



UNIVERSIDAD
NEBRIJA | 20 años

PIATCOM
I CONGRESO IBEROAMERICANO

Perfil profesional de egresados de licenciaturas de Comunicación en México: análisis curricular

Madrid, 2016

Nombre y apellidos autor 1: Caridad García Hernández

Filiación: Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Cuajimalpa

Correo electrónico: caridadgarcia.66@gmail.com

Nombre y apellidos autor 2: Margarita Espinosa Meneses

Filiación: Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Cuajimalpa

Correo electrónico: mmeneses8@gmail.com

Abstract:

La formación académica en ciencias de la Comunicación –así como en cualquier otro tipo de carrera universitaria–, responde a múltiples intereses que giran en torno a la universidad en los ámbitos político, económico y social. Todas estas influencias permean las visiones y misiones de las instituciones de educación superior (IES) hasta constituir planes y programas de estudio, es decir, los contenidos que se transmiten a los estudiantes como el saber legítimo. En este contexto, el presente trabajo desarrolla un modelo de análisis curricular que estudia el proceso de conformación de planes y programas de estudio, tomando como ejemplo a cinco universidades de prestigio en México: tres públicas y dos privadas. El análisis expuesto considera como contexto principal a la *sociedad informacional* y el papel de la tecnología como elemento central del futuro desarrollo profesional de los alumnos y como herramienta esencial en nuestros días.

Palabras clave: Arbitrario cultural, modelo educativo, modelo económico, area de conocimiento, TIC.



1. Introducción

Desde su nacimiento, la ciencia de la Comunicación ha tenido grandes responsabilidades entre sus manos. En cada etapa de la historia moderna el comunicador ha jugado roles como informador, líder de opinión, productor de bienes culturales, traductor o intérprete de hechos socio-políticos, por mencionar algunos. El acelerado avance tecnológico en materia de comunicación y la íntima relación del campo comunicativo con el espacio social y otros campos como el político, el económico y el cultural, han obligado a la constante reflexión entre los comunicólogos y los comunicadores sobre la práctica profesional, así como en los procesos de producción y distribución de bienes simbólicos. Esto ha reconfigurado las fronteras del campo de la Comunicación y necesariamente sucede lo mismo con los planes y programas de estudio y con las prácticas pedagógicas desarrolladas hasta ahora en las escuelas de Comunicación.

De las escuelas se espera que jueguen un papel central en toda la dinámica de reajuste y cambio cultural, pues representan el punto de partida pero también el punto de llegada de una espiral de experiencias, necesidades, propuestas, etc., especialmente si se considera a la institución escolar como el engranaje básico de la sociedad.

Sin embargo, el desfase entre los planes y programas de estudio y la práctica de la profesión se ha convertido en una constante a lo largo de los años. Hoy en día se sigue considerando que la comunicación atraviesa por una etapa crítica, caracterizada por la concentración de los medios masivos en corporaciones multimedia, identificables además, como grupos dominantes mundialmente y la pérdida de credibilidad producto de su inclinación hacia el periodismo-espectáculo, con todas sus implicaciones (Castells, 1999; Fernández Hermana, 2000).

La comunicación en los nuevos medios no es más alentadora, pues los comunicadores han aprovechado solo parcialmente las potencialidades de Internet. Así, no se percibe la generación de diferentes procesos de comunicación con características y cualidades distintas, distinguidos por su organización en redes flexibles pero inestables; colectivas pero individuales; virtuales pero reales, construidas por un sistema de medios “omnipresentes, interconectados y diversificados, y por la transformación de los cimientos materiales de la



vida, el espacio, el tiempo, mediante la constitución de un espacio de flujos y del tiempo atemporal” (Castells, 2001: 23).

El perfil académico y profesional del comunicador es blanco de fuertes presiones antagónicas. Por un lado, por parte de una sociedad donde la comunicación es el medio de enlace entre la vida política y cultural, obligada a atender a la vorágine de múltiples expresiones de identidad desafiantes ante la globalidad y el cosmopolitismo, en busca de una individualidad cultural amenazada por fuerzas socioeconómicas (Castells, 2001). Y por otro lado, por el hecho de que día a día las empresas comunicativas pierden su perfil político-cultural, transformándose en grandes conglomerados económicos para los cuales el *rating* es el negocio (Martín-Barbero, 2001).

Siguiendo a Martín-Barbero, cabe pensar en dos vías: la primera es plantearse retos de la educación a raíz de los cambios de la tecnología, y la segunda, repensar sobre cuál sería la educación que encuentre cabida en el escenario de los medios.

2. Objetivos y metodología

2.1 Objeto de análisis

En este marco de referencia se plantea el siguiente análisis sobre los currículos de licenciaturas en Comunicación de cinco universidades mexicanas, dos públicas (Universidad Nacional Autónoma de México y Universidad Autónoma Metropolitana: tanto unidad Xochimilco como unidad Cuajimalpa) y dos privadas (Univesidad Iberoamericana y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey), con el propósito de comprender elementos estructurales que orientan las tendencias con que se aborda la formación académica. Asimismo, podremos observar el papel que juegan las TIC en la formación académica de estos futuros profesionales y si los modelos educativos y económicos corresponden con las condiciones de la sociedad informacional¹ actual. Para tal efecto, proponemos un modelo que intenta comprender el proceso de construcción de los planes y programas de estudio de las licenciaturas en tres niveles de análisis: 1) el social, donde se ubican las IES y juegan un papel específico en la

¹ Por sociedad informacional, coincidimos con Manuel Castells. Denomina así a esa nueva sociedad, como una forma de indicar que los atributos de generación y procesamiento de información tienen un mayor alcance que exclusivamente el impacto de las tecnologías de la información y/o la información por sí misma.



formación académica; 2) en el institucional, que tiene que ver con los modelos educativos y económicos adoptados por las IES en su organización interna y del conocimiento, 3) y en los planes y programas de estudio que aquí llamaremos *currículos*, donde lo que se observa es la composición y la organización del conocimiento. Asimismo se llevaron a cabo cuatro entrevistas a informantes clave, profesores tanto de instituciones públicas como privadas con amplia experiencia en la enseñanza de la Comunicación y participantes en el diseño curricular de licenciaturas de la especialidad.

2.2 El arbitrario cultural en la concepción de las IES

Detrás de los planes y programas de estudios de las IES hay trasfondos que influyen y orientan la selección y organización de contenidos de acuerdo a un perfil de egreso de un profesional de la comunicación, cuyo principal objetivo es incorporarse al campo laboral. Estos trasfondos, en principio, son el *modelo educativo* y el *modelo económico* los cuales se observan como generadores de valores y costumbres, como esquemas de percepción, de pensamiento y de acción, considerados como los “legítimos” por cada universidad. Desde este punto de partida, las instituciones de educación superior (IES) desarrollan estrategias pedagógicas, sociales, políticas y culturales donde la tecnología está presente en mayor o menos medida. Hoy en día más que nunca, la tecnología se ha convertido en un valor aparentemente esencial en la educación superior y en torno a ésta se desarrollan una serie de esfuerzos más o menos organizados para incorporarla al quehacer cotidiano de la academia, muy particularmente en el campo de la Comunicación.

Sin embargo, esta incorporación no es equitativa para todos los estudiantes y profesores ni para todas las instituciones de educación superior. Los estudios superiores tienen un costo, además del económico (en algunas IES más alto que en otras), relacionado con el capital cultural adquirido e incorporado por el estudiante y el profesor en su trayectoria personal. Primero con la familia (aprendizaje en el uso de las TIC desde corta edad, contacto con novedades y su uso pertinente, por mencionar algunos ejemplos); con los modelos culturales relacionados con el desempeño de la profesión de la comunicación y cómo todo esto el estudiante y el profesor pueden capitalizarlo e integrarlo al modelo educativo institucional en el que se suscriben.



Lo hasta aquí señalado son elementos sustanciales que dan coherencia a lo que entendemos como *arbitrario cultural*,² es decir, a la decisiones institucionales en materia académica, al conjunto de saberes reflejados en los programas de estudios y sobre la presencia de las TIC en el trabajo académico dentro y fuera del salón de clase. Todo esto se articula estrechamente con valores institucionales y podemos verlo plasmado en las “visiones” de las IES. Así por ejemplo en el caso de México, las IES públicas y privadas que hemos analizado son un claro ejemplo, como se aprecia en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Visiones educativas de IES en México

Universidad Nacional Autónoma de México	Universidad Autónoma Metropolitana Cuajimalpa	Univeridad Autónoma Metropolitana Xochimilco	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	Universidad Iberoamericana
Ejercer un liderazgo en la internacionalización de la educación superior en México y ser un referente para la elaboración de políticas públicas y la conformación de espacios comunes del conocimiento a nivel global que promuevan la movilidad estudiantil, la movilidad académica, la convergencia y reconocimiento de redes universitarias de investigación.	La Unidad Cuajimalpa de la UAM en 2024 será una institución con un alto grado de reconocimiento nacional e internacional por sus contribuciones relevantes al conocimiento, la cultura y la tecnología, así como a la mejora del nivel de desarrollo humano de la sociedad, en particular de su zona de influencia.	Impartir educación superior, comprometiéndose con la formación de profesionales con capacidad para identificar y resolver problemas, así como para trabajar en equipos interdisciplinarios y con un fuerte compromiso social; desarrollar investigación orientada a la solución de problemas socialmente relevantes; brindar servicio a partir de un modelo que integre la investigación y la docencia, así como preservar y difundir la cultura.	En el año 2015, el Tecnológico de Monterrey será la institución educativa más reconocida de América Latina por el liderazgo de sus egresados en los sectores privado, público y social; y por la investigación y desarrollo tecnológico que realiza para impulsar la economía basada en el conocimiento, generar modelos de gestión e incubación de empresas, colaborar en el mejoramiento de la administración pública y las políticas públicas, y crear modelos y sistemas innovadores para el desarrollo sostenible de la comunidad.	La Universidad Iberoamericana, reconocida por su excelencia académica, pretende ofrecer a sus alumnos una formación integral que vaya más allá de la mera adquisición de información o conocimientos, al favorecer su crecimiento como personas, mediante el desarrollo de sus capacidades, su sentido de ser con y para los demás, y sus actitudes de compromiso, de manera especial, con los más necesitados de la sociedad.

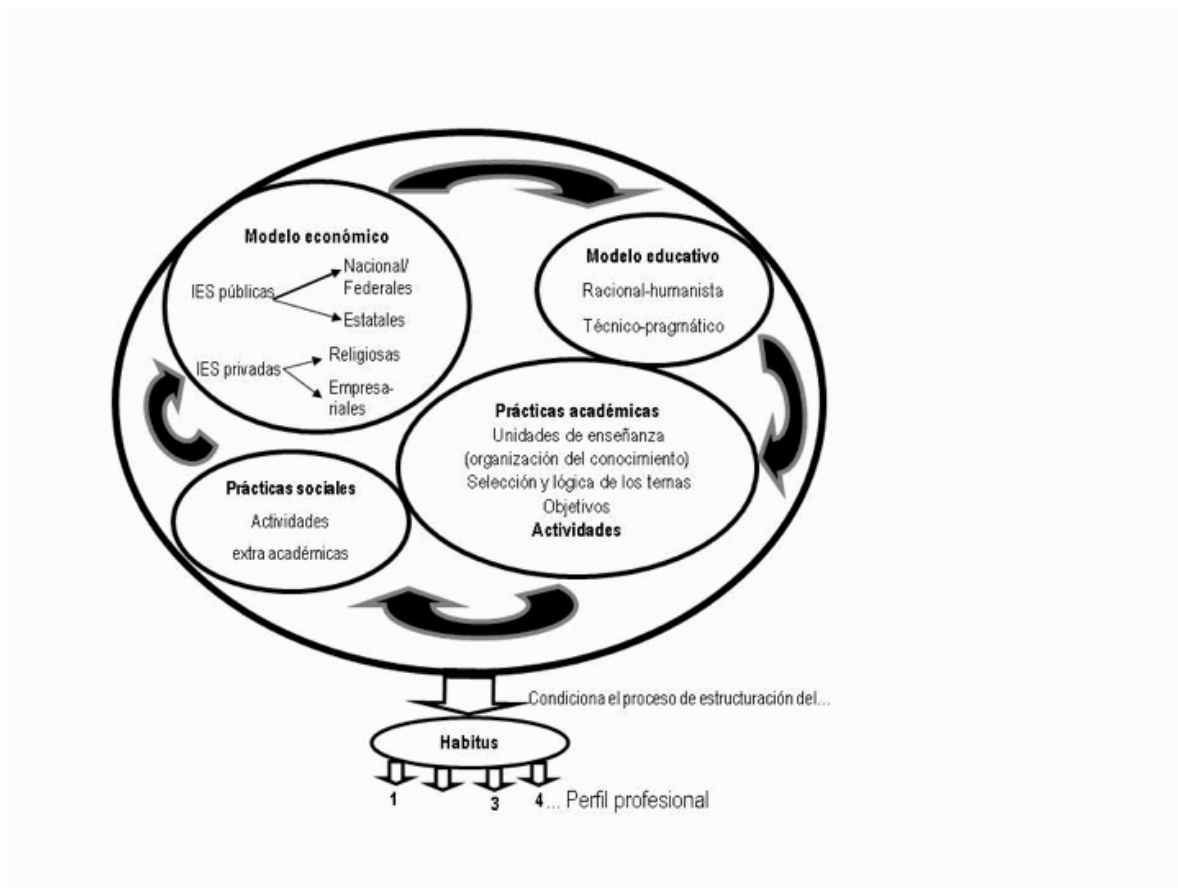
² De acuerdo con Pierre Bourdieu (1998), se entiende por *arbitrario cultural* los significados seleccionados de manera arbitraria que definen objetivamente a la cultura. Dicha selección se gesta a partir de las condiciones sociales donde adquieren coherencia.



Fuentes: Información extraída de los respectivos portales de Internet de las instituciones. Consultar referencias al final del texto.

Estas visiones nos dejan ver *modelos educativos* diferentes que responden a proyectos de organización social distintos, por lo tanto, el capital sobre cultura digital y su reproducción en cada institución define en buena medida el perfil profesional, es una de las marcas que distinguen a los estudiantes que egresan de las diferentes instituciones.³ Evidentemente es un tipo de conocimiento que se acompaña de otros, y en la combinación de éstos se aprecia la diferencia formativa en materia de comunicación o de cualquier otro tipo de formación profesional.

Diagrama 1. Elementos configuradores del arbitrario cultural en las IES



Fuente: García, 2008.

³ Estas cinco IES, cuyas visiones educativas se retoman en el *Cuadro 1*, constituyen el corpus de análisis de nuestro trabajo de investigación. El criterio de su selección fue por considerarlas IES públicas y privadas de importancia a nivel nacional.



En el esquema anterior representamos los elementos y la dinámica que se involucran en el proceso de análisis de los currículos, tomando como punto de partida el concepto *bourdusiano* de *arbitrario cultural*, entendido como contenidos culturales elegidos a partir de la confrontación entre puntos de vista, luchas de poder entre grupos académicos y universitarios en general, políticas de estado, lineamientos establecidos por órganos internacionales, por poner algunos ejemplos. Se considera que la orientación de los modelos económicos públicos (IES nacionales federales, estatales o de apoyo solidario) o privados (IES fundadas por grupos religiosos o por empresarios)⁴ da origen a un *habitus*⁵ que genera valores y costumbres como esquemas de percepción, pensamiento, acción a través los cuales cada modelo educativo (racional humanista o tecnicista-pragmático), legitima un *arbitrario cultural* determinado, componente decisivo en la construcción estructural del *habitus* del comunicador en el campo profesional.

Entre el modelo económico y el modelo educativo que cada institución adopta y el sistema de enseñanza hay una relación estrecha. La función del modelo educativo conduce a la transformación y la enseñanza de cuadros de estudiantes, pero dicha función se subordina y es resultado de una función externa y oculta que posibilita las condiciones para que se erija la estructura de relaciones entre grupos, manteniéndose un orden social.

Cabe subrayar en términos de Pierre Bourdieu, que toda cultura es arbitraria y por definición social. Por lo tanto, cada *modelo educativo*, sea de escuelas de comunicación privadas o públicas, es una propuesta académica arbitraria validada por visiones dominantes como pueden ser, por ejemplo, la empresarial en el caso de algunas IES privadas de élite, o las políticas sociales en el caso de las instituciones públicas en México. En cualquier caso, la validez imperante proviene de agentes clave colocados en el campo de la comunicación, quienes están vinculados con los grupos dominantes socialmente hablando.

⁴ Cabe subrayar la existencia de modelos económicos híbridos en el ámbito de la educación superior pública, sin embargo, para efectos de nuestro análisis contemplamos los de mayor envergadura a nivel nacional. De igual forma, en los modelos educativos encontramos instituciones que desarrollan una combinación distinta de los conocimientos, sin embargo, la mayoría de las instituciones observadas (67 en total) se inclinan hacia los tipos aquí caracterizados.

⁵ Se entiende por *habitus*, de acuerdo con Pierre Bourdieu, al “sistema de disposiciones en vista de la práctica, constituye un fundamento objetivo de conductas regulares y, por lo mismo, de la regularidad de las conductas. Y podemos prever las prácticas [...] precisamente porque el *habitus* es aquello que hace que los agentes dotados del mismo se comporten de cierta forma en ciertas circunstancias” (Bourdieu, 1987: 40).



Cada IES, sea pública o privada, racional-humanista⁶ o técnico-pragmática⁷ o híbrido,⁸ según sea el caso, se apropia de una cultura proveniente de estructuras sociales, y se oculta tras los currículos y las prácticas académicas. En ellas las TIC juegan un papel importante hoy en día. Por lo tanto, la formación académica del estudiante y su apropiación tecnológica en el entorno educativo es congruente con un sistema de disposiciones durables y transferibles a través de los currículos, el discurso del profesor, la filosofía y las políticas institucionales, la dinámica en el aula, el método didáctico y el uso específico de las TIC. Así, el *arbitrario cultural* filtrado a través de todos estos elementos, configura una matriz estructurante de apreciaciones, percepciones y acciones visibles en las prácticas propias de la cultura digital que alumnos y profesores realizan en la universidad. En un momento dado generarán prácticas reproductoras de estructuras objetivas, es decir, la interiorización de los principios del *arbitrario cultural*. En síntesis, los planes y programas de estudio (aquí llamados currículos) son la materialización de estas percepciones de la educación producto de relaciones de poder entre grupos diversos, y por supuesto, intereses específicos que pueden o no estar vinculados sobre la cultura digital.

2.3 Composición curricular

Los currículos de las carreras profesionales en general y de la Comunicación en particular, representan la operacionalización de la llamada *autonomía relativa* del campo educativo. Se relaciona con aquellas prácticas y visiones de grupos que influyen en las IES (empresarios, intelectuales, políticos, etc.). Es decir, la universidad se manifiesta como la instancia legitimadora del arbitrario cultural que se gesta de las relaciones de poder entre estos grupos y que finalmente se constituye como un capital cultural escolar.

La estructura objetiva que genera cierto capital en el comunicador se observa en parte, a través de las materias que cursan los estudiantes en los programas de estudios, sus enfoques, su organización dentro del currículo, la pertinencia y rol de las TIC en este contexto. Para profundizar en el análisis de este aspecto, se retoma la clasificación elaborada por Jesús

⁶ En este tipo de modelo educativo predomina la formación teórico-conceptual, en tanto considera que en ella se basa la posibilidad del pensamiento creativo y productivo dentro del campo del conocimiento (c.f. García, 2008).

⁷ El modelo *técnico-pragmático* tiende a priorizar la pragmática sobre el conocimiento teórico. Se inclina hacia la elaboración de productos comunicativos sin una profunda reflexión ni problematización de la comunicación (c.f. García, 2008).

⁸ Una combinación de los dos anteriores.



Martín-Barbero (2001) y profundizamos aún más en ella como elementos para conocer las orientaciones de los currículos de universidades mexicanas y que, en este caso en particular, nos centramos en las cinco IES señaladas en el *Cuadro 1*, de acuerdo a la composición de tipos de conocimientos que integran cada plan de estudios y, en consecuencia, apreciar indicios sobre el sistema de educación como mecanismo reproductor de las relaciones de fuerza interiores y las que se verifican en el sistema social (Bourdieu y Wacquant, 1993, 1995).

Los nombres que llevan las licenciaturas estudiadas son los siguientes:

Cuadro 2. Títulos de las Licenciaturas

IES	Título de la licenciatura
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)	Licenciatura en Comunicación y Medios Digitales
Universidad Iberoamericana (UIA Campus Santa Fe)	Licenciatura en Comunicación
Universidad Autónoma Metropolitana (UAM Xochimilco)	Licenciatura en Comunicación Social
Universidad Autónoma Metropolitana (UAM Cuajimalpa)	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)	Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Las categorías de Martín-Barbero, a diferencia de su concepción original –donde solamente se bosquejan como ensayo de reflexión, según menciona el propio autor– para este trabajo son consideradas como áreas de conocimiento fundamentales en la formación académica. Estas áreas de conocimiento son: *estructuras de poder, lógicas de producción, dinámicas culturales, investigación y tecnologías de la información y la comunicación*.

La combinación de estas áreas de conocimiento, determinadas culturalmente como arbitrarias, se convierte en un capital de conocimiento, habilidades y creencias comunes, lo cual permitirá a los egresados de la carrera de Comunicación encontrar un espacio en el campo laboral. En él habrá quienes detenten el poder y quienes aspiren a poseerlo. Todos ahí comparten intereses, un lenguaje e incluso, una complicidad objetiva que va más allá de cualquier antagonismo, pues las confrontaciones por colocarse en posiciones clave en el campo de la Comunicación, implican una creencia en el valor del juego que ahí predomina (Bourdieu, 1990).



3. Resultados

3.1 Estructuras de poder (EP)

En esta área curricular se aborda el conocimiento que adquieren los estudiantes sobre las relaciones que a lo largo de los años han establecido diferentes campos de conocimiento con la Comunicación, tales como la política, la sociología, la economía, la lingüística, la psicología, la historia... Conforman el *corpus* teórico que requiere un profesional para entender el mundo social en el que se mueven los agentes y las agencias del campo comunicativo donde las TIC juegan un papel importante en el re-ordenamiento de las fuerzas de poder a nivel global.

En el caso de los currículos analizados observamos, con base en los títulos de las materias y de sus objetivos principales, los siguientes resultados. El cálculo del porcentaje se realizó tomando en cuenta 100% de las materias que los alumnos cursan en cada IES:

Cuadro 3. Materias relacionadas con el área de Estructuras de poder

IES	(%)
UAM Cuajimalpa	40.5
UNAM	32.5
UIA	19.0
UAM Xochimilco	17.2
ITESM	15.5

En el caso de la UAM-X, el currículo se conforma por módulos y cada uno de éstos contiene dos o tres ámbitos de desarrollo. En tanto que el resto de la IES manejan currículos por materia.

La UAM-C, la UAM-X y la UNAM contienen una etapa al final del plan de estudios, donde los alumnos eligen una pre-especialización. En estos tres casos, las materias que las conforman independientemente de que se trate de “producción audiovisual”, “periodismo” (UNAM), “divulgación y comunicación de la ciencia”, “comunicación educativa” (UAM-C), “comunicación política” (UAM y UNAM) o “publicidad” (UNAM) mantienen un equilibrio entre materias de EP y de metodología de la investigación, pues ya contemplan la elaboración de tesis (UNAM) o proyecto terminal (UAM) en el último año de la carrera profesional.

En el caso de las IES privadas, se aprecia una menor incidencia de esta área de conocimiento. En el caso de la UIA, la oferta de materias en todas las áreas de conocimiento es muy variada, de tal manera que el estudiante oriente su formación hacia cierta rama de la comunicación en



los ámbitos de producción de medios, organizacional, publicidad y mercadotecnia, periodismo y gestión de la cultura principalmente. Las EP incluso abarcan a materias optativas, aun cuando el porcentaje es menor respecto a las otras áreas de conocimiento.

Algo similar ocurre con el ITESM en cuanto a que el alumno debe cursar 6 tópicos. Si bien no son materias específicas del ámbito de la comunicación, abarcan a las ciencias sociales y las humanidades con el objetivo de formar académicamente en la ética social y profesional.

No puede soslayarse que través del conocimiento teórico sobre la composición, estructura y dinámica de los campos, el alumno de Comunicación comprenderá cómo y cuándo se enfrentan las fuerzas específicas que actúan, cuáles son sus diferencias.

3.2 Lógicas de producción (LP)

Refieren a la racionalidad en la producción para medios de comunicación como mecanismo capaz de romper con la dinámica mecanicista en la que se ha encasillado a la comunicación de masas. En el caso del empleo de las TIC para la comunicación, el proceso de producción adquiere una lógica distinta donde el comunicador asume la responsabilidad de todo el proceso, mientras que en la producción de bienes masivos, intervienen complejas redes de profesionales, técnicos y rutinas de trabajo mayormente relacionadas con la producción en serie.

Bajo esta mirada son pocas las materias de LP que reconocen en su lógica interna el *concepto*, producto de la reflexión sobre *estructuras de poder, dinámicas culturales, gramáticas discursivas o investigación*. Sin embargo, asirse a los principios que viculan el conocimiento reflexivo con las LP son resultado de la coherencia objetiva, a pesar de que el alumno en la mayoría de las ocasiones las aprende como mimesis de procesos naturales relacionados con la administración, el cine, la comunicación organizacional, diseño gráfico, edición de medios impresos, fotografía, guión, mercadotecnia y publicidad, TIC, periodismo, producción para medios audiovisuales, entre los aspectos más importantes de esta área de conocimiento. La tendencia porcentual de materias en LP en las IES analizadas es:

Cuadro 4. Materias relacionadas con el área de Lógicas de Producción

IES	(%)
ITESM	35.5
UAM Xochimilco	27.5



UAM Cuajimalpa	18.9
UIA	18.1
UNAM	16.2

En este caso sobresale el papel del ITESM, institución que se ha destacado por su énfasis tecnológico como podemos ver históricamente y reflejado en su visión; es un tipo de conocimiento relevante en el diseño curricular de esta IES. En relación con la UAM-X, su carácter modular le permite conjugar áreas de conocimiento, a la vez que tener unidades de enseñanza aprendizaje donde la reflexión sobre la producción de medios forma parte importante. Tales son los casos de *Modelos y estrategias de radiodifusión, Cinematografía y procesos culturales* y *Televisión y procesos culturales*. En cuanto a la UIA se observa que las materias de esta área de conocimiento o son prácticas o son de reflexión. En caso de que el alumno las elija de manera complementaria, podría cumplirse con el objetivo del área de conocimiento.

3.3 Dinámicas culturales (DC)

Abordan el vínculo entre comunicación y cultura, ahora más estrecho que nunca, relacionado a procesos sociales y económicos donde adquieren fuerza los símbolos, las redes y las conexiones tecnológicas. En esta área de conocimiento se introduce a los alumnos al estudio de acciones, objetos, expresiones significativas, es decir, simbólicas, en relación con contextos específicos, con la lengua, las artes, los medios de comunicación y el *software*, como herramientas que los grupos humanos empleamos para concebir, interpretar, reproducir, mantener y transformas dichas formas simbólicas (Thompson, 1998).

Se abordan procesos simbólicos que son la expresión de capitales culturales puestos en juego por los diferentes grupos sociales, son la génesis de categorías de percepción y apreciación de estos grupos que construyen imágenes colectivas y a la vez le dan sentido a las prácticas. En consecuencia, Bourdieu señala que la realidad tiene sentido y una pertinencia para los grupos sociales que viven, actúan y piensan de acuerdo a ella.

Por lo tanto, las DC están íntimamente vinculadas a las *estructuras de poder* y a las *lógicas de producción*. Son tres aspectos con base en los cuales los grupos sociales, y los individuos en



particular, viven, piensan y actúan sobre la realidad de la vida cotidiana (Bourdieu y Wacquant, 1993). Los resultados en el análisis de los currículos es:

Cuadro 5. Materias relacionadas con el área de Dinámicas Culturales

IES	(%)
UIA	22.3
ITESM	13.3
UAM Xochimilco	10.3
UAM Cuajimalpa	2.7
UNAM	2.3

En otras áreas de conocimiento las diferencias entre las áreas curriculares de las licenciaturas no son tan profundas como ocurre con los casos de la UAM-C y la UNAM. Ambos programas de estudio solamente imparten una sola materia enfocada a las DC. Hay aspectos de esta área que se contemplan en otras materias, como señalamos anteriormente, sin embargo, cabe resaltar la importancia del objetivo de este tipo de conocimiento. El conocimiento de la realidad social tiene un sentido y una estructura pertinente para los seres humanos que actúan y viven en ella. Ante esto, el comunicador en su formación profesional, por medio de esta área de conocimiento construye objetos de pensamiento con el objetivo de observar más a fondo esa realidad social, pues mediante construcciones de segundo grado —como la llama Bourdieu (2000)— es decir, construcciones hechas por los agentes sobre la escena social donde se generan procesos comunicativos.

3.4 Gramática discursiva (GD)

Se relaciona con la habilidad de analizar y de generar textos mediante el uso adecuado de símbolos, códigos diversos como lenguajes (visual, auditivo, textual...) con esto se construyen e intercambian experiencias significativas. En este intercambio el alumno será capaz de dar significado y relevancia a construcciones lingüísticas y no lingüísticas como el arte, las acciones y objetos materiales de diferentes tipos, donde destaca el papel de las TIC.

En articulación con las dinámicas culturales, este contexto se abordará desde la gramática discursiva pues, según Geertz (1998), el humano, al estar inmerso en tramas de significación producidas por él mismo, comprende el análisis de la cultura no como una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significado, donde



la jerarquía estratificada de estructuras significativas se conforma de acciones, símbolos y signos tanto como de enunciados, conversaciones y discursos. De tal forma la *gramática discursiva* aborda el aprendizaje de técnicas de enunciación y topografía del discurso, tanto en su manejo tecnológico, como en relación con conocimientos que permitan el análisis hipertextual y contextual, alimento de los distintos discursos en los medios de comunicación.

Todavía más importante resulta que detrás del discurso y la expresión lingüística hay, en términos de Bourdieu, un *habitus* lingüístico, resultado de las relaciones y competencias, en las condiciones sociales que determinan a los campos. La *gramática discursiva* no sólo se compone de la enunciación y la topografía del discurso; aquí el comunicador comprenderá además, los comportamientos verbales en relación con un mercado lingüístico donde se ubican receptores capaces de valorarlo y apreciarlo (Bourdieu, 1990).

Esto implica que hay capital lingüístico, por lo tanto, hay una ganancia lingüística. En el análisis curricular se observaron los siguientes resultados:

Cuadro 6. Materias relacionadas con el área de Gramática Discursiva

IES	(%)
UNAM	30.2
UAM Xochimilco	20.6
UIA	19.0
ITESM	15.5
UAM Cuajimalpa	8.1

De esta área de conocimiento se espera que permita a los estudiantes de comunicación comprender la legitimidad lingüística tanto como la composición del discurso, como una forma de decodificación sobre la forma, el fondo y la estructura, siempre bajo el supuesto de que el acto lingüístico se da en *situación*, lo cual determina la variación del acto de acuerdo a las condiciones del mercado.⁹

A pesar que hay casos de IES en comunicación que consideran la *gramática discursiva* como un saber importante —en este caso destacan los casos de UNAM en un primer plano sobresaliendo y los de la UAM-X y la UIA en un segundo plano— aún persiste la tendencia a

⁹ Aspecto que sugieren materias como *Comunicación, signos y significación* en en el ITESM, y la de *Ideología, poder y estrategias discursivas* impartida como módulo en la UAM-Xochimilco.



manejar este tipo de conocimiento como complementario y en algunos casos con poca importancia, como se refleja en el caso de la UAM-C.

3.5 Investigación (I)

Es un campo de conocimiento que conjuga tanto la teoría como la metodología de investigación. Es el ámbito en el cual el estudiante pone en acción lo aprendido en las áreas de conocimiento explicadas anteriormente para desarrollar procesos de investigación de diversa índole que le permitan explicar problemáticas de la comunicación y desarrollar propuestas que aporten al ámbito profesional.

Bajo esta lógica, la *investigación* juega un papel fundamental tanto como área de conocimiento en la enseñanza de metodología de la investigación, que como técnica didáctica en la enseñanza. Se intenta que el estudiante haga de la investigación una renovación constante de los otros saberes hasta ahora explicados. En consecuencia, se posibilitaría la aplicación de creativas estrategias comunicacionales (Martín-Barbero, 2001; Orozco, 1992).

Los resultados en el análisis de los planes de estudio se aprecia lo siguiente:

Cuadro 7. Materias relacionadas con el área de Investigación

IES	(%)
UAM Xochimilco	24.1
UAM Cuajimalpa	16.2
UNAM	16.2
UIA	8.2
ITESM	6.6

Mediante la investigación el alumno logra comprender que las *teorías* son trabajos de investigación que más que un debate teórico abstracto, requieren de una “aplicación práctica capaz de refutarlas o generalizarlas o, mejor aún, de especificar y diferenciar su pretensión de generalidad” (Bourdieu y Wacquant, 1995: 50). El sistema modular de la UAM-X es ejemplo del papel de la investigación en la formación de sus estudiantes, pues cabe recordar que el modelo educativo en el que se sustenta tiene como uno de sus objetivos que los estudiantes sean gestores de su propio conocimiento. Prácticamente en cada módulo los estudiantes realizan investigación como técnica didáctica y como materia de conocimiento. En cuanto a la UNAM los estudiantes llevan un promedio de una materia sobre investigación en cada semestre a lo



largo de la carrera, hasta culminar con la elaboración de trabajos de tesis en el último año. Un caso similar es el de la UAM-C. Cabe señalar que en la UAM en general los profesores son investigadores y esto, en mayor o menos medida, ha influido en las propuestas curriculares de ambas licenciaturas, aunque en UAM-X se aprecia su presencia contundemente a diferencia de los que ocurre en UAM-C.

Al respecto, los profesores entrevistados coinciden en que a través de la investigación, los conceptos son generados con el fin de emplearse de manera empírica. La posibilidad de investigar le permite al estudiante a validar empíricamente los sistemas de relaciones que se analizan teóricamente en saberes como las *estructuras de poder*, *dinámicas culturales* y *gramática discursiva*, y a la vez logra darle una dimensión de percepción y acción distinta al mundo social.

Sin embargo, la tendencia en estas materias —de acuerdo con los planes de estudios y, en general, con los entrevistados— es que aun cuando hay preocupación por relacionar el conocimiento científico con la práctica, usualmente la reconstrucción de los fenómenos comunicativos está mediatizada por representaciones sociales apoyadas o inspiradas en concepciones filosóficas y/o metodológicas alejadas de la realidad del acto científico.

Esto significa que la reconstrucción interpretativa de los actos comunicativos, se ajustan más a una *lógica reconstruida*, algo alejada de la *lógica-en-acto*, que en un momento dado puede acercar más a los futuros comunicadores a los procesos de invención y conocimiento (Kaplan, 1991). Asimismo, indicaron los informantes, son asignaturas que ponen en acto el bagaje cultural adquirido por los alumnos en su tránsito por la carrera, pues con el propósito de no caer en un *hiperempirismo*, debe integrar sus conocimientos teóricos y vigilar epistemológicamente en busca de una lógica propia, que en ocasiones dista de la planteada por los manuales.

3.6 Tecnologías de la información y la comunicación (TIC)

Los sectores de la economía ofrecen un modelo de comunicación productivo, basado de manera significativa en el continuo intercambio de información y conocimiento en lo que se llama *trabajo inmaterial*, donde el uso de la computadora por ejemplo, juega un papel fundamental, puesto que ha favorecido la redefinición de prácticas y relaciones laborales.



En países desarrollados, la familiaridad con las computadoras y la facilidad para manejar su tecnología son aptitudes cada vez más incorporadas y necesarias para integrarse al campo laboral. Vivimos una época en que las TIC constituyen sistemas de interacción cada vez más importantes en la vida académica y profesional, particularmente en el ámbito de la Comunicación. Desde esta perspectiva es impensable la idea de un comunicador que, por un lado, no domine los lenguajes propios de las TIC en la construcción de mensajes y productos comunicativos, y por otro lado, no comprenda las problemáticas y fenómenos comunicacionales que se derivan de la tecnología. La presencia de esta área de conocimiento en los currículos es la siguiente:

Cuadro 8. Materias relacionadas con el área de las TIC

IES	(%)
UAM Cuajimalpa	13.5
ITESM	13.3
UIA	13.2
UNAM	2.3
UAM Xochimilco	0

Los profesores entrevistados consideran contradictoria —para ellos escasa— la *cultura digital*, pues, por un lado, coinciden que el campo laboral de la comunicación se caracteriza, cada vez más, por el llamado trabajo inmaterial y, por otro lado, reconocen el escaso interés de la mayoría de los currículos de las carreras de comunicación en las TIC, particularmente, la Internet.

El trabajo con la computadora y la comunicación da como resultado un bien inmaterial tal como un servicio, un producto cultural, conocimiento o comunicación, resumido en lo que se llama *servicios simbólico-analíticos*. Es decir, actividades encaminadas a identificar y resolver problemas, y a la ejecución de negociaciones estratégicas, distinguidas por la labor creativa e inteligente del equipo de profesionistas (Hardt y Negri, 2002).

Si se hace referencia a *equipo de colaboradores*, es porque —de acuerdo al segundo informante clave del ITESM, en coincidencia con Hardt y Negri— el trabajo inmaterial requiere de interacciones y de la cooperación social. A diferencia de otro tipo de trabajo donde la organización es impuesta según las necesidades de los procesos de producción, en el trabajo



inmaterial la dinámica productiva está en parte determinada por la interactividad cooperativa mediante redes de comunicación, afectivas y lingüísticas.

Algunos de los entrevistados opinan que las materias impartidas en las escuelas de comunicación analizadas para este trabajo, muestran poca o nula articulación entre el saber meramente tecnológico y la racionalidad que debiera acompañarlo.

4. Conclusiones

La competencia entre los medios de comunicación masiva y los nuevos medios, es decir, los surgidos a partir de la digitalización y de Internet, siguen compitiendo por el mismo espacio informativo y el objetivo se reduce a la inmediatez de la información presentada, a través de diferentes soportes de producción y distribución. Esta presencia dominante de los medios masivos aun persiste en la visión de la IES y de sus licenciaturas en Comunicación.

Si bien los diseños curriculares de las licenciaturas, en unas con mayor énfasis que en otras, las TIC ocupan un espacio en la formación de profesionales de la Comunicación, los diseños de las IES analizadas demuestran poca planeación en su articulación entre las diferentes áreas curriculares. Los medios masivos han logrado afianzar su espacio formativo en los currículos, evidentemente por su presencia histórica desde hace más de 50 años, por su influencia social y por su capacidad de ajustarse a los requerimientos y condiciones sociales cambiantes. Por su parte las TIC aún están en proceso de conformarse como una *cultura digital*, por lo que requiere de un proceso de alfabetización que responda a procesamientos mentales diferentes o a necesidades sociales distintas.

En comparación al contexto de los alumnos, las IES se mueven a otro ritmo. Las representaciones que construyen las instituciones sobre la cultura digital hasta constituirse en un capital cultural institucional toma tiempo y asimismo, son resultado de la convergencia de una serie de elementos institucionales (cfr. *Diagrama 1. Elementos configuradores del arbitrario cultural en las IES*) en un sistema (llamado educativo) que rebasa los límites, incluso, de las propias instituciones de educación superior y se manifiesta una estructura configuradora del espacio social.

Los elementos que consideramos esenciales en el *arbitrario cultural* de las IES en México nos permiten un acercamiento más preciso sobre los perfiles profesionales y en el caso de nuestra



investigación, del papel que juegan las TIC en la formación de comunicadores. Asimismo, nos permite comprender el papel que cada institución educativa juega en el conjunto de relaciones de poder de las sociedades, de la pertinencia de sus misiones y visiones en congruencia con el conjunto de conocimientos que se imparten en los programas de estudio.

En este sentido, no implica el mismo esfuerzo, planeación y elementos comunicativos (teóricos, prácticos y discursivos) hacer comunicación *massmediáticamente*, que los requerimientos para comunicarse *multimedialmente*. La lógica de instrumentar una serie de acciones encaminadas a incorporar a estudiantes, profesores e instituciones académicas a la cultura digital requiere de un proceso que aplique de manera planeada.

La adecuación implica un proceso de transformación socio-cultural de las escuelas de comunicación, que más allá de la transformación técnica, afectan a la cultura y al poder. La importancia de la circulación de información, los cimientos materiales de la sociedad, el trabajo inmaterial y el tiempo y el espacio, son aspectos que están sufriendo cambios cualitativos en la experiencia humana, la cual está siendo incorporada a un nuevo modelo cultural de interacción y organización social.

Vivimos el inicio de una era que, por las condiciones que se han gestado, está llamada a experimentar la autonomía de la cultura sobre las bases materiales de existencia, donde la información y el conocimiento y, por lo tanto, el *comunicador multimedial* jugará un papel relevante (Vouillamoz, 2000).

Las visiones de la IES analizadas, en los casos de la UAM-C y del ITESM las cuales incluyen a la cultura digital: la primera la concibe como una cultura tecnológica y la segunda como desarrollo tecnológico; en ambos casos, en el análisis curricular correspondiente a las TIC son la licenciaturas en Comunicación que manifiestan en sus currículos un mayor acercamiento a este tipo de conocimiento. Por distintos caminos y desde diferentes perspectivas, estas dos instituciones han propiciado una adecuación a los cambios socioculturales, a través de un espacio curricular específico y fundamental en la formación académica en el manejo y conocimiento de las TIC. En el caso de la UIA es opcional que el estudiante se oriente hacia ese ámbito entre una amplia oferta, a veces difusa. En cuanto a la UAM-X está inmersa dentro de la impartición de los módulos, sin que se considere un área específica de la comunicación, sino más bien como una herramienta de trabajo más. Y en la UNAM no aparece de ninguna manera



dado que la orientación de su currículo se inclina más hacia el humanismo y la reflexión social, producto de toda una visión históricamente constituida. Internet ha re-concientizado sobre el *trabajo comunicativo* que implica la producción simbólica.

Los *comunicadores multimediatícos* entienden que requieren de *otros* para producir algo de valor, pero estos otros no necesariamente provienen del capital o de la propia producción de la comunicación; están en la comunidad. En ellos hay capacidad productiva y creativa, y la necesidad de comunicar a través de redes lingüísticas, tecnológicas y simbólicas.

Proponer Internet y los medios digitales como medios de comunicación más, cuyo rol socio-cultural es ascendente, y analizar/explicar las habilidades requeridas por un *comunicador multimediatíco* tiene la intención de colocar la *comunicación multimediatíca* en el centro de la reflexión curricular.

5. Referencias bibliográficas

- Bourdieu, P. (2000). *Los usos sociales de la ciencia*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- _____ (1998). *Meditaciones pascalinas*. Barcelona: Anagrama.
- _____ (1991). *El sentido práctico*. Madrid: Taurus Humanidades.
- _____ (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo-CONACULTA.
- _____ y L. Wacquant (1993). *Cosas dichas*. España: Gedisa.
- _____ (1995). *Respuestas por una antropología reflexiva*. México: Grijalbo.
- Castells, M. (2001). *La era de la información*. Vol. II, México: Siglo XXI Editores.
- _____ (1999). *La era de la información. La sociedad en red*. Vol. I, México: Siglo XXI.
- Fernández Hermana, L. (2000). *Periodista multimedia*. www.enredando.com, nº 243, 28 de noviembre, Barcelona.
- García, C. (abril, 2008). Construcción teórico-estructural para el análisis curricular en la formación académica en las carreras de comunicación. En *Re-encuentro*, nº51, 54-65.
- Geertz, C. (1998). *La interpretación de las culturas*. España: Gedisa.
- Hardt, M. y A. Negri (2002). *Imperio*. México: Paidós.



UNIVERSIDAD
NEBRIJA | 20 años

PIATCOM
I CONGRESO IBEROAMERICANO

- Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (2012). Misión y visión. <http://www.itesm.mx>. Recuperada: 26 de abril,
- Kaplan, A. (1991). Epistemología y lógica reconstruida. En Bourdieu, P. *El oficio del sociólogo*. México: Siglo XXI.
- Martín-Barbero, J. (abril-julio, 2001). Los oficios del comunicador. *Reglones*, año 16, n°48, pp. 5-22. <http://www.itesm.mx/2015/vision.html>. Recuperada: 26 de abril.
- Orozco, G. (1992). De las disciplinas a los saberes. Hacia una reestructuración de la comunicación desde la academia. En Luna, C. (coord.), *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, Comunicación, identidad e integración Latinoamericana, n° 4, Ciudad de México: FELAFACS.
- Thompson, J.B. (1998). *Ideología y cultura moderna*. México: UAM-Xoxhimilco.
- Universidad Autónoma Metropolitana (2012). Misión y visión UAM Cuajimalpa. <http://www.cua.uam.mx/docs/mision.html>. Recuperada: 26 de abril.
- Universidad Iberoamericana (2012). Misión y visión. <http://www.uia.mx/web/site/tpl-Nivel2.php?menu=mgPerfil&seccion=piPlanestrategico>. Recuperada: 26 de abril.
- Universidad Nacional Autónoma de México (2012). Misión y visión. <http://www.global.unam.mx/es/nosotros/mision.html>. Recuperada: 26 de abril.
- Vouillamoz, N. (2000). *Literatura e hypermedia*. Barcelona: Paidós.