

**Imaginarios profesionales de los estudiantes de comunicación**

ESPARZA, Mariano\*†, ESPINOSA, Raquel, ORTIZ, Francisco y PAZOS, Rubén

*Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.*

Recibido 8 de Enero, 2016; Aceptado 22 de Mayo, 2016

**Resumen**

La presente investigación surge de la necesidad de una actualización a la curricula de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, que atienda a las necesidades sociales y que tome en cuenta los imaginarios profesionales de la comunicación como vehículo de posicionamiento profesional.

Este trabajo se centra en una exploración a los imaginarios profesionales de la comunicación que tienen los estudiantes de esta carrera.

**Comunicación, estudiantes, profesionales**

**Abstract**

This research arises from the need to update the curriculum of the Bachelor of Communication Sciences at the Universidad Autónoma de San Luis Potosí, and it's responsibility to understand social needs and to take into account the professional imaginaries of the communication as a vehicle of a professional positioning.

This paper focuses on an exploration to the communication professional from the students point of view.

**Communication, students, professional**

**Citación:** ESPARZA, Mariano, ESPINOSA, Raquel, ORTIZ, Francisco y PAZOS, Rubén. Imaginarios profesionales de los estudiantes de comunicación. *Revista de Filosofía y Cotidianidad* 2016, 2-3: 6-18

\* Correspondencia al Autor (correo electrónico: mesparza@uaslp.mx )

† Investigador contribuyendo como primer autor.

**Introducción**

La sociedad contemporánea ha experimentado en las últimas décadas una serie de ajustes y desajustes en sus modelos de organización; cambios evidentes en las relaciones sociales, en la cultura política, en la participación civil, en la producción de valores económicos, en la cultura de comunicación mediada por tecnología, la generación de sociedades virtuales, etc. Complejos ajustes sociales y culturales que nos cuestionan sobre el papel de la comunicación profesional en la búsqueda de información, y en su caso soluciones, ante una realidad que parece inverosímil por el desgarrador contraste de una sociedad inteligente y bestial al mismo tiempo. Temas como la violencia, la inseguridad, la inseguridad laboral, el abuso, la crisis del sistema educativo básico, deben ser una prioridad en la agenda civil y política.

Es aquí donde se vuelve fundamental la reflexión en torno al papel de las universidades como formadoras de ciudadanos poseedores de lo que se ha denominado Educación Superior. Y cómo estos ciudadanos se involucran en la construcción de sociedades sustentables, no solo económicamente sino culturalmente. La construcción de la vida en sociedad es posible gracias a la posibilidad de organizar y dotar de sentido y valor a la convivencia con otras personas; procesos fundamentalmente comunicativos (Fig. 1). Aquí la importancia de la investigación, el estudio, la enseñanza y la aplicación profesional de la comunicación.

La comunicación es fundamental en la generación y preservación de formas de organización humana, es por medio de actos de comunicación que las personas se ajustan y acuerdan sus formas de relacionarse y convivir. La evolución y sofisticación en los canales y lenguajes para comunicarnos ha generado sistemas sociales más complejos.

Esta complejidad es evidente en las múltiples manifestaciones de sentido global-regional, como lo es por ejemplo los seguidores de la cultura Animé o historietas orientales. Que en cualquier provincia latinoamericana son capaces de organizar encuentros para reconocer a los integrantes de su comunidad por los valores orientales que en ellos se reconocen. Este es un ejemplo de cómo la comunicación es la vía en que las personas organizan su comprensión del mundo y su papel en él.

Las formas actuales de la comunicación nos llevan a tratar de entender un mundo complejo donde se observan simultáneamente múltiples formas de organización social, algunas de ellas en decadencia, otras en florecimiento y otras en gestación.

La comunicación ha experimentado grandes modificaciones en términos tecnológicos y conceptuales en las últimas décadas. Quienes nos dedicamos a la enseñanza de esta disciplina estudiamos y participamos de este cambio. No hace muchas décadas se entendía a la comunicación como un instrumento, es decir, solo se centraba en el medio de comunicación y no en sus potencialidades de construcción social.

La evolución conceptual de la comunicación ha sido el resultado de la exploración de las posibilidades expresivas que han evolucionado con la tecnología. A la radio y la televisión se les consideró en su tiempo como medios unidireccionales y lejanos a las necesidades de información de los públicos, medios que tenían como prioridad la difusión de información oficial y comercial de los dueños de estos medios.

Después, con el desarrollo de tecnologías, nacieron los medios de comunicación alternativos; la prensa independiente, la radio pirata; y con estos, públicos críticos con ansias de transformación social. Hoy entendemos a la comunicación como multidireccional y multimedia.

No tiene un centro y una dirección, su forma refiere a una red de conexiones de múltiples frecuencias. La comunicación es el soporte básico para el desarrollo de las sociedades, es el fundamento de los comportamientos simbólicos y culturales. Esta concepción, también es resultado del trabajo profesional de comunicólogos modernos.

Desde el inicio de los estudios de comunicación, estos fueron guiados por el desarrollo tecnológico; desde los primeros tratados de ortografía, hasta las narrativas transmedia. Los estudios científicos universitarios dieron cuenta del periodismo, la fotografía, el cine, la televisión e internet entre otros. El estudio de la comunicación sistematizó conocimiento de gran valor para la sociedad y su desarrollo, aportando conocimiento sobre la forma como las personas dan valor y significado a las cosas y a las prácticas; conocimiento sobre cómo se construye la psique humana mediante la comunicación con otras personas; sobre la organización de grupos sociales e instituciones; sobre la relación económica, política y comunicativa; conocimiento sobre comunicación educativa.

Como parte del ejercicio profesional de la comunicación educativa está el cuestionarse sobre la pertinencia de lo que se enseña, y en el campo de la formación de comunicólogos, estos cuestionamientos son de un gran dinamismo. La evolución de las tecnologías de la comunicación y la información generan paradigmas en la cultura.

Conceptos como 2.0, 3.0, portabilidad, multimedialidad, interactividad, convergencia, etc., son utilizados para guiar estrategias de comunicación a todos niveles desde interpersonal hasta masiva; así como estrategias de tipo política, comercial, ideológico y por supuesto educativo.

La reflexión sobre la pertinencia de los contenidos en la enseñanza de la comunicación animan el diseño de formas de interacción entre personas; utilizando las posibilidades expresivas que el desarrollo tecnológico provee constantemente. Este debe ser un eje fundamental e la formación de profesionales de la comunicación, Como consecuencia del desarrollo de interacciones surge el desarrollo de formas de organización y de formas de significación; es decir, las personas hoy tenemos mas posibilidades de comunicarnos por distintos canales, con distintas personas, para distintos usos; y esto nos posibilita participar más de la vida social.

En la figura 1 se muestra la dinámica del proceso de configuración de la vida social; con la comunicación se generan acuerdos, acuerdos que generan formas de organización, y organizaciones que articulan la vida social.



**Figura 1** Secuencia de la comunicación

Los recortes presupuestales en materia de educación superior afectan la investigación científica nacional, y dentro de ésta, la investigación en ciencias sociales. Esta condición provoca que los estudios en comunicación sean pocos a comparación con otras disciplinas científicas.

Existen organizaciones como el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), que promueven la investigación en comunicación y que dejan ver la agenda de temas y prioridades de estos investigadores. Dentro de esta agenda están los estudios sobre los imaginarios profesionales de la comunicación, y su importancia en la construcción de los futuros campos profesionales.

En la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, un grupo de académicos nos cuestionamos sobre la pertinencia y actualización de nuestros programas de estudio; sobre los conocimientos, habilidades y actitudes que demanda el campo profesional de la comunicación y como debemos atenderlo. En esta búsqueda nos encontramos, por una parte, las demandas del campo profesional, por otra, las necesidades de comunicación social, y por otra parte, el imaginario profesional de los estudiantes.

Este trabajo es un ejercicio de exploración sobre las inclinaciones que tienen los imaginarios profesionales de los estudiantes de ciencias de la comunicación para reflexionar sobre el papel que las universidades y las escuelas debemos tomar en la construcción de relaciones comunicativas acordes a las necesidades sociales en tiempos de búsqueda de soluciones a problemas sociales urgentes e importantes.

### **Marco teórico**

Las escuelas dedicadas a la formación de profesionales de la comunicación tenemos la necesidad de reflexionar constantemente sobre la pertinencia de los contenidos y las prácticas en los nuevos contextos de la era de la información (Castells, 2006) “este proceso de producción específico de las nuevas tecnologías da lugar a una nueva división del trabajo: creación de valor, creación de relaciones y toma de decisiones”.

Desde la comunicación esto es entendido como la generación de significación, la generación de interacciones y la generación de posicionamientos y direcciones para referirnos a la comunicación es importante considerar que “conocimiento, sociedad y comunicación son objetos de estudio formal y materialmente distintos, pero que no pueden darse, ni formal ni materialmente por separado, y que la actividad cognitiva, las relaciones sociales y las interacciones comunicativas se condicionan entre sí”. (Piñuel y Lozano, 2006:305).

La puesta en común del conocimiento generado por la humanidad es generador de formas de entender la realidad material y social, y de asumir un papel en ésta; este proceso es posible por las interacciones humanas. La popularización del conocimiento sobre la píldora anticonceptiva detonó una forma distinta de entender la realidad respecto a la vida sexual y las relaciones de pareja. Así mismo las prácticas sexuales contemporáneas son motor de la investigación y generación de conocimiento científico biológico y social. La comunicación hace posible estos procesos.

La comunicación es un complejo proceso de tejido en el que los sujetos buscan en el proceso, ajustar su relación en base a sus posibilidades materiales de expresión y percepción de señales y sus referentes culturales y de conocimiento.

Este ajuste determina la idea que los participantes de la comunicación construyen de los contenidos intercambiados y habilita posibilidades de reacción. “en los procesos comunicativos, el uso de los mensajes no se cierra en las señales acústicas y visuales, sino que se abre a la relación que los interlocutores mantienen entre sí, por sus diferentes posiciones sociales y psicológicas

Se abre también a la diferente adecuación de sus órganos vitales respecto del intercambio de estímulos y reacciones producidos por los mensajes intercambiados; y se abre al capital cognitivo con el que los interlocutores procesan la referencia o significación de los mensajes, los cuales aportan solo una parte de los datos que se pueden procesar, pero no su totalidad, en una representación; y obviamente cada cual, emisor y receptor, elabora su propia representación” (Piñuel y Lozano, 2006:315)

Las representaciones e imaginarios de la comunicación en la construcción de la sociedad son el resultado del ajuste entre el conocimiento científico generado, las posibilidades materiales para intercambiar información, los referentes conceptuales y la actitud para asumir una responsabilidad social.

Otro elemento fundamental de este trabajo es el imaginario profesional de los estudiantes de comunicación, por tanto es necesario soportar el concepto de imaginarios sociales y profesionales. "Los Imaginarios Sociales son aquellos esquemas, construidos socialmente, que nos permiten percibir algo como real, explicarlo e intervenir operativamente en lo que en cada sistema social se considere como realidad" (Juan Luis Pintos 2001).

Es importante destacar el papel de la comunicación en la construcción de la realidad y su consecuente interacción con ella. De aquí que conocer los imaginarios profesionales de la comunicación que tienen los estudiantes de esta disciplina, permiten vislumbrar lo que estos conciben como realidad y su práctica profesional. Para Claudia Benassini (2002) “lo imaginario puede ser entendido como producción de ilusiones, símbolos, quimeras, evasiones de la dura realidad de los hechos”.

Aquí se resalta un núcleo de interés, ¿los imaginarios profesionales de los estudiantes de comunicación están evadiendo alguna realidad difícil de asumir profesionalmente? Revisados estos conceptos del imaginario podemos decir que la representación conceptual que construimos a partir de la comunicación, experiencia propia, la influencia de las instituciones, los medios de comunicación y la sociedad en general, nos permiten construir un marco de realidad, identificarnos y actuar; y por otro lado nos excluyen e inmovilizan.

Hoy es necesario construir imaginarios profesionales adecuados a las necesidades sociales vigentes, tomando en cuenta tanto la viabilidad económica, la pertinencia social y el desarrollo cultural.

Siguiendo a Luhmann (2005), “las organizaciones se encuentran obligadas a innovar, lo que implica mantener el control sobre las alternativas de cambio, sea a través de la planificación o mediante una capacidad de innovación que se desarrolla a través de decisiones oportunas. Si no hay capacidad de innovar, de reaccionar planificadamente a los cambios internos y externos, la organización perderá las oportunidades que se le ofrezcan y se encontrará sometida a un cambio inevitable y sin rumbo conocido”.

Es fundamental tomar conciencia de la responsabilidad que implica la construcción de futuros posibles desde la academia, y tomar las riendas del desarrollo social. Es la comunicación, como gestora de significaciones, la herramienta básica para la construcción de estos imaginarios sociales posibles. Es también la comunicación, fundamental para la implementación de estrategias de construcción de sentido de ciudadanía y formas culturales pertinentes a las realidades complejas contemporáneas.

Otro elemento a considerar en este trabajo es la relación entre la cibercultura y los imaginarios profesionales, y cómo es que se están configurando desde los espacios educativos y los múltiples nodos de desarrollo económico y simbólico. “La cibercultura es el producto del impacto de la multimedia, la realidad virtual y las autopistas de la información en la vida cotidiana” (Joyanes, 1997: 170), esto refiere a un comportamiento asociado al uso de tecnologías de la información y comunicación como forma de relacionarse y ajustarse en entornos virtuales, lo que modifica las formas de convivencias social y de participación.

“La cibercultura es, en un aspecto más amplio, el territorio base donde se enmarcan hoy las nuevas prácticas sociales de las diversas sociedades. Quizá el concepto puede pertenecer a un ámbito también económico como el de la globalización, pero en el sentido de los estudios culturales, liga lo que es la producción o la circulación de la tecnología y la cultura” (Mendizábal, 1999: 79).

Las alternativas de desarrollo profesional, social y económico que detonan estas posibilidades materiales de interacción están construyendo las nuevas formas de educación, entretenimiento, participación política y comercio. Es importante monitorear si los nuevos cuadros de profesionales de la comunicación conciben estos territorios virtuales como propios.

Para Castells (2012)

“La autonomía sólo se puede garantizar mediante la capacidad de organización en el espacio de libertad de las redes de comunicación, pero al mismo tiempo únicamente se puede ejercer como fuerza transformadora si se desafía el orden institucional disciplinario recuperando el espacio de la ciudad para sus ciudadanos”.

En un contexto en el que el modelo de organización tradicional ha dejado de responder a las necesidades ecológicas, sociales y simbólicas; la investigación, el conocimiento y la enseñanza de la comunicación como generadora de sentido social se posicionan como elementos estratégicos para el desarrollo.

### Metodología

En el mes de Marzo de 2016, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, se tuvo la oportunidad de recibir un grupo de 39 estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Latina de América.

En esta visita los académicos de la FCC compartimos con ellos una parte de la visión propia y quehacer académico.

Una de las actividades de esta visita fue una serie de grupos de discusión, entre los que se tocó el tópico de los imaginarios profesionales de los estudiantes de comunicación. En esta serie de grupos de discusión participaron 39 estudiantes matriculados en los semestres de segundo, cuarto, sexto y octavo, resaltando el hecho de que los dos semestres inferiores pertenecían a un plan curricular actualizado (ver figura 2 )



**Figura 2** Grupo de discusión 1 con estudiantes de la UNLA

Se escogieron los grupos de discusión como técnica de investigación por su soporte en la comunicación plena, es decir, más allá de recopilar datos sobre un tema específico, trata de evidenciar lo que los participantes quieran expresar sobre el tema. Evidenciar sus imaginarios profesionales en su discurso libre. Según Bernardo Russi (1998: 79) “citando a Ibáñez, las formas en que se presenta la realidad social, en cuanto a su dinamismo y complejidad, no nos dejan abordarla con una metodología cuantitativa o cualitativa, por muy complejas que estas sean...El tipo de trabajo que se logra con una sesión de grupo es algo parecido a una simulación... al ser un simulacro de realidad se parece a la forma de consumo en las sociedades de hoy”.

En los grupos de discusión se detonaron temas como: ¿a qué esperan dedicarse cuando terminen de estudiar?, ¿Es el estudio de las ciencias de la comunicación su interés vocacional original?, ¿Qué le falta a la curricula para cumplir sus expectativas?, ¿hay alguna rama de la comunicación específica que les interese?, ¿Qué visión tiene la gente del comunicólogo?, ¿En quién recae la responsabilidad de cambiar la visión de lo que debe ser un comunicólogo?, ¿De la escuela, de nosotros, de los profesores?

La participación de los estudiantes fue animada, se evidenció un interés por hablar sobre sus experiencias y opiniones en el proceso formativo (ver figura 3 ).



**Figura 3** Grupo de discusión 2 con estudiantes de la UNLA

## Resultados

Entre los hallazgos encontrados en el discurso de los estudiantes de ciencias de la comunicación, se destacan:

- El interés por la creación de historias y personajes cinematográficos.
- Los medios masivos en general.
- Interés por la actuación y la conducción, por el periodismo, los nuevos espacios virtuales, la comunicación organizacional, la publicidad y el marketing.
- Manifestaron también, que la comunicación no era su primera opción de estudios y que accedieron a esta como un paso en su camino profesional.
- Los intereses originales manifiestos fueron en torno a la producción, realización y conducción de medios masivos, la comunicación gráfica, la administración de redes sociales virtuales, el periodismo, el periodismo deportivo, la filosofía y la literatura.

- Respecto a la curricula, los participantes desean un equilibrio asertivo entre teoría y práctica, ya que como anteriormente se mencionó, participaron estudiantes que actualmente cursan una curricula anterior y una actualizada, y la principal diferencia que ellos observan es que la primera tiene un énfasis en lo teórico y la segunda en lo práctico.
- Mencionaron también que la comunicación tiene muchas ramas de especialización y que depende del estudiante definir y continuar con su formación profesional, las ramas que se mencionaron fueron el marketing, la publicidad, los medios digitales y la actuación y conducción.
- Respecto a la imagen del comunicólogo comentaron que la idea de un “todólogo”, les abre puertas y al mismo tiempo se las cierra; ya que en el campo profesional no saben bien que hacen y los ponen a hacer cosas que ellos consideran inferiores a su formación, y al mismo tiempo les posibilita para desempeñarse en muchos campos del quehacer de la comunicación.
- Para cambiar la visión que se tiene del comunicólogo, afirman que es el profesional de la comunicación que mediante su desempeño y especialización, deben mostrar a la sociedad cuales son los conocimientos que poseen y encontrar su lugar.
- También mencionan que las escuelas deben hacer una mejor orientación vocacional para evitar confusiones y desilusiones en los estudiantes.
- Encontramos críticas a la falta de ética en los líderes de opinión pública y personas que ostentan el poder político.
- Se manifiesta también, una búsqueda de los estudiantes por recuperar sus espacios reales e imaginarios, también hay coincidencias en proponer reformas a la curricula y se plantean nuevos caminos en el campo profesional.
- Se encontró que la conformación del imaginario se genera con la información que la persona obtiene a través de los medios de comunicación, por la cercanía con un estudiante o egresado de comunicación y por lo que las curriculas definen como comunicólogo.

Es de resaltar que solo una persona mencionó interés en la gestión cultural como campo profesional, y ninguna por la comunicación política y educativa, así como que todos mostraron desinterés por la investigación en comunicación. Este dato es detonador de posteriores investigaciones sobre el porqué de estas ausencias, sus posibles repercusiones y el papel de las universidades en estas tendencias.

### Discusión de Resultados

Esta discusión está enmarcada en el contexto actual de la sociedad mexicana que manifiesta una gran necesidad de replantear sus valores sociales; es innegable la obsolescencia del sistema político para resolver situaciones de gobernabilidad y legitimidad. Los grandes desequilibrios económicos llevan a las personas a buscar alternativas no formales de subsistencia que conllevan a formas de organización social ilegales.

Las nuevas formas de transmitir información ponen en entredicho la función de las instituciones educativas. Al mismo tiempo existe una necesidad de la sociedad en general de manifestarse y participar en los asuntos políticos y sociales. Las posibilidades de comunicación e información vía internet se amplían y se vuelven cada vez más accesibles a un mayor número de personas. Las formas de producción de valores económicos y sociales cada vez más se asocian a valores simbólicos creados virtualmente.

Cabe señalar que los jóvenes que participaron en este ejercicio manifestaron ser partícipes activos de lo que llamamos cibercultura de la comunicación; es decir, consumidores y productores de información en ambientes virtuales. Y se manifestaron como usuarios permanentes de dispositivos móviles para el intercambio de información. Esto los ubica en el espectro de influencia de los contenidos del modelo de comunicación dominante; tanto en el sentido de su uso práctico, como de su concepto de comunicación.

“es sabido que la transmisión del capital cognitivo, de generación en generación, y la construcción de representaciones colectivas, que los grupos humanos sostienen la reproducción de rutinas y que las prescripciones para la reproducción del orden de una comunidad, corre fundamentalmente mediante procesos comunicativos” (Piñuel y Lozano, 2006: 314).

Es evidente que aun existe un gran interés entre los jóvenes por realizar estudios en comunicación. Este interés se relaciona con la constante evolución de las tecnologías de información y comunicación, y sus potencialidades económicas. Según Luhmann (2000),

“los medios de comunicación social han acabado por constituir un subsistema social específico especializado en la confección de un cuadro general del entorno social que proporciona una imagen global para el resto de subsistemas sociales, posibilitando así la interacción entre estos en un contexto altamente complejo”.

Es decir, los medios proponen mediante sus contenidos, pautas de comportamientos legítimos y deseables para la convivencia en sociedad. La construcción de estos esquemas hacen que los estudiantes den por hecho incuestionable su papel como profesionales de los medios de comunicación masiva, sin embargo oculta la posibilidad de pensar en otros campos del desarrollo social y económico. Peor aun, no permite ver necesidades culturales y de convivencia que pueden ser entendidas dentro del ejercicio de la comunicación profesional.

Jesús Martín-Barbero reflexiona que “para lograr la comprensión de la cultura masiva debemos considerar lo masivo no como una degeneración de la alta cultura, sino una deformación de lo popular” (1987).

En esta deformación de lo popular no está presente la inquietud por reflexionar sobre el papel socio-histórico de la comunicación como generador de direcciones para el desarrollo de la vida en sociedad. Para Marta Rizo, “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 el uno del otro, sin siquiera acercarse.

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 (ya sea en su dimensión investigativa o formativa) como sinónimo de los medios” (Rizo, 2012: 28).

En esta exploración queda en evidencia que el imaginario del profesional del estudiante de ciencias de la comunicación está construido en gran parte por el modelo de comunicación utilitarista que los medios masivos de comunicación y las instituciones sociales han promovido como forma de preservar los valores de consumo económico e ideológico. Es preocupante que no se haya evidenciado una preocupación por los temas relacionados a la gestión cultural, a la comunicación educativa, a la participación social y el desarrollo como formas del quehacer profesional de la comunicación.

Esta preocupación radica en que, si no hacemos algo al respecto en las instituciones educativas, no existirán propuestas viables de solución científica a los problemas de crisis de valores cívicos y de organización y participación social a los que nos enfrentamos en este mundo contemporáneo.

Esta objetivación de los medios de comunicación como fines del desempeño profesional limita las posibilidades de desarrollo en el campo de la educación, la organización y la promoción cultural; áreas en las que la sociedad demanda innovación y nuevas matrices de sentido ante la decadencia del modelo tradicional.

Respecto a la cibercultura de comunicación es notorio un interés en el ejercicio de la producción de medios digitales así como la generación de contenidos pero no es tan evidente el interés por la generación de nodos de comunicación virtual como nicho profesional. Tal vez por la enorme influencia que ejerce la idea tradicional de las interacciones virtuales como fuente de información y/o como medio de expresión pero no como espacio de comunicación, mecanismo de organización social, producción de valores económicos y/o forma de participación civil.

### **Conclusiones**

En México atravesamos por una crisis de valores sociales como la política, la democracia, la seguridad, el trabajo, etc. lo que nos obliga a pensar cómo desde la comunicación es posible fomentar valores como la salud, la verdad, la participación, el respeto por la otredad, la inclusión, la colaboración.

El conocimiento de los contextos en los que se presentan los fenómenos sociales es la llave para atender de manera asertiva y económica los problemas derivados del desarrollo social desequilibrado.

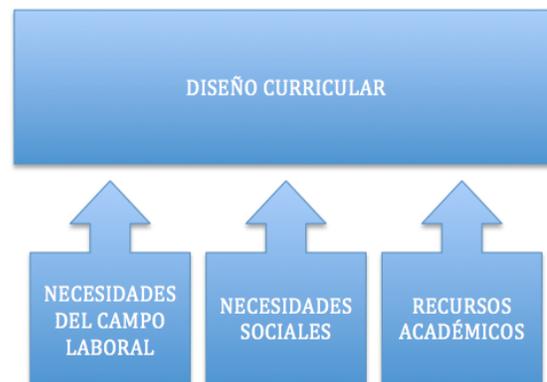
La tendencia histórica de los medios masivos de comunicación hacia el entretenimiento, el comercio y la propaganda política, ha provocado una tendencia también hacia la comunicación utilitarista, y que exista una necesidad de mayor reflexión en torno a las necesidades de la sociedad en términos de sentido, participación y organización social.

Es necesario reconocer a la comunicación como un elemento estratégico para la solución de problemas de organización y sentido social. Reconocerla como gestora del desarrollo social; tejiendo el conocimiento acumulado en las distintas disciplinas del saber, con las relaciones y ajustes entre las personas, las organizaciones y las sociedades.

La comunicación, igual que todas las disciplinas científicas necesitan apoyo para la investigación no solo de las tendencias laborales y tecnológicas, sino que es fundamental conocer de manera sistematizada las necesidades sociales de sentido y organización.

Así mismo la formación de profesionales de la comunicación no solo debe atender los requerimientos del campo laboral sino que también debe estar atento a las nuevas necesidades sociales y culturales detonadas por los cambios tecnológicos, científicos, políticos y económicos; sin obviar la capacidad académica y el perfil profesional propio de cada institución educativa.

Conocer las características de las instituciones formadoras de profesionales, los contextos sociales, culturales y tecnológicos en los que se desarrollan, y los intereses y referentes de quienes ingresan a estos programas de estudio. En la figura 4 muestro los soportes básicos para el diseño curricular.



**Figura 4** Los soportes del diseño curricular

Actualmente se hacen investigación y reflexión para realizar las modificaciones curriculares centrales que generen una incidencia tanto en los nuevos mercados profesionales propios con la realidad contemporánea del profesional de la comunicación, como en las formas de relaciones en la sociedad de la información.

Es relevante para el diseño curricular no solo tomar en cuenta las posibilidades tecnológicas de los tiempos por venir, sino especialmente las necesidades sociales de comunicación y de organización para una convivencia sustentable culturalmente. El reto de la comunicación humana es generar formas de sentido social que posibiliten una organización de la vida social adecuada a las condiciones ambientales y socio-históricas de la vida contemporánea.

En éste sentido las escuelas de ciencias de la comunicación tienen el reto de formar personas como actores y constructores de la cultura a través de sus prácticas de vida en sociedad. Somos testigos de los paradójicos cambios en los campos de la ciencia, la economía y la política.

Observamos cómo la sociedad se transforma y las nuevas formas culturales conviven en un mundo complejo y contrastante.

La desigualdad económica, la corrupción política y la educación en entredicho, son factores contextuales imposibles de obviar. Es importante reflexionar sobre las características necesarias del profesional de la comunicación que sepan encausar el desarrollo de propuestas en la solución de los problemas pendientes.

El profesional de la comunicación se encuentra ante el reto de ampliar su visión, únicamente funcionalista de la comunicación hasta una mirada analítica, crítica y propositiva. Es necesario entender a los medios de comunicación y a la cibercultura como herramientas del comunicólogo para la transformación social y no como fines en sí mismos.

Las posibilidades de interacción y ajuste que ofrece el ciberespacio es un tema obligado en el diseño de planes curriculares de comunicación, es aquí donde se tejen las nuevas formas de sentido y valor. Es en este espacio virtual donde el comunicólogo puede generar puentes de interacción que lleven al conocimiento y aprendizaje de formas de relacionarse con la realidad de una manera sustentable, creativa y apropiada a los múltiples contextos de la vida en sociedad.

Un principio de la comunicación es el respeto y valoración de los múltiples imaginarios sociales; y poder proponer respuestas a las necesidades de la sociedad en su conjunto, asumiendo un papel como generador de espacios de participación para la búsqueda de soluciones a las nuevas problemáticas sociales.

Es básico que el comunicólogo se entienda como un sujeto histórico para poder entender cuáles son las responsabilidades que debe asumir en la construcción de la sociedad a la que pertenece.

### **Agradecimientos**

Los autores agradecen a la SEP a través del programa PROMEP, por el apoyo financiero otorgado para la realización del proyecto, al apoyo FAI con convenio C15-FAI-04-22.22 y al apoyo Inmersión a la Ciencia con convenio C15-PIFI-06-30.3.

### **Referencias**

Benassini, C. El imaginario social del comunicador: una propuesta de acercamiento teórico, en Razón y Palabra, núm. 25, itesm, México, feb-mar, 2002

Castells, M. La era de la información. Buenos Aires: siglo veintiuno. 2006.

Castells, M. Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de internet. Barcelona, Alianza Editorial 2012

Joyanes, L Cibersociedad: los retos sociales ante un nuevo mundo digital. Madrid. Ed. Mc- Graw-Hill. 1997.

Lumann, N. La realidad de los medios de masas, Barcelona, Anthropos. 2000.

Lumann, N. Organización y decisión: autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo, Barcelona, Anthropos. 2005.

Martin-Barbero, J. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Gili, México, 1987.

Mendizábal, I. Comunicación e imaginarios frente al nuevo milenio. Quito. Escuela de Comunicación Social ABYA YALA 1999.

Pintos, J. Construyendo realidad (es): Los Imaginarios Sociales. [En línea]. <http://www.gceis.org/papeles1.htm> 2001.

Piñuel, J, Lozano, C. Ensayo general sobre la comunicación. España, Paidós PC. 2006.

Rizo, M. Imaginarios sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy. Barcelona. Bellaterra: Instituto de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. 2012.

Russi, B., Galindo J. (compilador). Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México. Addison Wesley Longman. 1998.