, y los desafíos que en la actualidad se le presentan a su investigación, tienen que ver fundamentalmente con su estatuto disciplinario". Si la comunicación más bien es un campo inter y transdisciplinario, parece poco factible hablar de la comunicación como una ciencia, pues para que un conjunto de conocimientos se constituyan como ciencia se requiere la búsqueda de una verdad universal como valor supremo; la verificación empírica o contrastación con el mundo real y natural, y la objetividad. Toda vez que el conocimiento generado en el campo de la comunicación no cumple a cabalidad con estos requisitos, la comunicación está más cercana al concepto de campo: "Un campo de conocimiento desde el cual se puede comprender, interpretar e intervenir a múltiples niveles los procesos de interacción y significación a través de la creación, circulación y usos de medios y tecnología y de formas simbólicas con multiplicidad de perspectivas: social, cultural, ética, política, estética y económica, entre otras" (Pereira, 2005: 421).

Queda claro que la comunicación no se ha configurado ni como ciencia ni como disciplina. Pero no hay duda de que la institucionalización y la cultura académica que existe sobre el fenómeno comunicativo, que se observa en la

trayectoria de los estudios sobre comunicación, permiten hablar de un campo académico.

Pero la comunicación no sólo se investiga y se analiza, también se enseña, se aprende y se ejerce. He aquí la naturaleza tripartita de la comunicación: campo científico-académico, campo educativo y campo profesional. La investigadora brasileña María Immacolata Vassallo aplica el concepto de campo de Pierre Bourdieu a la comunicación, y sostiene lo siguiente: "el campo académico de la comunicación está constituido por: un conjunto de instituciones de educación superior destinadas al estudio y a la enseñanza de la comunicación, donde se produce la teoría, la investigación y la formación universitaria de los profesionales de la comunicación. Lo que implica que en ese campo se pueden identificar varios subcampos: *el científico*, implicado en prácticas de producción del conocimiento: la investigación académica tiene la finalidad de producir conocimiento teórico y aplicado por medio de la construcción de objetos, metodologías y teorías; *el educativo*, que se define por prácticas de reproducción de ese conocimiento, es decir, mediante la enseñanza universitaria de materias relacionadas con la comunicación, y *el profesional*, caracterizado por prácticas de aplicación del conocimiento y que promueve vínculos variados con el mercado de trabajo" (Vassallo, 2002: 4).

Son varios los trabajos que abordan los asuntos específicos del campo científico de la comunicación. Son menos las aproximaciones al campo profesional de la comunicación, que más bien se ha concebido como un ejercicio profesional del cual se ha dicho poco en términos académicos. Y aunque las exploraciones del campo educativo han proliferado en las últimas décadas, con trabajos que ponen énfasis en los modelos de enseñanza, en las estrategias pedagógicas, en los campos laborales y en el diseño curricular, por citar algunos temas, llama la atención que pocos de estos trabajos toman

como sujetos del estudio a los propios estudiantes. Podríamos decir que la comunicación como campo educativo ha sido más abordada desde el punto de vista de quienes la planifican y la enseñan, y no tanto desde quienes la aprenden.

Al ser objeto cognitivo y práctica profesional, y al denominar a un campo tanto educativo como académico-científico, la comunicación se encuentra en una especie de encrucijada. Si a ello añadimos la propia ambigüedad del término de comunicación, la confusión se acrecienta. A decir de Fuentes (2001: 10), "esta ambigüedad original del concepto de comunicación, que es más que una dificultad de lenguaje, ha condicionado su estudio".

En este contexto confuso, el campo académico de la comunicación "tiene aún serias deficiencias en cuanto a la conquista de su autonomía relativa, clave inseparable de su legitimidad académica y social" (Fuentes, 2008: 74). Pero no es éste el espacio para seguir expresando que la comunicación es un espacio académico confuso. Lo que aquí interesa es centrar la atención en el campo educativo, y hacerlo, como ya se dijo anteriormente, desde las miradas de los actores básicos del aprendizaje de la comunicación: los estudiantes.

Los espacios educativo y académico de la comunicación padecen algunos lastres que no se observan con tanta fuerza en el campo profesional, que parece tener las cosas más o menos resueltas. El primer lastre que la comunicación debe superar es la indefinición del objeto de estudio, pues si tomamos en cuenta la polisemia del término "comunicación" podríamos llegar al extremo de decir que "todo es comunicación", y ello no ayudaría a su estudio. Además, el socio-centrismo y el media-centrismo de la comunicación han hecho que este campo transite por extremos que en muchas ocasiones han permanecido independientes unos de los otros. Tan es así que existen concepciones del campo de la comunicación que aseveran que la enseñanza

de la comunicación debe apuntar únicamente a la formación de una suerte de sociólogos de la comunicación; y en el otro extremo, dominan con fuerza aquellos planteamientos que conciben a la comunicación como sinónimo de los medios. Ante estos extremos que transitan de lo socio-céntrico a lo media-céntrico, es clave que la comunicación encuentre su espacio integre ambas concepciones, en aras de ofrecer claridad a quienes estudian comunicación, a quienes diseñan los planes de estudio y a quienes la investigan.

2. Hablan los estudiantes: imaginarios, certezas, dudas y expectativas sobre los estudios de comunicación

Sobre la carrera de comunicación existen muchos mitos que no deben ser ignorados, sobre todo tomando en cuenta que en México ésta es una de las carreras con mayor demanda desde hace décadas. Hay miradas pesimistas que no le ven mucho futuro a estudiar comunicación, por esta condición de sobredemanda. Otros prefieren ver a la comunicación como un área que, nunca como hoy, presenta importantes oportunidades de desarrollo profesional.

Sea cual sea el punto de vista, lo que es un hecho es que los planes de estudio de comunicación contienen una gran amplitud de áreas y campos de conocimiento; algo que, pese a poder ser un síntoma de la riqueza del campo, genera mucha confusión en torno a la manera como estamos formando a los comunicadores y comunicólogos. Prueba de ello es la misma forma de nombrar los planes de estudio en comunicación¹. El sentido común asocia la comunicación casi automáticamente con los medios, de tal forma que pocas personas se atreverían a dudar de la relación entre estudiar comunicación y desarrollarse profesionalmente en los medios audiovisuales, la publicidad, la prensa escrita o las tecnologías de información y comunicación. También existe consenso en torno a otras áreas de formación de comunicólogos, tales

como la comunicación organizacional y la comunicación política. Y más aún, también serían pocas las personas que consideraran extraño que en las carreras de comunicación existan materias más orientadas a la teoría y a la metodología.

Ya desde los años 90, esta diversidad intrínseca a los estudios de comunicación fue leída por algunos autores en términos de debilidad. Basta recuperar las palabras que en ese entonces expresaba Guillermo Orozco. El autor afirmó que la comunicación adolecía de una "deficiencia congénita" (Orozco, 1992: 41) que se manifestaba en los siguientes síntomas: la escisión entre técnica y espíritu; la separación entre teoría y práctica y entre enseñanza e investigación; la ambigüedad de la denominación "ciencias de la comunicación"; y el reduccionismo de asociar la comunicación únicamente con los medios.

El estudio de la comunicación es substancial porque es la base de toda relación humana. Pero ello no parece tener mucho que ver con los imaginarios que asocian la comunicación casi exclusivamente con los medios.

Si bien muchos de los grandes inventos del siglo XX y de lo que llevamos de siglo XXI tienen que ver con los medios de comunicación, y ello puede ser un rasgo atractivo para los estudiantes, no está del todo claro si este papel social que juegan los medios es una motivación cabal para los jóvenes que deciden acceder a carreras universitarias de comunicación. ¿Será esta importancia innegable de los medios como agentes socioculturales una de las principales motivaciones de los estudiantes? O más bien, ¿los medios son vistos como vehículos para crear y difundir contenidos de diferente naturaleza y muchos jóvenes estudian comunicación para capacitarse técnicamente para ello?

El estudio de la comunicación también es sustancial porque, en principio, los egresados de carreras de comunicación deben tener habilidades para diagnosticar problemas relacionados con la comunicación, y proponer, si no soluciones definitivas, sí pistas para reducir esos problemas. ¿Hasta qué punto esta formación orientada a la solución de problemas de comunicación está en el centro de las motivaciones de los estudiantes?

Queda claro que estudiar comunicación puede significar un sinfín de cosas simultáneamente. Algunos estudian comunicación para ser diseñadores de mensajes, difusores de información, creadores de contenidos. Otros, quizás en menor medida, para intervenir sus entornos próximos a partir de herramientas de investigación que les permitan conocer más acerca de los fenómenos comunicativos y proponer soluciones a problemáticas vinculadas con éstos. Las dimensiones creativa, asociada con la adquisición de habilidades técnicas, e investigativa, asociada con la adquisición de habilidades cognitivas, coexisten en gran parte de los planes de estudio en comunicación. Ahora bien, ¿conviven con claridad? ¿Se vinculan de forma óptima para lograr una formación integral de los estudiantes? O por el contrario, ¿permanecen como áreas formativas separadas que pocas veces se cruzan?

Estudiar los imaginarios de la comunicación desde la mirada de los estudiantes aporta datos sugerentes para ver hasta qué punto las carreras de comunicación satisfacen a sus estudiantes y los capacitan para los campos profesionales a los que éstos desean incorporarse.

Una revisión de algunos de los planes de estudio en comunicación en México nos permite afirmar lo siguiente: 1) La mayoría de planes de estudio incluye rasgos de los modelos formativos referidos por Raúl Fuentes Navarro (1996: 139 y ss.)², combinando aspectos de formación en habilidades

técnicas con aspectos de formación teórica y metodológica; 2) La combinación no siempre da lugar a un plan de estudios congruente o, al menos, percibido como una unidad lógica que se enfoca con claridad a la formación de estudiantes con un determinado perfil; y 3) En la mayoría de perfiles de egreso se aprecia una mayor presencia de la formación orientada a los profesionales "prácticos" de la comunicación.

A continuación se presentan algunos de los resultados de la investigación empírica sobre los imaginarios que tienen los estudiantes en torno a la comunicación en sus múltiples vertientes³. Ante la pregunta de *¿por qué decidiste estudiar comunicación?*, se obtuvieron respuestas muy diversas, en algunos casos contradictorias. Ello lo observamos cotidianamente en el aula quienes nos dedicamos a la labor docente en alguna carrera de comunicación: los estudiantes no saben con total certeza por qué eligieron esta carrera, y si lo saben, establecen como motivaciones aspectos como "para aprender a escribir", "para dedicarme al cine", "para investigar" o "para ser periodista". Respuestas de tal ambigüedad son síntoma de que algo no marcha bien, de que los planes de estudio no son lo suficientemente claros para quienes los leen, de que los perfiles de egreso son excesivamente amplios y dan la idea de una formación integral que, cotidianamente, muchos llaman "todología".

Ya hemos visto que es el campo educativo el que acarrea gran parte de los problemas no resueltos en el espacio académico. La falta de identidad del campo de conocimiento, la dificultad para enunciar con claridad su objeto de estudio, la ausencia de vínculos claros entre academia y sociedad, la poca articulación entre teoría y práctica y la confusión emanada de la triple condición de la comunicación, son algunas de las principales problemáticas que, siendo centrales en el campo académico de la comunicación, aparecen

con fuerza en el campo educativo. Los estudiantes parecen identificar, como veremos, algunas de estas problemáticas.

Salta a la vista un dato interesante: un 80% de los encuestados está estudiando la carrera que siempre quiso estudiar. Aquí se aprecia que existe satisfacción por parte de los estudiantes, cuando menos por estar estudiando la carrera de su preferencia. Los datos anteriores se confirman con las respuestas obtenidas de la pregunta *¿Qué tan satisfecho estás de estudiar comunicación?* Al respecto, obtuvimos que un 35% está satisfecho, un 30% está muy satisfecho y un 30% está completamente satisfecho. La satisfacción quedó también plasmada en los grupos de discusión, de los que destacamos las siguientes expresiones: *"Estoy estudiando lo que siempre quise estudiar... desde la Prepa quería estar en Comunicación porque me gusta el periodismo y todo eso de los medios"* (G01-UACM-M-21); *"Pues yo creo que la comunicación es fundamental para que nuestro país sea más democrático, ¿no? ... en las escuelas nos tienen que formar para que ayudemos a esto"* (G03-UAM-H-20); *"La mera verdad la elegí porque fue la que más me latió cuando vi los papeles de la universidad, pero no sabía muy bien para qué me iba a servir, pero ahora estoy contenta, me gusta lo que aprendo y creo que es un reto muy grande formarnos como comunicadores"* (G05-UIA-M-22).

Ahora bien, ¿por qué estos estudiantes eligieron estudiar la Licenciatura en Comunicación y no otra? En las expresiones de los grupos recuperadas más arriba se da cuenta de algunas de las motivaciones que llevaron a los estudiantes a elegir la carrera de comunicación. En el caso de la encuesta, se solicitó a los estudiantes enumerar las tres principales razones que los motivaron a elegir como primera opción la carrera de comunicación. Con respecto a las primeras razones, destacan el obtener un título (40%), obtener trabajo (15%) y trabajar en medios de comunicación (10%); las segundas

razones fueron obtener un trabajo (25%), trabajar en medios de comunicación (20%) y obtener un mejor salario (15%); y por último, como tercera razón señalaron trabajar en medios de comunicación (25%) y obtener un mejor sueldo (15%). Como se puede observar, estas respuestas apuntan más hacia la expectativa de un mejor nivel de vida y un ascenso social, y no tanto a la voluntad de formación *per se*. En las respuestas se aprecia la presencia del campo profesional de los medios, que es el que suele estar más anclado a los imaginarios de los estudiantes. Posteriormente se les preguntó acerca de las ventajas e inconvenientes que le encontraban a la carrera: con respecto a las primeras, destacan que enseña a investigar, que ofrece herramientas prácticas y que forma para trabajar en varios lugares, además de que es una carrera amplia. En cuanto a los inconvenientes, los estudiantes señalaron que es una carrera excesivamente amplia, que no forma para trabajar en medios y que está desligada del ámbito profesional.

Las ventajas e inconvenientes que los estudiantes observan ponen de manifiesto dos de los problemas básicos del campo que ya hemos apuntado anteriormente: la dificultad de delimitar su objeto de estudio y la tensión no resuelta teoría y práctica. Observamos lo anterior en la percepción de que la carrera es muy amplia (algo que, paradójicamente, aparece como ventaja e inconveniente), ambigua y que no forma para trabajar en los medios.

Por otra parte, vemos con asombro que varios estudiantes señalan como ventaja la formación metodológica y teórica, y la percepción de que la carrera los forma para trabajar en varios lugares, algo que podemos vincular con la ambigüedad de la carrera. En la misma línea se sitúan los discursos obtenidos de los grupos de discusión en torno a las ventajas e inconvenientes, de los que destacamos las siguientes expresiones: *"Pues yo creo que lo bueno de nuestra carrera es que nos da un panorama bastante amplio de lo que es la*

comunicación y que no solo nos enfoca a los medios (...) podemos hacer más cosas como comunicólogos" (G07-UC-M-22); "Lo que más me gusta es que nos dan herramientas prácticas, ¿no?, pero bueno tampoco lo podemos ver todo, porque nos falta infraestructura, pero yo creo que con lo que nos dan tenemos bastante formación para poder trabajar en varias cosas" (G01-UACM-M-23); "A mí me gusta particularmente que nos dan teoría. Cuando entré pensaba que solo habría práctica y la verdad es que muchas cosas prácticas las podemos aprender por nuestra cuenta, pero a mí me gusta que nos enseñan a investigar, ¿no?" (G03-UAM-H-24). Como se observa, los estudiantes expresan que están estudiando una carrera muy amplia, pero consideran que están recibiendo una buena formación teórica y práctica. Pese a ello, son también conscientes de las desventajas: "Nos hacen leer muchísimo pero luego no sabemos casi nada de lo que pasa en la realidad, yo creo que nos dan mucha teoría y poca práctica, y siento que no me preparan del todo para los medios" (G06-UVM-H-19); "No sé muy bien para qué me sirven algunas materias que nos dan, o sea, las de práctica si queda claro para qué, ¿no? Pero luego tenemos muchos cursos de teoría que no tienen nada que ver" (G04-UA-H-23).

Las ventajas e inconvenientes de la carrera están relacionadas con las expectativas de los estudiantes. Al respecto, destaca que una cuarta parte de los encuestados tiene como principal interés dedicarse a los medios audiovisuales, seguido de la voluntad de aprender el oficio de periodista y el obtener conocimientos prácticos. Los datos presentados hasta el momento guardan un estrecho vínculo con los campos profesionales que los estudiantes imaginan para su inserción laboral: llama la atención que, pese al auge tecnológico actual, los estudiantes siguen asociando el campo de la comunicación con medios tradicionales como la televisión y, en menor medida,

la prensa, el cine y la radio. Ello se debe, quizás, a que los estudiantes se perciben como usuarios de la tecnología, pero no tienen total claridad en torno a qué podrían hacer como profesionales en este campo de lo digital.

Los datos anteriores se confirman, en cierto modo, con los trabajos a los que dicen aspirar los estudiantes una vez que obtengan su título: destacan como primera opción el tener su propio medio de comunicación (20%) y trabajar en un medio de comunicación reconocido (15%); como segunda opción, dedicarse al mundo académico (15%) y nuevamente tener su propio medio de comunicación (15%); y como tercera opción, dedicarse al mundo académico (22%), trabajar en una ONG u organización de la sociedad civil (20%) y trabajar en una oficina de gobierno (15%). Estas aspiraciones abren el panorama de lo que para los estudiantes significa estudiar comunicación, pues la comunicación no sólo se asocia con el trabajo en medios, sino que también aparecen el mundo académico y el trabajo aplicado en instituciones.

Con respecto al concepto de comunicación, los estudiantes asocian la comunicación principalmente con un proceso de construcción de sentido (32%), con lo que distingue a los seres humanos de otros seres vivos (22%) y con la difusión de información de un medio a varias personas (18%). Cabe destacar que como cuarta opción, con un 15% de respuestas, los estudiantes asociaron la comunicación con el vínculo y la comunión, la definición que acerca más el concepto a su sentido etimológico. Estas percepciones son gratificantes, toda vez que los datos parecen confirmar que, aunque los estudiantes asocian sus expectativas profesionales en mucha medida con el trabajo en los medios, no reducen la comunicación a éstos.

Por otra parte, cuando se preguntó a los estudiantes sobre cuestiones más vinculadas con el estatuto académico del campo, la mayoría, un 65%, consideró que la comunicación es, por igual, un campo de conocimiento y un

oficio, aunque un porcentaje considerable (25%) afirmó que la comunicación es más un campo de conocimiento que un oficio. La casi totalidad de los encuestados, casi un 90%, afirmaron que la comunicación es, también, un objeto de estudio de las ciencias sociales y, simultáneamente consideraron que la comunicación es una disciplina (85%). En las conversaciones sostenidas con los estudiantes sucede algo similar. Si bien la mayoría de estudiantes afirma que la comunicación es un objeto de estudio de diferentes disciplinas sociales, también son muchas las voces que reclaman una mayor entidad disciplinaria a nuestro campo: *"Me parece que no podemos seguir siendo una ciencia residual, pues además de que la comunicación es un objeto de estudio que puede ser investigado por otras ciencias, creo que debemos estar convencidos de que la comunicación también es una ciencia". (G07-UC-M-20); "En muchas materias aprendemos a investigar los fenómenos de la comunicación, entonces yo pienso que sí tenemos una historia como disciplina pero que también tenemos que dialogar con otras ciencias y ser más interdisciplinarios" (G06-UVM-H-23); "Es un poco complicado, ¿no? Porque la comunicación está en todos lados y la podemos investigar nosotros pero también es un oficio y además también otras disciplinas pueden investigarla" (G05-UIA-M-21).*

La triple condición de la comunicación, como campo académico, como campo científico y como campo profesional, parece estar muy presente en los imaginarios de los estudiantes. Ahora bien, ¿para qué están capacitados los estudiantes a nivel licenciatura? La falta de articulación óptima entre la teoría la práctica hace complicado que los estudiantes sean capaces de integrar los saberes académicos y los saberes técnicos que reciben a lo largo de su formación. Si bien existe esta percepción de la posibilidad de desarrollarse en el campo académico, se aprecia que gran parte de los estudiantes asocian el

campo académico con la práctica docente, y que son menos las referencias a la investigación.

3. La necesidad de alimentar la discusión sobre la formación de comunicadores y comunicólogos: retos pedagógicos y epistemológicos

En el contexto actual, en el que los fenómenos comunicativos evolucionan a un ritmo mucho más rápido que los estudios que los abordan, es menester repensar la formación de los profesionales de la comunicación. Los perfiles, como ya hemos visto, intentan abarcar mucho pero no están suficientemente claros; los contenidos programáticos van de lo generalista a lo muy particular, y no hay articulación clara entre estos dos extremos. Los anteriores son síntomas de que hoy nos sigue haciendo falta un arduo trabajo de reflexión en torno a la formación en comunicación. Una reflexión que no debe estar separada de las discusiones de corte más teórico-epistemológico-metodológico que se llevan a cabo cada vez con mayor frecuencia en los distintos espacios de encuentro académico a nivel nacional e internacional.

Es un hecho que la demanda del campo educativo de la comunicación va *in crescendo* desde hace ya varias décadas. Tampoco puede negarse que ante el vertiginoso crecimiento del número de facultades que ofrecen planes de estudio en comunicación han sido muchas las propuestas para repensar cómo estamos formando a los comunicadores y comunicólogos. La mayoría de propuestas, sin embargo, se han hecho desde la óptica de los docentes e investigadores, y en menor medida, desde las propias percepciones de los estudiantes.

La ambigüedad y dispersión del objeto académico de la comunicación se ha trasladado a las aulas, lo cual ha generado "una débil identificación social y

una concepción de 'presidencia' que golpea sistemáticamente los afanes y aspiraciones de los actores del campo por legitimar su saber y su saber hacer" (Luna, 1994: 180).

Pese a que no parece haber claridad cabal en torno a los *para qué* de la formación de los profesionales de la comunicación, la mayoría de instituciones han entendido que la formación no debe estar orientada exclusivamente a lo técnico, y por ello es frecuente encontrar planes de estudio que combinan materias teóricas y materias prácticas, cursos orientados a la investigación y cursos de adquisición de habilidades para el diseño de mensajes, etc. Pese a esta integralidad de la mayoría de perfiles, en el imaginario de los estudiantes de comunicación siguen teniendo un lugar central los medios de difusión "tradicionales", y en menor medida, las tecnologías de información y comunicación digital.

En este contexto, tratar de hacer coincidir los imaginarios, expectativas y motivaciones de los estudiantes con la oferta y los perfiles que se plasman en los planes de estudio, parece una tarea difícil de lograr. Y quizás sea, además, una labor indeseable, pues no estamos seguros que deba haber correspondencia absoluta entre demanda y oferta: de lo que se trata, más bien, es de construir un proyecto académico sólido, que dé claridad a quienes se insertan a él y a quienes de una u otra forma se relacionan con él (como docentes, investigadores, empleadores, etc.). Aunque no podemos afirmar que el proyecto académico de la comunicación ha fracasado, las reflexiones que hemos presentado dan cuenta de que sigue habiendo problemas significativos que afectan no sólo al estatuto y legitimidad de nuestro campo de conocimiento, sino también a la propia naturaleza del campo educativo de la comunicación, es decir, a su enseñanza en las instituciones de educación superior.

4. Bibliografía

Caletti, Sergio. (1991) "Profesiones, historia y taxonomías. Algunas discriminaciones necesarias". *Diálogos de la comunicación*, 31, pp. 25-36. FELAFACS, Lima. En línea, disponible en <http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/31-revista-dialogos-profesiones-historia-y-taxonomia.pdf>

Fuentes Navarro, Raúl (1986) "Escuelas de comunicación y brechas tecnológicas en México", en CONEICC (1986) *Tecnología y comunicación*, UAM-Xochimilco y CONEICC, México.

Fuentes Navarro, Raúl (1996) *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. Universidad de Guadalajara-ITESO, Guadalajara.

Fuentes Navarro, Raúl (2001) "El ITESO y las ciencias de la comunicación. Notas para la contextualización de una historia particular", en Fuentes Navarro, Raúl (2001) *Comunicación, utopía y aprendizaje. Propuestas de interpretación y acción 1980-1996*, Guadalajara (Jalisco): ITESO, pp. 9-25.

Fuentes Navarro, Raúl (2008) "Profesionalización avanzada y consolidación académica de la investigación de la comunicación en México (2003)". En Fuentes Navarro, Raúl (2008) *La comunicación desde una perspectiva sociocultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007*, ITESO, Guadalajara, pp. 63-80.

León Duarte, Gustavo A. (2009) "Estrategias, posiciones y prácticas científicas en la enseñanza y la investigación de la comunicación en América Latina". Ponencia presentada en el XIII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, La Habana (Cuba), 19-22 de octubre de 2009. En línea,

disponible en http://www.dialogosfelafacs.net/descargas/APP1_Mexico%20-%20Gustavo%20Leon.

Luna Cortés, Carlos E. (1994) "El objeto académico en la enseñanza de la comunicación. Siete versiones y un comentario". En *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Vol. 6, Núm. 16-17, pp. 179-207. Universidad de Colima: Colima.

Orozco, Guillermo (1992) "De las disciplinas a los saberes. Hacia una reestructuración de la comunicación desde la academia". *Comunicación. Estudios venezolanos de comunicación*, Núm. 87, pp. 39-45. Caracas: Centro Gumilla. En línea, disponible en http://www.gumilla.org.ve/biblioteca/bases/biblo/texto/COM199487_39-45.pdf

Pereira, José M. (2005) "La comunicación: un campo de conocimiento en construcción". *Investigación y desarrollo*, Vol. 13, Núm. 002. Barranquilla (Colombia): Universidad del Norte. pp. 412-441.

Rizo García, Marta (2012) *Imaginario sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy*. Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona (España). En línea, disponible en http://incom.uab.cat/download/eBook_2_InComUAB_MRizo.pdf

Vassallo de Lopes, M. Immacolata y Fuentes Navarro, Raúl (2002) *Comunicación, campo y objeto de estudio*. ITESO, Guadalajara.

Von Sprecher, Roberto; Boito, María Eugenia (2010) *Comunicación y trabajo social*, Editorial Brujas, Córdoba (Argentina).

1 Al respecto, Caletti (1991) ofrecía hace ya más de dos décadas una clara síntesis: "Los distintos espacios institucionales de enseñanza e investigación fueron bautizados, de acuerdo a las concepciones político-epistemológicas de cada tiempo y lugar y una vez superada la etapa de formación periodística, de distintas maneras: como Ciencias de la Información, atadas al intento de formalización tecnocrática con que llega hasta nosotros el desarrollo de la cibernética; como Comunicación Social, recipiendaria de los impactos acumulados de la sociología de la dependencia, de las nociones críticas sobre la industria cultural, de la brusca inclusión de los sectores populares como actores posibles del drama comunicacional y de los primeros contactos fecundos con el instrumental semiológico para el análisis de este drama; y como Ciencias de la Comunicación, tendencialmente vinculada a esa nueva apertura problemática que sucede al agotamiento de los grandes paradigmas omnicomprensivos que despliega la diversidad de sus objetos posibles como dato irremisible de su propia constitución provisional, al tiempo que regresa a las prácticas específicas a buscar nuevas claridades (Caletti, 1991: 26).

2 Los modelos referidos son los siguientes: modelo de formación de periodistas, modelo del comunicador como intelectual y modelo del comunicador como científico social.

3 Esta investigación se desarrolló durante el año 2011 en la Ciudad de México, a partir de dos técnicas de investigación: la encuesta y el grupo de discusión. Las encuestas se aplicaron a un total de 560 estudiantes de Comunicación de varias universidades de la Ciudad de México. La mayoría fueron jóvenes de entre 18 y 25 años, repartidos casi por igual entre hombres y mujeres, provenientes el 70% de universidades públicas (Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Autónoma de la Ciudad de México) y el 30% de universidades privadas

(Universidad Iberoamericana, Universidad Anáhuac, Universidad de la Comunicación y Universidad del Valle de México). Poco más de la mitad de los estudiantes llevan de 2 a 3 años en la licenciatura, por lo que este porcentaje está cursando actualmente un semestre incluido del 1º al 6º. Con respecto a los grupos de discusión, se aplicaron un total de siete, cada uno con estudiantes de las universidades ya mencionadas. Los grupos cumplieron con el rigor metodológico en términos de número (todos se desarrollaron con cinco o siete estudiantes) y en términos de homogeneidad en cuanto a edades (en todos los casos los participantes fueron jóvenes entre 19 y 25 años) y género (se aplicaron tres grupos de mujeres, tres grupos de hombres y, a modo de prueba, un grupo mixto). El único criterio que no se aplicó a cabalidad fue el anonimato necesario para el desarrollo de los grupos, pues cada uno de éstos estuvo conformado por estudiantes de una misma institución, por lo que en algunos casos los participantes se conocían entre ellos. Ello no fue, sin embargo, un impedimento, toda vez que nos permitió verificar si los planes de estudio que proponen las instituciones tienen alguna incidencia en los imaginarios que sobre la comunicación tienen los estudiantes. Ver Rizo García, Marta (2012).