

El campo académico de la comunicación es muy amplio a no decir diverso; por otra parte se le caracteriza también por su desarticulación entre la enseñanza y la investigación, entre investigación y campos profesionales, entre éstos y la primera. Las tensiones entre campo profesional y académico son agudas. Lo que usualmente llamamos “campos académicos” de la comunicación se constituye por varios “subcampos” que no necesariamente se han desarrollado en forma articulada (Galindo y Luna, 1995). Cabe recordar –y este es un importante componente fenoménico del campo académico– la preexistencia de los dominios profesionales de la comunicación, algunos, como el del periodismo con siglos de diferencia. Éstos fueron referentes empíricos y fuente de demanda social

para la emergencia de la consolidación del campo académico con la enseñanza universitaria del periodismo al cual se irían añadiendo otros más con la creciente diversificación de los medios.

En este texto queremos ofrecer un resumen sobre algunos ejes para analizar el campo académico. El objetivo amplio de toda reflexión sobre este tópico es devenir en conciencia sobre el estado de la cuestión, los enormes retos existentes y desde ahí esbozar algunos escenarios posibles que ayuden a la articulación de investigación, enseñanza, y campo profesional; al mismo tiempo que dé elementos a las escuelas de comunicación para diseñar estrategias de acción que les permitan actualizar sus planes de estudios con menor grado de distancia de las otras esferas que conforman el mundo público de la comunicación.

Resumen

Uno de los aspectos que resalta Tanius Karam en su reflexión es el incremento en los últimos 20 años del número de centros que imparten estudios de comunicación en México, llegando a más de 200 escuelas en la actualidad. El “boom cuantitativo” ha estado acompañado de la diversidad nominal. De acuerdo a la orientación de los objetivos formativos y de los planes de estudio, las carreras han sido bautizadas con nombres que van desde los tradicionales Periodismo o Publicidad, pasando por instrumentales como Técnicas de la Comunicación, hasta los que describen campos laborales concretos como Comunicación Organizacional. Concluye el autor proponiendo la recuperación de un punto medio entre la imaginación utópico-emancipadora y un neo-pragmatismo más ético.



Galería de Papel. Mauricio Lemus. (S/f)

La comunicación en México

Elementos para el análisis del campo académico



Abstract

One of the aspects that Tanius Karam emphasizes in this article is the increase in the number of centers of Communication Studies in Mexico over the last twenty years. There are now more than 200 schools. The quantitative boom has been accompanied by very little diversity. According to the curriculum the careers have been given names that go from traditional Journalism and Publicity, instrumental ones like Techniques of Communication, to ones that describe concrete fields of work such as Organizational Communication. The author concludes proposing that there should be a return to a balance between the utopian-emancipating imagination and a more ethical neopragmatism

□ Tanius Karam

I. ALGUNOS EJES PARA EL ANÁLISIS

Sin pretender un listado exhaustivo proponemos en nuestro trabajo algunos ejes de análisis para conocer la estructura del campo académico de la comunicación en México que puede verse desde su vertiente histórica, institucional, socio-cultural. Su estudio es una herramienta muy útil para profesores e investigadores ya que podemos conocer los marcos de formación y el estado de la disciplina, que aun cuando no se agota en lo que realizan las universidades, tiene en ellas uno de los principales actores.

A partir de las orientaciones que vemos, nos permitimos realizar algunos comentarios adicionales para contextualizar el estado de la cuestión y los tópicos que enmarcan el debate.

1.1 Boceto histórico del campo académico de la comunicación

Una revisión detallada de la historia del campo académico de la comunicación nos da elementos para reflexionar sobre su estado y aprender de esa suma de logros e indecisiones, titubeos y certezas. Históricamente las escuelas pioneras del periodismo en instituciones de educación superior surgen en EE.UU. en la primera década del siglo XX. En América Latina las escuelas de comunicación nacieron en Brasil y Argentina en los treinta, y responden primeramente a la necesidad de formar profesionistas para la industria periodística y posteriormente para laborar en los medios en general.

Sosa (2000) explica las contribuciones y limitaciones de la CIESPAL en tanto la primera institución que propone y lleva a la práctica un modelo que explica la formación de las grandes escuelas de comunicación en los sesenta. La CIESPAL estableció criterios sobre los que entonces no había consenso como el grado académico, el número mínimo de años, los tipos de cursos a llevar, el ideal de escuelas convertidas en facultades autónomas. La Universidad Iberoamericana (UIA) en México alcanzó popularidad y sin duda fue la primera institución en probar las ventajas de la nueva profesión. El caso de la UIA sirvió de pauta para que otras universidades privadas comenzaran a ofrecer en la misma década de los sesenta. Al promover la investigación lo hizo principalmente desde y para los medios; por otra parte este proceso coincide con el lanzamiento de la industria televisiva en América Latina; por tanto mucho de esos primeros egresados lograron efectivamente insertarse en el

66

En América Latina las escuelas de comunicación nacieron en Brasil y Argentina en los treinta, y responden primeramente a la necesidad de formar profesionistas para la industria periodística y posteriormente para laborar en los medios en general.

99

sistema mediático que rápidamente copo los espacios disponibles.

En los setenta se produjo un viraje que enfocó los estudios de comunicación al método dialéctico, la semiótica europea (principalmente la francófona) y el anhelo de historias sobre el presente; se promovió un mejor conocimiento del contexto en menoscabo de la práctica. La hiperteorización que tanto criticó Daniel Prieto (1984) dejó fuera muchos de los problemas reales a la que se le confirió poderes omnímodos; las carreras que surgieron en esta década eran dominadas por un fuerte cuerpo teórico lo que impedía que los egresados fueran capaces de realizar diagnósticos y evaluar situaciones concretas, ni mucho menos planificar en comunicación. La pendiente de la formación de “comunicadores” en los sesenta, cedió a la formación del “comunicólogo” en los setenta. Claro, esta generalización –justificada por ser este un esbozo, ni siquiera un recuento apretado– nos permite ver matices, variantes a esta estructura que no obedeció a un patrón muy rígido, pero seguramente a quienes en aquellos años estudiaron, les recordarán algunos rasgos de los debates y discusiones sobre el campo académico.

El *boom* de los estudios en comunicación siguió crecientemente en los ochenta, sobre todo en las universidades privadas que han sido las ganadoras en este proceso¹. Por desgracia ese crecimiento exponencial nunca fue paralelo con la consolidación disciplinaria profesional.

Ello ha hecho que dentro del campo de las ciencias sociales, la comunicación no tuviera un reconocimiento cabal en su proceso de legitimación². Galindo (2003c) ejemplifica esta realidad al señalar que no existe una “asociación internacional de comunicología”, como hay una de sociología; no existen los 50 grupos de trabajo internacionales que hay en ésta.

En esta década (“perdida” desde el punto de vista económico) se logró paliar la fuerte dicotomía entre las visiones muy prácticas y teóricas; el desarrollo de la comunicación alternativa, el aumento en la sistematización de estas experiencias, el ingreso a regímenes formalmente democráticos y el aumento de las tecnologías fueron algunas de las causas. Teóricamente el desarrollo de los estudios sobre la cultura recuperó para los estudios científicos de la comunicación la investigación más acotada a campos intermedios y micro-sociales. Al revalorarse las prácticas de comunicación, se comenzó la desmitificación que el único campo de la comunicación es el periodismo y los medios audiovisuales.

En los noventa siguió el aumento de las escuelas de comunicación. En 1990 había en la Latinoamérica 244 escuelas, con 5 mil profesores y más de 100 mil alumnos (Fuentes Navarro citado por Sosa, 2000: 18). En esta década aumentó el nivel de especialización, comenzó un aumento considerable de postgrados en distintas áreas; en el caso de México han ido apareciendo algunas revistas de divulgación y otras estrictamente académicas (como los Anuarios de Investigación del CONEICC³, el primero de ellos en 1994)

Históricamente en el caso mexicano, el proceso de crecimiento se observa entre 1980 y 2000. Para Galindo y Luna (1995) el “boom cuantitativo” se verifica de mediados de los ochenta a la década siguiente

Cuadro 1

Periodo	Número de Escuelas (en México)	Porcentaje
1949-1968	7	3.27
1969-1974	12	5.50
1975-1979	13	5.99
1980-1984	30	13.82
1985-1989	30	13.82
1990-1994	63	28.80
1995-1999	63	28.80
TOTAL	218	100

te; mientras que para Benassini (2000) es en los noventa como lo resume en el siguiente gráfico.

Debido a la vastedad que caracteriza a la comunicación, se constituye como un campo amorfo en lo que distingue el problema general del objeto académico, el campo académico de la comunicación y la imprecisión de su realidad profesional. A finales del siglo pasado, Castillo y Tapia (1996) hacía un balance a partir de ciertos rasgos; su enfoque permite señalar algunos márgenes del debate, sintetiza los logros y las inercias:

- Se institucionaliza y legitima por el crecimiento que ofertan la licenciatura y la masiva demanda estudiantil.
- No se ha legitimado por el avance epistemológico de la ciencia de la comunicación.
- No se legitima con base en la investigación y la profesionalización, ni en la existencia de postgrados en la disciplina.
- Dentro del Sistema Nacional de Investigadores⁴, 14 investigadores a nivel nacional centran sus estudios en comunicación.
- Las plantas académicas se caracterizan por tener predominante nivel de licenciatura y condiciones laborales no favorables, ya que la forma de contratación que predomina es el profesor de asignatura, cuya función básica es la docencia.
- Los perfiles profesionales de los académicos son heterogéneos y no se ha aprovechado la interdisciplinariedad.
- Se conoce el número de alumnos inscritos y de egresados, pero no son funciones profesionales y sociales para lo que fueron formados durante cuatro años de licenciatura.

Parte del problema hay que verlo en la propia fenomenología del campo académico: la existencia de un campo profesional preexistente mucho antes de la aparición de escuelas; la dificultad del consenso, la rápida explosión que imposibilitó la planeación y a ello hay que sumar los factores estructurales de la educación en un país económicamente periférico. Las escuelas llegaron tarde y en el mejor de los casos han presentado ofertas de acuerdo a lo que entienden desearía el empleador, todo ello sin la adecuada investigación; por otra parte a los propietarios de esas cente-

Cuadro 2
Relación nominal por número de Instituciones

Nombre	Nº	%
Ciencias de la comunicación	115	48.5
Comunicación	24	10.1
Ciencias y técnicas de la comunicación	14	5.9
Publicidad	10	4.2
Periodismo	7	2.9
Publicidad y comunicación	7	2.9
Relaciones públicas	6	2.5
Comunicación organizacional	5	2.1
Ciencias de la información	4	1.7
Comunicación social	4	1.7
Mercadotecnia	4	1.7
Mercadotecnia y publicidad	4	1.7
Comunicación gráfica	3	1.3
Comunicación y relaciones públicas	3	1.3
Diseño de la comunicación gráfica	3	1.3
Ciencias de la comunicación audiovisual	2	0.8
Ciencias y técnicas de la información	2	0.8
Comunicación visual	2	0.8
Otros nombres	15	6.2
TOTAL	236	

nas de escuelas privadas⁵ que constituyen el principal campo académico poco les ha preocupado una conformación más articulada. A ello, aun para las "universidades serias" el campo profesional y la realidad social va mucho más adelante que los planes y programas de estudio que tardan en actualizarse en el mejor de los casos cada 5 años, cuando las tecnologías –permítasenos colocar un caso extremo de aceleración cultural– cambian cada tantos meses.

1.2 La tipología institucional-nominal

Según Benassini (1996: 32) 100 universidades mexicanas incluyen la licenciatura de Comunicación o afines; es decir el 22% de las Universidades del país (de un total de 456 registradas por ANUIES) ofrecen esta carrera. Según el *Anuario de ANUIES* (1995) es la duodécima licenciatura más demandada, dato importante cuando se discute sobre la proliferación de escuelas de comunicación⁶.

Otro eje para estudiar el campo académico de la comunicación y que confirma algunas de las conclusiones del inciso anterior en la diversidad nominal. De acuerdo con la orientación básica de los objetivos formativos y planes de estudio existentes, las licenciaturas llevan nombres muy diversos. En el repertorio se pueden encontrar nominaciones amplias (Ciencias de la Comunicación, Comunicación Social, Ciencias y Técnicas de la Comunicación), pasando por las instrumentales (Técnicas de la Comunicación), hasta las que refieren a áreas concretas o campos laborales y de aplicación específica, entre las que se incluyen los campos tradicionales (Periodismo, Publicidad) y los que han ido apareciendo en años recientes (Comunicación Organizacional, Comunicación Gráfica, Comunicación Educativa).

En sus orígenes, la Universidad Iberoamericana, que fue la primera universidad privada en ofrecer ese híbrido integral agrupado en el nombre "ciencias y técnicas de la comunicación"; al morir su fundador en 1961, el jesuita Jesús Sánchez Villaseñor, la novel licenciatura fue obligada a cambiar el nombre por la por la de "ciencias de la comunicación", debido a los problemas administrativos que hubo para registrarla ante el Ministerio de Educación Pública. Con el nombre cambió también la visión: de un intelectual humanista que usaría los instrumentos de la comunicación masiva para una mejor sociedad, se transformó para buscar que sus egresados encontrarán trabajo en la creciente industria de la televisión, lo que llevó a la incorporación de nuevas materias (administración, contaduría) y que se quitaran otras (como fue con las filosofías).

A pesar de la heterogenidad en los nombres de las carreras de comunicación, Benassini (2000) quiere ver una cierta homogeneidad en los planes de estudio. De acuerdo al *Anuario Estadístico* 1988 de la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Enseñanza Superior (ANUIES) las carreras de comunicación con todas las variantes se ubican en el área de ciencias sociales y administrativas; en esta categoría la comunicación se imparte bajo el rotulo de ciencias humanas, ciencias de la comunicación o de la información, comunicación, desarrollo humano, medios masivos, periodismo, periodismo y comunicación colectiva, relaciones humanas, sistemas de información. El cuadro N° 2 (cf. Benassini 2000) da cuenta de la relación nominal por número de instituciones.

La agrupación de este cuadro puede

señalar cómo las licenciaturas en comunicación siguen centradas en la preparación de estudiantes para trabajar en los medios; luego siguen las licenciaturas en periodismo y algunos otros apelativos; sucede lo mismo con la publicidad. A partir de los ochenta aparecen vertientes en comunicación organizacional. Otro perfil que se ha presentado, no con tanta fuerza pero sí de manera constante desde 1975 que aparece la primera licenciatura en comunicación y relaciones públicas es justamente esa actividad. Otro rubro con las variantes de aspectos audiovisuales, licenciatura con formación de profesionales en los campos de la educación. Por última se observa una tendencia a combinar opciones (ciencias de la comunicación y publicidad, mercadotecnia y publicidad)

Algunas de las conclusiones que pueden esbozarse de este rápido recorrido histórico es que las escuelas de comunicación continúan privilegiando los campos tradicionales a pesar de su saturación. La carrera de comunicación ha seguido manteniendo entre la número 9 y 14 del total de carreras que imparten las universidades mexicanas y su población puede oscilar entre las cifras aproximadas de 30 a 40 mil y otras que apuntan hasta 50 mil estudiantes. La diferencia entre universidades públicas y privadas es abrumadora (23 públicas, 195 privadas). Es previsible con este panorama que el desempleo entre estudiantes de comunicación seguirá, o bien éstos ingresaran a otras áreas no vinculadas con su formación. Vale decir que aun cuando este fenómeno no es propio de las ciencias de la comunicación, éste caso es en especial complejo por todos los componentes que hemos analizado.

1.3 Formación de modelos y orientaciones de la enseñanza de la comunicación

Otra posibilidad que nos parece interesante para analizar el campo académico lo constituye la identificación de orientaciones en la formación de profesionales de la comunicación. Para Fuentes Navarro la evolución del campo académico se resume en tres grandes modelos de formación de comunicadores de acuerdo más o menos a orientaciones por década, así tenemos el “modelo de formación de periodistas” (cincuenta), el del “comunicador como intelectual humanista” (sesenta) y el “científico social de la comunicación”.

El primer modelo de difusión internacional fue el facturado por la CIESPAL, que promovió la idea de la investigación centrada en los medios, con métodos proce-

“

Es previsible con este panorama que el desempleo entre estudiantes de comunicación seguirá, o bien éstos ingresaran a otras áreas no vinculadas con su formación. Vale decir que aun cuando este fenómeno no es propio de las ciencias de la comunicación, este caso es en especial complejo por todos los componentes que hemos analizado.

”

dentos sobre todo de la sociología cuantitativa. Poco después surgió la tendencia del universalismo humanista a partir de las universidades católicas (sobre todo las jesuíticas) que hacen coexistir el modelo más “pragmático” con el “humanista”. Un modelo más apareció con el paradigma del análisis social; que se sustentaba en el análisis marxista de la realidad y las influencias de la teoría de la dependencia (no siempre se encontraba divorciado del modelo humanista, sino muchas veces estaba alimentado por él). Para los ochenta, existían estos tres modelos llamados por Fuentes Navarro (1998) “fundacionales”.

En los noventa se consolidó sobre todo a nivel teórico metodológico una orientación cultural en la formación de investigadores en comunicación; los estudios culturales se convirtieron en la forma preferida de indagación y moda intelectual en esta década y que sin duda enriqueció el entendimiento de los procesos de comunicación; más que un modelo queda como una orientación en la enseñanza-investigación de la comunicación. Si bien no modificó los “modelos fundacionales”, incorporó un modo de comprender y hacer la teoría-investigación. Cabe señalar que estos modelos (y orientaciones) coexisten con los previos. Sánchez Ruiz (2000) sugiere ver la historia del campo académico de la comunicación como un

vaivén pendular entre un relativo predominio del pragmatismo acrítico y el de los acercamientos críticos y emancipatorios. Una última orientación (si queremos evitar el apelativo de modelo) es aquel que deviene de la sociedad de la información, del conocimiento y la manera en que las nuevas tecnologías han impactado la formación del profesional de la comunicación.

Estos modelos-orientaciones tienen algunos deudores teóricos, cuya lista es ya una forma de caracterizar la enseñanza de la comunicación en México y en Latinoamérica. Lejos de la realización de sus postulados e ideas, el listado es un marco cognitivo que circunscribe la enseñanza a ideales y constituye un fuerte anclaje en el imaginario que profesores e investigadores (porque no es algo propio de estudiantes o empleadores) podemos hacernos del campo, de las aspiraciones de la enseñanza comunicativa, de sus tópicos y de la forma de inserción en el campo social. Roncagliolo (2002) incluye en la lista de estos pioneros a Antonio Pasqualli, quien desde principio de los sesenta se preocupa sobre las formas de instaurar medios de comunicación con orientación pública; a Matterlart y Freire que están en Chile en el gobierno de Frei a finales de los sesenta; el primero preocupado del estudio cultural del imperialismo y el segundo con sus importantes aportes al campo educativo que ayudaron a vincularlo con la comunicación. L.R. Beltrán, quien aparte de haber sido el primer doctor latinoamericano en comunicación (egresado de la Universidad de Michigan), hizo importante aporte en la difusión de los primeros modelos para la enseñanza de la comunicación.

2. DE VISLUMBRES, RETOS Y ALGUNOS ATAJO

La influencia del campo académico de la comunicación en la vida social mexicana es prácticamente nula, y salvo algunos recientes foros donde el campo académico o algunos académicos destacados participaron (por ejemplo las mesa para el diálogo, algunas asociaciones Inter-gremiales que se han creado en los últimos diez años) no se encuentra una presencia sostenida de investigadores en las tomas de decisión sobre las áreas propias de la comunicación, ni mucho menos en la planeación de políticas públicas. Por otra parte, tenemos que reconocer algunos avances, y en ese sentido valorar que el joven estudiante de comunicación enfrente una situación distinta, por ejemplo, el hecho que existan

disponibles muchas más revistas de comunicación, la impresionante situación de las nuevas tecnologías.

Ante el panorama que hemos descrito es necesario ofrecer algunas alternativas que no conforman un plan, sino algunas sugerencias que eventualmente ayudarían a articular más efectivamente empleadores, empleados, estudiantes e investigadores. Tradicionalmente entre las sugerencias que investigadores realizan, se encuentran la actualización de contenidos, la jerarquización curricular y el desajuste teoría-práctica (por ejemplo, las escuelas pueden dar mucha importancia a los cursos de teoría, mientras que para el estudiante la atención se centra principalmente en talleres), la ausencia de determinados tópicos, como las implicaciones socio culturales de las nuevas tecnologías. Una de las razones para explicar estos desfases tiene que ver con los distintos imaginarios que existen sobre la comunicación, la formación del comunicador / comunicólogo, y las herramientas o saberes que porta un egresado de comunicación. No se incorporan nuevos temas porque no se han reconocido como tales y en consecuencia no forman parte del imaginario social sobre las carreras de comunicación que colectivamente se han construido (cf. Besasinni 2001: 32-33).

Ahora bien, no se trata que los medios tradicionales desaparezcan, sino que se reorganicen las propiedades en materia de formación al pensar las necesidades laborales y sociales. De las prioridades que se asoman (que más que una prioridad parece una línea de acción) es el estudio sistemático sobre los diversos campos que intervienen en la socialización de esta práctica profesional; el seguimiento de egresados que daría pistas para revisar las estrategias, los planes de estudios y contar con más elementos empíricos y cualitativos al modelo de los rediseños o actualizaciones, de lo contrario acontecerá una repetición de manera ampliada.

Iniciábamos nuestro texto con la referencia a la desarticulación como uno de los rasgos del campo académico de la comunicación. Surge desde este rasgo el reto de imaginar caminos para fortalecer pertinencias mutuas y correspondencias entre campo académico, y profesionalviii. Otro de los señalamientos que hacen los especialistas y puede, si no desatorar del todo al menos acortar esas distancias entre el campo profesional y el académico es que las Universidades atiendan las nuevas prácticas profesionales emergentes basadas en diagnósticos que permitan una ade-

“

Tal vez podamos asumir como línea estratégica, la recuperación de un punto medio entre la “imaginación utópico-emancipatoria” y la recuperación de un “neo-pragmatismo más ético”.

”

cuada redefinición de los perfiles (ingreso y egreso) y planes de estudio. De las propuestas para contravenir la desarticulación se encuentra el fortalecer las relaciones con otros gremios. A fin de cuentas, el gran reto es ir más allá del campo académico para activarlo y que tenga correspondencias más sólidas con el campo profesional.

A la hora de las estrategias y actualizaciones hay que tomar en cuenta cómo la sociedad del conocimiento está modificando los procesos de enseñanza-aprendizaje y el sentido social de la educación. Pérez Tornero (2000) ha hecho un resumen de los retos de la educación en la sociedad de la información, entre los que caben la apertura sistemática de las escuelas a nuevas formas de saber; la conversión de las escuelas en espacios de exploración, descubrimiento y de invención; la mayor participación de la comunidad en la educación; la aceptación de la necesidad de potenciar el tipo de alfabetización propio de la sociedad de la información; la creación de nuevas comunidades educativas a partir de las escuelas actuales; la renovación tecnológica de la escuela; la redefinición del rol de profesorado; la aceptación del principio de la educación a lo largo de toda la vida. A la hora de las revisiones, éstas no pueden consolidarse sin la previa investigación tanto del campo académico, como del comportamiento de las industrias culturales, de los campos profesionales de la comunicación y de aquellos que se vislumbran como emergentes. Al mismo tiempo hay que iniciar el diseño de es-

estructuras curriculares más flexibles que superen la absurda fórmula de “talleres más teorías”.

Después de más de 60 años del campo académico, se puede retomar esa experiencia y memoria como la principal riqueza; al margen del éxito social o de un supuesto triunfo (colocar egresados en los medios), se tiene una memoria comunicativa más compleja que posibilita entender los procesos sociales, políticos y culturales como fenómenos de comunicación y tener, como dicen Edgar Morín, algunas certezas en medio de un mar de incertidumbres. Hoy los estudiantes (en muchas, no en todas las universidades por desgracia), tienen cursos más consistentes y especializados, hay menor dubitación a la hora de clasificar y organizar las teorías y metodologías que disponemos en el campo científico para producir e interpretar el conocimiento; sabemos de modas y mitos que han poblado la historia del campo; igualmente temas que se absolutizaron como panacea poseen un aprendizaje que les permite integrarse. Existen por otra parte muchas más revistas y medios y estructuras más amplias de interrelación; hay más asociaciones de áreas especializadas y alguna investigación más en áreas que se basaban solo en la especulación. Claro al mismo tiempo hay huecos no resueltos, persiste la improvisación, la enorme desinformación de lo que es la carrera de comunicación. Para sobrellevar estas contradicciones no resueltas, tal vez podamos asumir como línea estratégica, la recuperación de un punto medio entre la “imaginación utópico-emancipatoria” y la recuperación de un “neo-pragmatismo más ético”. Sánchez Ruiz (2000: 9) habla de un “pragmatismo utópico” que crea en la posibilidad de la invención de órdenes más justos producidos a partir de la eficiencia y en los resultados de la actividad humana, con base en las posibilidades presentes y futuras de emancipación y sobrevivencia de nuestra especie.

■ **Tanius Karam**
Investigador mexicano. Candidato a Doctor en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid

Notas y referencias bibliográficas

Benassini, Claudia

——— (1996) *¿Desde dónde se enseña la comunicación en México? Primer reporte de trabajo. Campos profesionales y mercados laborales.* Departamento de Comunicación, UIA, México.

——— (1998) "Campos profesionales y mercados laborales" en *Anuario de investigación de la comunicación* V. CONEICC, México.

——— (2000) "Escuelas de comunicación: ¿un imaginario social? En *Revista Mexicana de comunicación* N°. 63, FMB, México, pp.19-26.

——— (2001) "La formulación académica de profesionales ante las tecnologías informativas" en *Revista Mexicana de Comunicación* N°. 69, FMB, México, pp.30-34.

Castillo, Emilia, Manuel Tapia (1996) *La formación de comunicadores ante los nuevos retos.* Ponencia presentada en coloquio "Tradición y Modernidad en la Sociedad Mexicana...". Universidad de Sonora (México). Disponible en www.cesu.unam.mx/ireste/revistas/perfiles/perfiles/75-html/75-07.htm [fecha de consulta, mayo 2003]

Corral, Manuel (1986) *La ciencia de la comunicación en México, origen, desarrollo y situación actual.* Trillas, México.

Consejo Nacional para el Estudio, la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) (1995) *Anuario Investigación*, CONEICC, México.

Fuentes Navarro, Raúl

——— (1991) *Diseño Curricular para las Escuelas de Comunicación*, Trillas, México.

——— (1992) *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*, CONEICC, México.

——— (1996) *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*, UdeG-ITESO, Guadalajara.

——— (1998) *La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de comunicación en México.* U de G / ITESO, México.

Galindo, Jesús

——— (2003a) *La comunicación como campo profesional posible. De los oficios por venir.* Disponible en www.geocities.com/arewara/galindo109.htm. [fecha de consulta, febrero 2003]

——— (2003b) *La generación Mc Luhan. Una historia con antecedentes y consecuentes en el campo académico de la comunicación en México.* Disponible en www.geocities.com/arewara/galindo100.htm [fecha de consulta, enero 2003]

——— (2003c) *La comunicología como campo posible* Conferencia de Apertura, Seminario "Ciudad, Cultura y Comunicación", Universidad de la Ciudad de México (20 de febrero). No impreso.

Galindo, Jesús y Carlos Luna (coords.) (1995) *Campos académicos de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva.* CONACULTA, México.

Martín Barbero, Jesús (1984) "Comunicación popular y modelos transnacionales" en *Seminario. Mo-*

vimiento popular y modelos transnacionales, CSUCA, Alajuela (España).

Pérez Tornero, José Manuel (Comp.) (2000) *Comunicación y Educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*, Paidós Comunicación, Barcelona.

Prieto, Daniel (1984) "Sobre la teoría y el teoricismo en comunicación" en Fernández F. y Margarita Yepes (comp.) *Comunicación y teoría social*. UNAM, México.

Roncagliolo, Rafael (2002) *Comunicación, democracia y ciudadanía* Conferencia de apertura "Seminario Comunicación y Democracia: ciudadanía y procesos electorales", IFE-FALAFACS-CONEICC, México. No impreso.

Sánchez Ruiz, Enrique (2000) *La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda.* Disponible en <http://www.innovarium.com/Investigacion/1a%20investigacion%20latinoamericana%20de%20la%20comunicacion%20Enrique%20Sanchez%20Ruiz.pdf> [fecha de consulta, mayo 2003]

Sosa, Gabriela (2000) "Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación, sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI" en Revista electrónica *Razón y Palabra* N° 17, disponible en www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n17/17gsosa.html [fecha de consulta, enero 2003]

Citas

¹ El binomio público-privado es insuficiente, ya que dentro de las segundas existen una gama amplia que va de universidades muy deficientes (sin talleres adecuados, sin investigación o publicación, con una vida académica muy pobre y poca calificación o criterios de aceptación del personal docente) a otras más solventes como es el caso de la red UIA. Por citar el caso de la zona metropolitana de la ciudad de México, de las casi 50 universidades que imparten comunicación, la mayoría de las carreras son universidades privadas; sólo tres son públicas. El crecimiento exponencial de las carreras en comunicación es un fenómeno que debe mucho a las universidades y escuelas privadas, las que decidieron abrir y ofrecer la carrera por reconocer su importancia o como producto de su alta rentabilidad. En muchas de estas universidades las condiciones de formación distan de ser las propicias, tanto en la infraestructura como en la preparación del cuerpo docente, para brindar una formación acorde a las exigencias del campo laboral de la comunicación.

² Para profundizar sobre los significados de la legitimación hay que remitir la lectura clásica Berger y Luckmann (1968) *La construcción social de la realidad* Amorrortu, Buenos Aires, pp.120 y ss. La legitimación es una objetivación de segundo orden, es decir produce nuevos significados a los ya atribuidos procesos institucionales dispares. La legitimación logra objetivaciones ya institucionalizadas para que dispongan de nuevas reconocimientos.

³ Significa Consejo Nacional para el Estudio, la Investigación y la Enseñanza de la Comunicación;

es el principal órgano nacional que agrupa a la mayoría de las escuelas de comunicación del país.

⁴ Es un sistema de estímulos a los investigadores por parte del gobierno federal. El SIN fue creado a principios del los ochenta; originalmente el apoyo era visto como un complemento del sueldo, pero rápidamente paso a ser otro sueldo. Solo de forma muy reciente los evaluadores del SIN han considerado a los científicos sociales desde criterios propios y no de los emanados de usos y costumbres de las ciencias exactas y naturales.

⁵ Hay que distinguir de las Universidades privadas como la Iberoamericana, que son pioneras del campo y todas las demás que han ido apareciendo. En su inmensa mayoría estas escuelas no tienen un proceso de supervisión por parte del Ministerio de Educación, lo que facilita prácticamente a que cualquiera pueda poner alguna; se les conocen como "escuelas patito": bajos niveles de calidad, programas sin supervisión, no hay investigación o revistas de difusión / divulgación; después de un tiempo de estancia, el alumno acumula papeles y recibe su título para ejercer en un campo del cual no tiene (como no lo tuvo la institución) la más mínima idea de su funcionamiento.

⁶ Esta tendencia más o menos permanece. En algunos casos incluso es mayor, por ejemplo en el reciente experimento de Universidad Pública (Universidad de la ciudad de México) del gobierno de la ciudad de México, la carrera de comunicación es la segunda en la preferencia de los estudiantes que ingresan; a poco más de un año de fundada esta universidad la carrera de comunicación cuenta con casi 200 estudiantes.

⁷ Queda como una asignatura para historiadores y epistemólogos del campo académico de la comunicación la redacción de una historia de los estudios culturales de comunicación en México. Galindo sugiere que han existido tres generaciones de estudios culturales en el campo académico de la comunicación: la primera con los intentos de la Universidad Autónoma Metropolitana: su enfoque abierto a favor de la educación política, su apertura a las culturas populares (de hecho una de las revistas prestigiosas que impulsó esta casa de estudios a finales de los setenta y ochenta se llamaba "Cultura y Comunicación". La segunda que podríamos ubicar es la obra que el propio Galindo y Jorge González realizan en la Universidad de Colima, la Revista sobre el Estudio de las Culturas Contemporáneas. Y una tercera, muy nueva en la recién fundada Universidad de la Ciudad de México que ofrece la licenciatura en Comunicación y Cultura.

⁸ En el texto que citamos de Sánchez Ruiz (2000) revisa en detalle estos campos que por espacio no citamos, pero que el lector puede bajar de internet en la liga referida (p.12).

ME MUERO, ALGUIEN ME AYUDE!

AHHHHHH..
AHAAAAAAA
AYÚDAME!

I MAMI ME DUELE MUCHO!

I QUIEN IBA A PENSAR QUE ESTO ME PASARIA A MÍ DIOOOOS...!

I ESPERO NO MORIRME HOY!...

.....

¿SOMOS CARNE DE CAÑÓN?...

I MEJOR ME VOY PARA MI CASA!

¿TIO QUE TE PASA?

I QUÉDATE AQUI!

