

# PROMESAS Y PARADOJAS LABORALES DE LOS CAMPOS FORMATIVOS EN COMUNICACIÓN

PROMISES AND LABOR PARADOXES OF TRAINING FIELDS IN COMMUNICATION STUDIES

PROMESSAS E PARADOXOS LABORAIS DOS CAMPOS FORMATIVOS EM COMUNICAÇÃO

## Ruth Guzik Glantz

■ Professor-pesquisador da UACM. Doutorado em Ciências com especialização em Pesquisa Educacional (DIE-CINVESTAV).

■ *Pofesora-Investigadora de la UACM. Doctora en Ciencias con especialidad en Investigaciones Educativas (DIE-CINVESTAV).*

■ E-mail: ruth.guzik@uacm.edu.mx

## Vicente Castellanos Cerda

■ Doutor em Ciências Sociais e Políticas, com orientação em Comunicação, pela Faculdade de Ciências Políticas e Sociais da UNAM. Atualmente, é professor “C” do Departamento de Ciências da Comunicação na Divisão de Ciências da Comunicação e Design da UAM, Unidad Cuajimalpa.

■ *Doctor en Ciencias Sociales y Políticas, con orientación en Comunicación, por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM. Actualmente es Profesor Titular “C” del Departamento de Ciencias de la Comunicación en la División de Ciencias de la Comunicación y Diseño en la UAM, Unidad Cuajimalpa.*

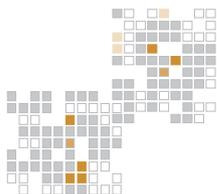
■ E-mail: vcastellanos@dccd.mx

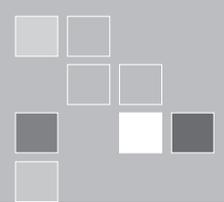
## Victoria Isabela Corduneanu

■ Professora pesquisadora da Academia de Comunicação e Cultura, Universidade Autônoma da Cidade do México. PhD em História pelo Instituto Universitário Europeu (Florença, Itália).

■ *Profesora investigadora de la Academia de Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Doctora en Historia por el Instituto Universitario Europeo (Florença, Italia).*

■ E-mail: isabela.corduneanu@gmail.com





## RESUMEN

En este trabajo se describen algunas de las paradojas que giran en torno a la formación profesional en Comunicación y se reflexiona sobre el carácter que deben asumir tanto el diseño como la operación de sus planes de estudio para propiciar mejores condiciones en la inserción y permanencia en el campo laboral de los profesionistas formados en este campo.

**PALABRAS CLAVE:** PLANES DE ESTUDIO EN COMUNICACIÓN; CAMPO LABORAL EN COMUNICACIÓN; ENSEÑANZA INSTRUMENTAL, TEÓRICA E INVESTIGATIVA; INSERCIÓN Y PERMANENCIA LABORAL EN COMUNICACIÓN.

## ABSTRACT

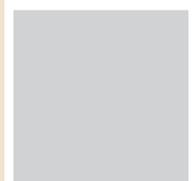
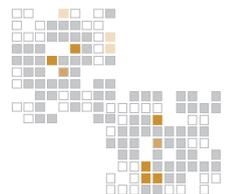
This paper describes some of the paradoxes found around the graduate education in Communication studies and proposes some reflections around the curricular design and its implementation. The aim is to make a proposal to create better conditions for the integration and permanence of professionals educated in Communication studies within the labor market.

**KEY WORDS:** CURRICULUM PLANS IN COMMUNICATION STUDIES; LABOUR FORCE IN COMMUNICATION; INSTRUMENTAL, THEORETICAL AND RESEARCH TEACHING; INSERTION AND JOB PERMANENCE IN COMMUNICATION.

## RESUMO

Neste artigo alguns dos paradoxos que envolvem a formação profissional em Comunicação são descritas, e reflete-se sobre a natureza que tanto o design como a implementação dos programas de estudo em comunicação devem assumir. O objetivo é criar melhores condições para a integração e longevidade dos profissionais formados nesse campo no mercado de trabalho.

**PALAVRAS-CHAVE:** PLANOS DE ESTUDO EM COMUNICAÇÃO, TRABALHO EM COMUNICAÇÃO TRABALHO INSTRUMENTAL, TEÓRICO E INVESTIGATIVO EM COMUNICAÇÃO; INSERÇÃO E PERMANÊNCIA NO EMPREGO NA COMUNICAÇÃO.



## 1. Introducción

Existe actualmente una vasta oferta formativa de licenciaturas en Comunicación: comunicación para el desarrollo, comunicación social, comunicación política, comunicación humana, comunicación y periodismo, comunicación y cultura, etc. y en el corazón de todas estas está la enseñanza de la comunicación en general como elemento común a todas las propuestas educativas. En este texto se propone reflexionar sobre las paradojas de los planes de estudio de las licenciaturas en comunicación frente a las demandas del mundo laboral, así como argumentar por el regreso a una formación integral de carácter teórico-práctico vista a la luz de los estudios de la comunicación y de la investigación educativa.

## 2. Paradoja 1: de la utopía inicial a la formación para los medios masivos de comunicación

La Universidad Iberoamericana en 1960 ofrece por primera vez en México una nueva oferta de educación superior. Se abre la licenciatura de Ciencias y Técnicas de la Información que en los años ochenta se generalizó con su denominación más común: Ciencias de la Comunicación. Raúl Fuentes (1990) afirma que existen tres modelos fundacionales que se reprodujeron en los planes de estudio a lo largo de la República Mexicana:

1. El de la formación de periodistas;
2. El del humanista y filósofo con herramientas para intervenir en los medios de comunicación.
3. El del investigador social que ha permitido conformar una disciplina sobre principios teóricos y metodológicos provenientes, principalmente, de las ciencias sociales y de las humanidades.

Fuentes acota que estos tres modelos sirvieron para que las instituciones de educación superior orientaran con cierta lógica secuencial lo que

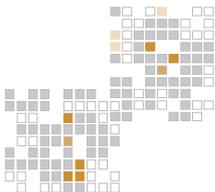
hipotéticamente hace un comunicador o una comunicadora:

*Se ha buscado articular en el currículum los saberes recortados históricamente como pertinentes en función de diversos perfiles y determinaciones socioprofesionales. Pero también ha permitido reconocer cómo cada uno de estos modelos ha configurado de distintas maneras el núcleo operante de la “comunicación” como disciplina académica, sin que ninguno de ellos haya logrado la consistencia suficiente para legitimarse, ni profesional ni universitariamente (Fuentes, 2010, p. 101).*

La formación de los comunicadores en los tres modelos estuvo acompañada de la intención de dotar a los futuros trabajadores de los medios de comunicación de conocimientos de la cultura universal y de habilidades para aprovechar los discursos audiovisuales en la creación de contenidos pertinentes para los públicos del cine, la radio, la prensa y la televisión. El elemento común fue la necesidad de planificar, elaborar y poner a disposición, por algún canal, contenidos simbólicos en contextos de lógicas industriales de producción de mensajes, es decir, las universidades aprovecharon la división del trabajo y las rutinas profesionales que ya existían en los medios para incorporarlas en sus programas de estudio. Bajo la lógica de la empresa, se enseñó a los comunicadores las habilidades y comportamientos propios de un profesional de esta área.

La promesa laboral se tradujo en la capacidad de incorporar los principios y lógicas que eran comunes en las llamadas industrias culturales a lo largo de los años de la formación universitaria y que le darían al egresado la competencia necesaria para el desempeño profesional.

El equipamiento y las instalaciones, para las



universidades que ofrecían Comunicación, se convirtieron en los elementos más importantes para atraer estudiantes pues “garantizaban” una educación que serviría para el trabajo. A la par se aprovechó la figura del profesorado contratado por asignatura o por horas cuya principal actividad laboral estaba en los medios o en la “producción” y en el periodismo.

Las universidades orientaron sus perfiles de ingreso para atraer personas interesadas en la cultura contemporánea, en los medios de comunicación y en todo aquello que transmitían como ventana al mundo. A la par, debían tener cierta inclinación por la lectura, el arte, el conocimiento universal y las tecnologías de la información como fundamento para la elaboración de contenidos originales, por lo que la creatividad personal se convirtió en una característica positiva para este futuro profesional.

La creación de contenidos originales y pertinentes en el marco de las lógicas industriales de los medios fue la promesa laboral para un egresado capaz de proponer estrategias de comunicación, favorecer el consenso y el entendimiento común en un espacio público ampliado y mediatizado. Esta atractiva idea fue revolucionaria en su momento, pues les dio a los profesionales de la comunicación la responsabilidad de propiciar el cambio social y el fortalecimiento democrático en sociedades plurales e igualitarias.

Si bien esta utopía comunicativa se desdibujó por la naturaleza empresarial de la mayoría de los medios y por los intereses políticos de gobernantes, prevaleció la promesa de un profesional que sabe de todo y cuenta con diversas herramientas tecnológicas, así como con habilidades comunicativas para generar mensajes. También se convirtió en la única especificidad de las diversas licenciaturas en Comunicación que formó nuevos periodistas,

cinéastas, gente de teatro, escritores, artistas plásticos, productores de radio y televisión. Lo específico de esta oferta de educación superior pasó de estudiar comunicación a producir mensajes para los medios.

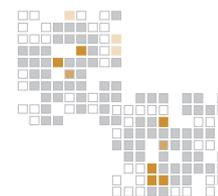
### **3. Paradoja 2: La promesa crítica vs. la profesionalización y la especialización**

Apareció, entonces, un reclamo del profesorado proveniente de disciplinas como la sociología, la psicología, la lingüística, la filosofía y algunas otras que apostaban por una formación científica y crítica respecto al modelo industrial de los medios: la necesidad de que el alumnado tomara distancia de la promesa original, que buscara alternativas que dieran lugar a procesos de comunicación participativos y horizontales, además de generar contenidos que enriquecieran culturalmente a las personas y les permitieran participar en el espacio público con la información necesaria y con un criterio ciudadano sólido, anclado en los valores de la pluralidad y la democracia. Sin embargo, se conservó la idea de que los comunicadores se dedican a hacer mensajes.

Jesús Martín-Barbero (2005) en un breve y sugerente ensayo enfrenta a dos tipos de comunicadores, el intermediario, voz de su amo, *versus* el comunicador mediador

*que es aquel otro que asume como base de su acción las asimetrías, las desigualdades sociales y culturales, que tensionan/desgarran toda comunicación, y entiende su oficio como el trabajo y la lucha por una sociedad en la que comunicar equivalga a poner en común, o sea a entrar a participar y ser actores en la construcción de una sociedad democrática (Martín-Barbero, 2005, p. 117).*

La idea de concebir a la comunicación en el ámbito de los oficios es productiva para estas



reflexiones en la medida que permite diferenciar el modo en que las universidades han resuelto en sus planes de estudio la distribución de saberes y prácticas según los requerimientos del mercado laboral y la naturaleza de cada institución educativa. Si bien las licenciaturas en Comunicación tienen un carácter netamente generalista, ambiguo y que se debate entre la formación científica disciplinar y la instrucción técnica, la necesidad de ofrecer una salida laboral a los estudiantes ha propiciado otra promesa: la de un supuesto énfasis o especialización según actividades laborales que son igualmente borrosas y ambiguas. Comunicación política, organizacional, intercultural, de la ciencia, publicidad, producción de mensajes, cine, periodismo, arte digital, comunicación y cultura, y un largo listado más, han atraído por más de cinco décadas al alumnado y ha servido para que las universidades se distingan unas de otras. También ha creado la ilusión de que la comunicación es efectivamente un oficio y la universidad un centro de capacitación.

La paradoja de ofrecer énfasis temáticos con la idea de encontrar trabajo en cierto giro laboral *versus* una formación generalista de carácter humanista y científica necesaria en un profesional que produce contenidos en diversos medios electrónicos y ahora en plataformas digitales, con intencionalidades de índole diferente y sobre lógicas industriales que pueden ser de sometimiento al patrón o de libertad creativa y de pensamiento, es una condición de las ciencias de la comunicación que aún está pendiente de reflexionarse y precisarse.

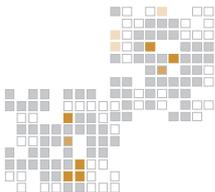
Los planes de estudio suelen centrar su interés en los ciclos iniciales e intermedios en enseñar la disciplina de la comunicación, los principios metodológicos de la ciencia y las intersecciones con las teorías sociales y, en algunos casos, con la filosofía, el arte y la literatura. Esta base sirve para que el futuro profesional se apropie de los

conocimientos fundamentales que le permitan comprender el espíritu del tiempo que le toca vivir, enriquecer o transformar. Pero lo cierto es que entre la formación disciplinar y la de carácter profesionalizante, existe una incisión de tal envergadura que prácticamente estamos hablando de que el estudiante inicia dos veces su carrera en los cuatro o cinco años que dura su estancia universitaria, es decir, entre una y otra no existen puentes de continuidad.

Los esfuerzos de los claustros docentes por diseñar este doble currículum de modo orgánico y coherente, también se ven obstaculizados por la necesidad de tener el máximo control de la matrícula en cuanto trayectoria escolar. Resulta económico para la administración escolar aglutinar asignaturas más o menos comunes por bloques o paquetes so pretexto de garantizar una secuencia formativa que conforme se avanza, aumenta en complejidad. Pero lo cierto es que se aglutinan en función de costos y criterios de racionalización del personal académico.

Lo extraño de esta otra paradoja es que los estudiantes realmente creen que se están formando en una especie de subespecialidad de la comunicación y que de alguna forma la institución los está preparando para el trabajo.

El desglose de las posibles actividades laborales que anuncian las universidades son realmente un catálogo de buenas intenciones sobre opciones sin coherencia que va desde redactar noticias hasta dirigir empresas creativas transnacionales. En contraste, los datos del Observatorio Laboral del gobierno federal brindan un piso de realidad estadística. Un profesional en México, según el informe del tercer trimestre del 2023 sobre Tendencia del Empleo Profesional, tiene un ingreso promedio mensual de \$14,340 pesos (860 dólares). En el área particular de comunicación y periodismo existen 168,726 personas ocupadas con una significativa participación laboral de las mujeres, 57%, en relación con el 43% de los



hombres. El ingreso mensual es ligeramente más alto que el promedio nacional con \$15,761 pesos (927 dólares).

Este recuento de promesas y paradojas sirve de marco para problematizar los desafíos de la formación profesionalizante en una licenciatura generalista, ambigua, fragmentada y con intenciones de aplicación laboral. Una problematización que vaya más allá del lugar común de responder a las tendencias del empleo que demanda la industria o de las necesidades de las instituciones educativas de justificar su función social como generadoras de cambio y utilidad social. La propuesta es reflexionar cómo las promesas y sus paradojas se resuelven orgánicamente en un currículum y en una trayectoria escolar del alumnado a favor de una formación profesional para el trabajo.

4. Paradoja 3: La necesidad de la profesionalización y las trampas del pragmatismo

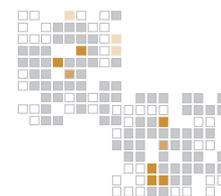
Pensadores de la enseñanza de la comunicación como Martín Barbero (2005), Fuentes Navarro (2005) y otros, han advertido desde hace ya dos décadas que los intereses estudiantiles, pero también docentes e institucionales, de las licenciaturas en comunicación se centran de manera sustantiva en los aspectos relativos a la producción e intervención comunicativas, subsumiendo y relegando a espacios menos importantes y hasta adjetivos al trabajo teórico, conceptual e investigativo, cuando en rigor, estas reflexiones y conocimientos deberían estar en la base de estas acciones y productos comunicativos.

Así, Fuentes plantea que la formación universitaria en comunicación debe centrarse en la formación de “agentes socioculturales”, más que en los medios y los mensajes, sin dejar de reconocer que debe formarse también en estos últimos aspectos:

*Desde esta perspectiva, que supone a la educación superior como una práctica sociocultural orientada hacia la formación de agentes socioculturales, y por lo tanto como una práctica de comunicación que tiene como referentes a otras prácticas de comunicación, se hace indispensable no sólo la discusión sino la apropiación y el ejercicio de un concepto de comunicación centrado en la producción intersubjetiva, es decir social, del sentido, y no en los “medios” o en la transmisión de “mensajes”. Las competencias comunicativas estarían así definidas en función de la capacidad, individual y colectiva, de incidir en la transformación de las estructuras de significación, poder y legitimidad, mediante recursos comunicativos: la interacción interpretativa y la coordinación de la acción entre sujetos competentes, antes que en el “dominio” de operaciones técnicas, que por supuesto debe también ser integrado. (Fuentes, 2005, p.78)*

Es posible afirmar que la exponencial expansión de los medios de comunicación y especialmente su digitalización está abriendo una nueva tendencia en la formación de profesionistas en comunicación en la que de manera explícita la educación se centra en los medios como artefactos para la producción comunicativa, misma que corre el riesgo de ser desvestida de toda reflexión teórica y conceptual y en la que la investigación sea sustituida por la compilación de datos.

De manera que la formación en los distintos campos de la comunicación está enfrentando con cada vez mayor dificultad ese viejo problema vinculado a las ideas ampliamente generalizadas que apuntan a pensar que “estudiar comunicación” es símil de aprender a utilizar



artefactos e instalaciones para “comunicar” y para “aparecer” en los medios. Hay escasa claridad de que, para producir contenidos efectivamente comunicativos y formativos, estos ejercicios deben sustentarse en genuinos trabajos de investigación y delinarse bajo conceptualizaciones claras de la sociedad, la comunicación y los medios mismos.

Un elemento que complica esta problemática es que este pragmatismo no es exclusivo de las y los estudiantes, sino que permea los cuerpos docentes, por lo que en la operación de los planes de estudio en comunicación se construyen clasificaciones, y los ejes formativos en las teorías y en investigación se subsumen a los vinculados a la formación en comunicación aplicada y de elaboración de productos comunicativos, y se asigna mayor prestigio a las asignaturas y docentes que se dedican a los medios por encima de quienes trabajan en la enseñanza teórica y metodológica.

Cabe anotar que este problema no es privativo de las licenciaturas en comunicación, aunque en éstas es una práctica muy notoria. De manera que en la 3ª Conferencia Mundial de Educación Superior impulsada por la UNESCO en 2022 se reconoce el énfasis que se da a la formación instrumental sobre la conceptual en las universidades y se señala que:

*La especialización disciplinaria ha permitido alcanzar grandes logros, pero algunas de las experiencias educativas que ofrecen las IES [Instituciones de Educación Superior] se han vuelto demasiado instrumentales y centradas en preocupaciones disciplinarias. Se corre el riesgo de perder de vista el carácter global de cualquier experiencia educativa, especialmente cuando la especialización se produce en una fase temprana de la trayectoria educativa del estudiante y cuando se prioriza el conocimiento disciplinar sobre la dimensión pedagógica. (UNESCO-WHEC, 2022)*

## **5. Paradoja 4: Transformar la práctica docente hacia una formación teórico-práctica del estudiantado en Comunicación**

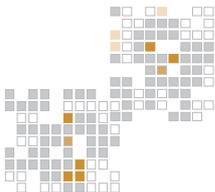
Diversos pensadores de la educación y del currículum plantean que la enseñanza se despliega desde la cultura del docente, cultura mediática y pragmática para el caso que nos ocupa, en este sentido escribe Javier Marrero Acosta:

*El profesorado ha de buscar el sentido a lo que enseña en los contextos situacionales y específicos en los que se producen. Lo que se enseña en el centro [escolar] es una reinterpretación de conocimientos y saberes disponibles en la cultura, a través de un prolongado proceso de reflexión, individual y colectiva, sobre el sentido de la misma. Y en consecuencia, [constituye] una recreación –no siempre afortunada– de los saberes considerados como valiosos para la sociedad (Marrero, 2015, p 201).*

Y sobre este mismo fenómeno advierte Martín-Barbero pero visto desde el mercado laboral del comunicador o de la comunicadora:

*No son evidentemente una creación de la escuela sino el lugar de ósmosis entre las imágenes que sobre el oficio produce el mercado y proyectan los profesionales de la comunicación y las expectativas de trabajo que las universidades movilizan. (Marrero, 2005, p.122).*

Si la cultura docente está estrechamente articulada al carácter del mercado en el que se desenvuelven los y las profesionistas de la comunicación, y como señala Rodríguez Sánchez, “si las teorías implícitas [del profesorado] están incrustadas en la construcción del pensamiento y forman esquemas de acción social, habrá



que concluir que constituyen un fenómeno ineludible en la realidad de la enseñanza” (Rodríguez Sánchez, 2002 en Marrero, 2015, p. 208), entonces es procedente pensar que hay una serie de acciones indispensables y urgentes que deben desarrollar los cuerpos académicos de las licenciaturas en comunicación.

Por un lado, es de central importancia fortalecer la cultura institucional y universitaria de cara al impulso de propuestas formativas en las que la responsabilidad social sea una de sus prioridades y que esto permee sus planes de estudio y en particular las licenciaturas en comunicación.

Por otra parte, es necesario que el diseño, las actualizaciones y renovaciones de los planes de estudio en comunicación deriven en planteamientos robustos que expliciten y propicien claramente la necesaria articulación entre las enseñanzas instrumentales o de práctica en medios, con las actividades académicas teóricas y las investigativas.

Un tercer componente es la necesaria reflexión crítica y analítica por las y los docentes sobre el carácter y la operación de estos planes de estudio, así como de los programas de estudio que los constituyen y de manera especial la reflexión sobre su propia práctica. Sobre esto último el investigador sobre el currículum Javier Marrero Acosta propone que los docentes reflexionen sobre este tema:

*provocar la reconstrucción del pensamiento pedagógico vulgar implica necesariamente un proceso de deconstrucción de los esquemas de pensamiento y acción acrítica y empíricamente consolidados. Es decir, se requiere remover los obstáculos epistemológicos que desde la ideología pedagógica dominante y desde la práctica socializadora de la escuela se han ido incorporando al pensamiento, sentimiento y acción de los futuros docentes, hasta constituir su más o menos consciente, más o menos tácito*

*pensamiento pedagógico práctico: el conjunto de sus teorías y creencias implícitas.* (Marrero, 2015, p.203)

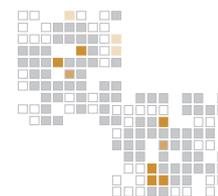
Importa hacer énfasis en que, si bien la formación técnica tiene una importancia nodal para la incorporación al campo laboral de las egresadas y los egresados en Comunicación, las habilidades de investigación son las que les permitirán mantenerse actualizados y actualizadas a lo largo de su vida profesional, desplazarlas durante su trayectoria estudiantil, irá en demérito de su desempeño profesional a largo plazo. La dificultad está en mostrar la relevancia de la teoría y la investigación al estudiantado y también a los docentes, pensar en planes y programas de estudio que los y las persuadan de esto es de central relevancia.

## **6. Los retos de las paradojas formativas**

A partir de estas premisas corresponde pensar de nueva cuenta un aspecto apremiante para el diseño, reformulación, actualización y creación de planes de estudio y especialmente la operación de la vasta y diversa oferta educativa en comunicación: la necesidad de explicitar en estas propuestas formativas que la comunicación debe contemplar las tres fases de la producción de los procesos del conocimiento: *la enseñanza de los conocimientos y saberes acumulados, la producción y difusión de nuevos conocimientos y reflexiones teóricas, y la aplicación de los conocimientos bajo diversas modalidades de intervención.*

Así, el trabajo con el estudiantado sobre los conocimientos, experiencias y prácticas acumuladas en el campo de la comunicación que se despliega de manera cotidiana en las aulas a través de la docencia como tarea sustantiva y propia de todas las escuelas, en la práctica constituye una parte muy importante de los procesos de conocimiento, pero no la única.

Como lo han señalado diversos pensadores de



la educación superior, la producción de nuevos conocimientos a través de la investigación y el acercamiento y generación de conocimientos sobre las realidades y espacios sociales a los que se pretende impactar mediante los productos y acciones comunicativas, debe ser también una actividad sustantiva en la formación profesional.

La formación universitaria en comunicación debe contemplar a la investigación social y comunicativa y a la formación teórica y conceptual derivada de ésta, como actividades educativas sustantivas e indispensables, y no como componentes del currículo complementarios o adjetivos como lo entienden muchos estudiantes y hasta docentes. Explicitar en los planes de estudio y en su propia operación la relevancia que tienen los ejes formativos teóricos y metodológicos en la formación profesional y en la producción comunicativa misma es todavía una asignatura pendiente de las licenciaturas en los distintos campos de la comunicación.

En rigor, las actividades de y para la investigación no únicamente son útiles e indispensables para dar sentido y contenido a las propuestas comunicativas, sino esencialmente son las que a la larga garantizarán a las egresadas y egresados las posibilidades de seguirse actualizando de manera autónoma en un mundo en el que los cambios no sólo tecnológicos sino también conceptuales tienen ritmos cada vez más acelerados.

El tercer componente de los procesos del conocimiento consiste en su aplicación, lo que comúnmente se conoce como extensión y como relación con el entorno social y que en el campo de la formación en comunicación se traduce en intervenciones comunicativas y en la creación de productos comunicativos, lo cual no está exento de una gran complejidad, aunque en muchos casos el trabajo comunicativo es concebido en la práctica como labor de carácter meramente técnico y operativo y no como el resultado de

una genuina articulación y combinación de un trabajo creativo, conceptual e investigativo.

En concreto, tenemos que tomar en cuenta la valiosa y todavía actual propuesta de Paulo Freire (1984) sobre el diálogo de saberes: “La educación es comunicación, es diálogo, en la medida en que no es transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación y los significados (p. 77).

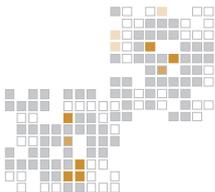
Es importante reflexionar sobre los mecanismos que se pueden implementar en los planes de estudio para alcanzar este “diálogo de saberes”, o bien una “ecología de los saberes”, como plantean Urquiza Mendoza, Duarte Mendoza, Holguín Díaz y Navia Álava (2018).

*“Los retos actuales que deben enfrentar los estudiantes de la carrera no solo están en lo que necesitan del saber científico, sino también en la integración de varios saberes, que determina una coexistencia equitativa, impulsando el desarrollo de la actividad-práctica social” (p. 10).*

Por tanto, esta “ecología de los saberes” hace que los varios campos formativos y las mallas curriculares se relacionen con el contexto, “fomentando la interculturalidad para enriquecer la formación profesional desde un modelo universitario transcultural” (Urquiza Mendoza et al., p. 10).

## **7. Abrir el campo: los retos para reinventar la educación superior y su aplicación en las licenciaturas en comunicación**

Las paradojas antes expuestas sobre el estudio y la enseñanza de la comunicación entran en resonancia con algunas de las propuestas de UNESCO para reinventar la educación superior, por lo que entramos en diálogo con ellas. Así, en primer lugar, la UNESCO afirma que:



*“Las instituciones de educación superior (IES) tienen tres grandes misiones sociales: producir conocimiento a través de la investigación científica, educar a las personas, en el sentido amplio de la palabra, prestando especial atención a los conocimientos y habilidades necesarias para la vida profesional, y ser socialmente responsables, lo cual es parte integral de las IES, no un añadido opcional. (UNESCO-WHEC,2022, p. 21).*

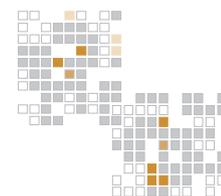
Para lograr cumplir estas tres grandes misiones y para renovar la educación superior, se proponen seis principios, de los cuales vamos a discutir los que se pueden extrapolar para los planes de estudios de las licenciaturas en comunicación y las promesas laborales que éstas entrañan, en espíritu con lo discutido arriba. Entre las varias transformaciones que se proponen, nos interesan dos: “transitar de un enfoque restrictivo en la formación disciplinaria o profesional a una experiencia de aprendizaje integral de los estudiantes”, y “transitar de los silos disciplinarios a la inter y transdisciplinarietà, el diálogo abierto y la colaboración activa entre diversas perspectivas” (UNESCO-WHEC, 2022, p. 11).

El primer principio de la UNESCO-WHEC (2022) se refiere a indagación, pensamiento crítico y creatividad como “encender la imaginación y promover el pensamiento divergente, preparando a los estudiantes para encontrar soluciones innovadoras que aborden los retos globales de nuestras sociedades” (p. 25). Esto nos remite a lo que el Padre Sánchez Villaseñor de la Universidad Iberoamericana expresaba hace años en términos confesionales, llamaba “la técnica sometida al espíritu”, lo que podríamos adaptar como la técnica sometida a la teoría y a la investigación científica, a la formación integral y la conceptualización. Esto tiene que ver con la importancia de regresar a los planes de estudio una formación integral, basada

en teorías sociales, pero también en desarrollo de herramientas y habilidades de investigación, que permitan a los estudiantes aprender no solo herramientas técnicas o tener cursos altamente profesionalizantes, sino especialmente aprender a pensar y a indagar. Si las teorías son una forma de entender el mundo, no se puede comunicar sin comprender estas cosmovisiones y sin la información sobre el mundo que se quiere intervenir. Es crucial entonces, incluir en los planes de estudio, además de materias teóricas y de investigación, estrategias para potenciar el pensamiento crítico y la creatividad. Esto también puede ofrecer a los estudiantes maneras originales para crear sus propios empleos y no solo responder a las demandas del mercado.

Otro principio para renovar la Educación Superior es la integridad y ética, y más en un mundo afectado por *fake news*, y que atestigua el rápido ascenso de la Inteligencia Artificial; las licenciaturas en comunicación deben formar profesionales que aborden a los medios desde perspectivas éticas y de responsabilidad social, y no solo aprender manejo de tecnologías que, además, se vuelven rápidamente obsoletas; insistimos, es necesaria una perspectiva social sobre los medios.

Esto implica transitar de manera explícita de un enfoque restrictivo en la formación disciplinaria o profesional a una experiencia de aprendizaje integral de los estudiantes. Es el regreso a una combinación de la teoría (formación conceptual), la investigación y la técnica, lo que ofrece la posibilidad de una mayor flexibilidad a la hora de buscar trabajo en cualquier campo y ofrecer autonomía para encontrar empleo profesional en otros campos más allá de los medios. Este aprendizaje integral debe acentuar la visión de que los medios son instrumentos, no fines, es necesario hacer énfasis en lo que se va a hacer a través de éstos para lo cual es indispensable combinar teoría e investigación.



Otra transición tiene que ver con la inter y la transdisciplinariedad y la movilidad entre campos. Aplica a la propuesta cada vez más insistente de pensar en la comunicación como una transdisciplina (Vidales Gonzáles, 2017), pero a la vez también se debe reconocer y analizar la emergencia de subcampos de conocimiento, lo que fragmenta el campo por lógica de temáticas mas no objetos de conocimiento (Vidales Gonzáles, 2015), una fragmentación que se ve espejeada en las varias especializaciones que se ofrecen en las IES en México, las cuales impactan directamente en planes de estudio que ya no ofrecen una formación holística, ni teórica, ni en investigación, sino solo especializaciones como comunicación y medios, comunicación organizacional, comunicación y salud.

Por lo tanto, y así para cerrar el círculo con la primera paradoja que señalamos al inicio del texto, se debe empezar por una visión transdisciplinaria de la comunicación, para evitar esta fragmentación temática que se refleja en la organización institucional de las licenciaturas en comunicación, y poder transitar hacia una formación integral, en la que participen de manera equilibrada los distintos estadios o manifestaciones del proceso de conocimiento: puesta en común, teoría, investigación y formación pragmática, aplicada o técnica.

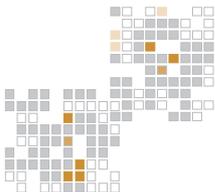
## 8. Conclusiones

Recapitulando, el diseño y la operación de los planes de estudio y la formación en el campo educativo de la comunicación constituye en muchos sentidos una promesa laboral, pero

para que este compromiso pueda ser de largo plazo y perdurable, debe rebasar la formación profesionalizante centrada de manera sustantiva en la habilitación y capacitación para el uso de los medios de comunicación como artefactos y dotar al estudiantado de herramientas conceptuales y de habilidades investigativas que les permitan actualizarse por sí mismos y mismas de manera permanente, que los y las formen para poder adaptarse a los cambios, pero especialmente para ser capaces de propiciarlos. Debe ofrecerse una formación genuinamente integral en comunicación en la que el manejo técnico, teórico y conceptual, ético e investigativo vayan permanentemente de la mano y con esto se garantice que la educación en comunicación entrañe una promesa educativa y laboral para la vida.

Martín-Barbero en su ya citado texto “Los oficios del comunicador” describe de manera sintética y contundente el perfil del estudiante que quiere y debe integrarse al mercado laboral:

Lo que queremos plantear es que el productor de comunicación que se forma en la universidad no puede ser un mero ejecutor sino algo bien distinto, un diseñador, que es alguien capaz de concebir el proceso entero que va desde la idea a la realización, alguien que puede dar cuenta de lo que se quiere comunicar, de los públicos a quienes se dirige y de los discursos en que deba expresarse. Pues el diseño tiene tanto de experiencia como de invención, no puede alimentarse de puro empirismo ni puede confundirse con el juego formal. (Martín-Barbero, 2005, p. 126).



## Referencias

FREIRE, PAULO, *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. México, Siglo Veintiuno Autores, 1984.

FUENTES NAVARRO, Raúl, *Un campo cargado de futuro*. El estudio de la

comunicación en América Latina, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Repositorio institucional. In: (99+) *Un campo cargado de futuro*. El estudio de la comunicación en América Latina. | Raúl Fuentes Navarro - Academia.edu, 1990.

\_\_\_\_\_, “La universidad como instancia educativa y la comprensión de la comunicación como proyecto social”. *Revista Comunicação & Sociedade*. São Bernardo do Campo: PósCom-Umesp, a. 27, n. 44, p. 69-84, 2o. semestre, 2005.

\_\_\_\_\_, “Medio siglo del estudio universitario de la comunicación en México: El riesgo del inmediatismo superficial”, en Ortiz-Marín, A. M. (coord.), *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación XVII*. México: Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, pp. 99-115, 2010.

\_\_\_\_\_, y VIDALES GONZÁLES, Carlos, *Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación*. CECyTE-CAEIP, 2011.

MARRERO ACOSTA, Javier, “El currículum que es interpretado. ¿Qué enseñan los centros y los profesores y las profesoras?”, In: SACRISTÁN, José Gimeno, et al., *Ensayos sobre el currículum: teoría y práctica*, Editorial Morata, Col. Textos universitarios, núm. 2, tema currículum, Madrid, España, 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús, “Los oficios del comunicador”, In: *Coherencia* No. 2 Vol. 2 Enero - junio 2005.

OBSERVATORIO LABORAL, “Comunicación y periodismo”, Tercer trimestre 2023, Estadísticas de carreras profesionales por área, en: *Ciencias Sociales | OLA* (observatoriolaboral.gob.mx), 2023. [Consultado el 10 marzo 2023]

UNESCO-WHEC, Hoja de ruta propuesta para la 3ª Conferencia Mundial de Educación Superior UNESCO-3ª Conferencia Mundial de Educación superior (WHEC) 2022 | 18-20 Mayo 2022. Documento de trabajo, en: 6be1788a20aecc20c5468118ef386ed5f0271e46d0298d778d4c1ca2b235400e7d52e159117000427c73517b38607ed00208.62833bc1b5d6a.pdf (eventscase.com).

URQUIZA MENDOZA, Liliana Ivet *et al*, Pertinencia del Rediseño de carreras de Comunicación. Estudio en la Universidad Técnica de Babahoyo, extensión Quevedo. *Revista Dilemas Contemporáneas: Educación, Política y Valores*, año VI, número especial, pp. 1- 24, 2018.

VIDALES GONZÁLES, Carlos, De la comunicación como campo de conocimiento a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento. *Comunicación y Sociedad*, núm. 30, pp. 45-68, 2017.

\_\_\_\_\_, Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, núm. 23, pp. 11-43, 2015.

Artigo recebido em 27/03/2024 e aceito em 07/09/2024.

