

**QUÓRUM ACADÉMICO**

*Vol. 13 N° 1, enero - junio 2016. Pp 93-111*

*Universidad del Zulia •*



# Fuego cruzado: Teorías de comunicación y modelos curriculares. La formación de profesionales en comunicación

*Tanius Karam Cárdenas\**

## Resumen

Presentamos aquí un resumen de la relación existente entre algunos modelos curriculares y sus diferencias en cuanto a la formación en comunicación básica. El objetivo es relacionar el tipo de teorías que se corresponden ¿Deben enseñarse las mismas teorías de comunicación a cualquier profesional en comunicación?, ¿Qué relación existe entre la comunicación básica y aplicada?, ¿Cómo se vinculan?, ¿Realmente se oponen?, o en caso contrario, ¿cómo se complementan? Se presenta un rápido repaso de algunas agrupaciones en el pensamiento científico y académico que se han hecho en la comunicación académica y científica. Se problematizan los modelos curriculares para luego ponerlos en diálogo, ver sus cruces, sus implicaciones y consecuencias sociales. Al final se hace una propuesta de asociación, con salidas y sobre todo con medidas flexibles, que permitan principalmente ser consistentes entre el tipo de pensamiento implicado en el curriculum, con el diagnóstico y perfil de ingreso/ egreso del estudiante.

**Palabras clave:** Perfiles de egreso en comunicación; epistemología; didáctica; universidad; sociología de las profesionales.

---

Recibido Mayo 2015 • Aceptado: Julio 2015

\* CONACYT-Sistema Nacional de Investigadores. México. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. [tanius@yahoo.com](mailto:tanius@yahoo.com)

## *Crossfire: Communication theories and models of curriculum. The training of professionals in communication*

### **Abstract**

We present here a summary of the relationship between some curricular models and differences in training in basic communication. The aim is to relate the kinds of theories that correspond. Should the same communication theories be taught to any communication professional? What is the relationship between basic and applied communication, how are they linked, actually are they opposed, or otherwise, how they complement each other? We make a quick review of some groups in scientific and academic thinking that have been applied in the academic and scientific communication. Curricular models are problematized and then placed in dialogue, see where they intersect and their implications and social consequences. Finally, a partnership proposal is made with outcomes and especially flexible measures that allow mainly to be consistent with the kind of thinking involved in the curriculum, and the diagnosis and profile of admission / graduation student.

**Keywords:** Graduate profiles in communication; epistemology; teaching; university; sociology of professionals.

### **1. Hipótesis de entrada**

La hipótesis de base en este texto es que se puede establecer un criterio más selectivo y estructurado para reconocer las teorías en comunicación. Frecuentemente el término “teorías” aparece como una caja de sastre a la que prácticamente se le puede echar cualquier asunto, tema o teoría proveniente de las humanidades y ciencias sociales.

Con pocas excepciones a las escuelas de comunicación en particular, y al campo académico en general, no les ha generado mucho interés un área que llamamos “metateoría” de la comunicación, una reflexibilidad de segundo orden que supone una visión más constructiva y sintética que resuma el saber académico, científico de pertinencia para los objetos de

la comunicación básica así como las preguntas, conceptos, premisas que ayudan a entender algunos aspectos de la comunicación aplicada. Ya en otros textos hemos tenido oportunidad de reflexionar sobre las características del saber comunicacional y las dificultades que tanto las escuelas como los autores de teorías tienen a la hora de hacer una agrupación, que ha procedido más por modas, tendencias, repeticiones, famas, que por una investigación o el desarrollo conceptual de los estudios de comunicación. Las escuelas y facultades de comunicación frecuentemente no tienen esa preocupación de sistematizar el saber y vincularlo con el currículo, con el perfil de egreso, con la agregación un poco más ordenada en los ejes, áreas o agrupaciones temáticas que suelen incluirse en los currículos de comunicación.

Si concedemos la visión sarcástica con respecto a que estudiar comunicación en realidad es una suma malograda de medios, técnicas, tecnologías más “algo” de teorías, queda claro que la reflexión no tendría sentido, o cancela la posibilidad, lo que por otra parte es una crítica a una visión administrativa del currículo o, peor aún, no constructiva del conocimiento. Pero si aspiramos a hacer una agrupación medianamente sostenida sobre la relación entre teorías de comunicación, perfil de egreso y currículo podemos presentar algunos enunciados hipotéticos:

a) Las teorías no aparece como un todo homogéneo e indiferenciado, por tanto la teoría de comunicación debe presentarse como algo delimitado y organizado por criterios que pueden ser objetos, preguntas, tradiciones científicas, fuentes del pensamiento, historia de las ideas, etc. Con ello queremos romper el mito de las “ciencias de la comunicación”, o la suma cualitativa de una ciencia desentrañable de todo aquello que otros saberes, disciplinas dicen de comunicación;

b) No es necesario considerar ese “todo” como algo que homogéneamente debe “darse” a quienes pretenden estudiar comunicación, porque la profesión no es algo integral, unitario, sino claramente un conjunto de elecciones curriculares que debe observar el principio de coherencia, fundamentación, vínculo y transversalidad con respecto a los principios constructivos del currículo.

c) A pesar de la apertura que podemos conceder al currículo en comunicación, proponemos un espacio acotado de cinco espacios, a los cuales corresponden un conjunto específicos de teorías, o saberes donde puede centralmente satisfacerse las necesidades formativas de ese profesional.

## **2. Repensar conceptos, métodos y profesiones desde el currículo**

El currículo puede tener una connotación administrativa para muchas unidades académicas o facultades. En parte lo es: es ciertamente un requisito que en muchos países tiene que cumplirse para registrar ante las autoridades un programa o plan de estudios. Igualmente los ministerios de educación imponen tiempo y características para la revisión de documentos que en el mejor de los casos pasa como un trámite administrativo. En nuestra experiencia y perspectiva, hemos visto la utilidad en muchos planos para potenciar ese documento, en algo más que un requisito administrativo, con la idea de proponerlos como la base de instrumentos que permitan dar conectividad conceptual a las asignaturas, pero y sobre todo, ofrezca insumos para una operación más coordinada ente las unidades académicas.

Por modelo curricular entendemos a un tiempo, a un espacio curricular basado en algunas premisas pedagógicas, y conceptuales por parte de la comunicación y socio-cultural de un determinado modo de institucionalizar el saber comunicativo (el fenómeno humano más amplio) y de las comunicaciones (las tecnologías, los medios, técnicas e instrumentos). Un currículo es una ruta de trabajo, que lejos de ser solamente el requisito que el Ministerio de Educación demanda a las escuelas para impartir un programa, éste se puede convertir en un plan estratégico de articulación de equipos de trabajo y de construir de algunos consensos mínimos que se relacionen con otras actividades de la unidad educativa, escuela, facultad o centro de estudios. Visto así, es importante desproveerlo de su condición meramente administrativa para ver en él un insumo importante de conocimiento, de conectividad dentro de la historia del oficio y de las prácticas de la comunicación, así como de la historia misma. Proponemos ver al “modelo curricular” como una categoría que nos permite problematizar aspectos del concepto e institucionalización académica de la comunicación.

Proponemos a nivel teórico caracterizar al modelo curricular como “tipo ideal” y recuperamos con Max Weber la idea que uno de los papeles del sociólogo era generar instrumentos conceptuales que pudieran ser utilizados tanto por historiadores como sociólogos. Este concepto para el sociólogo alemán (Ritzer, 2002: 273), está formado por la acentuación unidimensional, los cuales se colocan según estos puntos de vista enfatizados de manera unilateral en una construcción analítica unificada. Esa construcción mental puramente conceptual no puede ser encontrada empíricamente en la realidad.

En Weber el concepto de “tipo ideal” es un instrumento heurístico, conceptual que ayuda justamente a unificar partes de esa realidad, y se

ordenan mediante la selección de lo que desde una perspectiva dada se considere para los fines de la investigación. El contenido de este tipo ideal depende de cómo se posicione, de qué posición vital, qué cosmovisión, qué cultura, que ideas guarde el sujeto frente al fenómeno.

Hay que señalar que así como en mundo real no hay ideales puros (como no hay formas puras en el diseño curricular, y de los modelos que ya explicamos), no existen tampoco modelos ideales del profesional en comunicación. El valor principal de esta concepción es que nos ayude a generar nuevas ideas en la articulación diagnóstica, tendencias educativas del diseño así como las ejercicio laboral / profesional / educativo de la comunicación en su relación con el contexto y la sociedad en la que se insertan.

### **3. Entre los tres “modelos clásicos” de Fuentes Navarro y otras posibilidades**

Raúl Fuentes Navarro ha sido una especie de “cronista no oficial” del campo académico de la comunicación, ha fundamentado la existencia de tres modelos de enseñanza en la historia de las carreras, lo cual es otra forma de ver períodos y etapas en la institucionalización académica de la comunicación. Son tres fundaciones de la carrera de comunicación que ha sido el entorno más inmediato de la investigación académica. Cabe aclarar que ninguno de ellos ha logrado la consistencia suficiente para legitimarse ni profesional ni universitariamente; de hecho los planes de estudio responden más a una yuxtaposición con énfasis diversos según las instituciones, pero sin articulación cognoscitiva ni social.

El primero de estos modelos es el de la *formación de periodistas* surge en América Latina con las oleadas de escuelas de periodismo y el desarrollo de las industrias de medios que lentamente van a modificar la faz cultura de nuestras sociedades y países. Para el caso mexicano podemos decir que este “modelo” se formó durante los cuarenta y cincuenta (1940-1959), la situación de los medios masivos obedecía a un ritmo de crecimiento económico y social, además se inscribía —en el caso de México— en el estado de las instituciones políticas que imposibilitaban o limitaban en demasía el desarrollo de la actividad de la comunicación. La perspectiva era en ese sentido ‘instrumental’ en la cual pesa la “visión funcional” salpicada del ideal de efectividad y una responsabilidad social no asumida. Subyace a este modelo una noción de la comunicación como difusión y por tanto su énfasis en la producción de mensajes. También, la necesidad del competente

manejo de las relaciones entre estructuras y coyunturas, para intervenir de manera oportuna en éstas desde aquéllas.

¿Qué tipo de teorías puedes corresponder a este perfil? En realidad no demanda más allá de algunos saberes, de su fundamentación sociológica, de la instrumentalidad basada quizá en la retórica, en los modelos difusionistas, justamente en ese saber general y amplio de la comunicación, donde no es necesario un saber integral de la comunicación sino simplemente algunos referentes que pueden tener vínculo o no con la actividad. Aquí se forma uno de los mitos en la articulación teoría-práctica: para saber o hacer mejor la profesión, hay que saber de “teorías”.

El segundo modelo surge con la primera etapa en la popularización de las carreras de comunicación (principios de los años sesenta), la cual tiene su evangelio en la célebre carta del P. Sánchez Villaseñor realizada a principios de los sesenta, donde frases tales como “someter la técnica al espíritu” se canonizan. Fuentes Navarro lo llama el modelo del *comunicador como un intelectual*: desde una perspectiva humanista, el modelo subordina la habilitación técnica a la cultura “encarnada” en sujetos capaces de impulsar, a través de los medios, la transformación de la dinámica sociocultural conformen a marcos axiológicos definidos y enfatiza sobre todo un manejo competente y responsable de los contenidos de los medios. La utopía del discernimiento filosófico y existencial como base de la práctica de los comunicadores remite a una teoría de la comunicación y a una ética social; su currículo se caracteriza por colocar un amplio bagaje sobre todo de filosofía e historia desde el cual interpreta los medios, la comunicación.

Claramente aquí aparece el mito de las “ciencias de la comunicación” de un saber totalizante, amplio, humanístico así donde más que algo particular de la comunicación, parece actualizar el hecho de los beneficios que tienen las humanidades como un saber que ayuda a articular y argumentar, a reflexionar y poner en contexto, y eventualmente a sensibilizar al filósofo, al historia, al teórico de la literatura, al escritor o al intelectual de las implicaciones del desarrollo tecnológico.

Finalmente, Fuentes Navarro propuso un tercer modelo, el del *comunicador como científico social*, el cual se deslinda claramente de la formación instrumental (de hecho se coloca en franca oposición a ella), pone énfasis en la construcción de totalidades desde una perspectiva crítica. Su preocupación es mucho más estructural, pero a diferencia del modelo anterior, éste se centra en la sociología y la política que funcionan como disciplinas articuladoras, las cuales orientan el ejercicio y sentido en la

formación de este especialista destinado a sumarse y aportar desde sus saberes específicos insumos para esas luchas de liberación y emancipación política que se gestan en gran parte del hemisferio. Este modelo se preocupa por la denuncia de los efectos de la transnacionalización de la información, la estructura de los grupos propietarios de esas industrias culturales y sus cómplices. Este enfoque llegó a extremos en algunas universidades y hoy los años nos dan una cierta distancia para conocer sus excesos, pero nos parece que no se puede desdeñar su contribución e importancia por lo cual aún es necesario un balance crítico e histórico de sus limitaciones y alcances.

Aquí las teorías se relacionan con las ciencias sociales, dentro del paradigma de las teorías de las dependencias donde el saber se vincula con la realidad social, su transformación y el combate a los grandes males de la región sobre todo entre los sesenta y ochenta: pobreza, represión política, deuda externa, desigualdad social, marginación, entre otros. Bajo este paradigma se incluyen saberes de una sociología política alternativa, de métodos críticos, de la economía política de los medios.

En 2004, a partir de una experiencia en diseño curricular (Karma, 2004, 2005) propusimos un cuarto modelo que llamaos sintéticamente “*culturoológico*” o que más propiamente podemos explorar la dimensión del mediador socio-cultural. La perspectiva cultural, tiene inequívocamente al filósofo hispano-colombiano Jesús Martín Barbero como uno de sus autores intelectuales.

Como es sabido, hace 25 años Martín Barbero señalaba que la tarea de los comunicadores sería pensar “antropológicamente” sobre el sentido que los desplazamientos del capital e innovaciones tecnológicas le imponen a la cultura cotidiana de las mayorías. La tarea sentenciada por este filósofo nos parece vigente: diseñar estrategias de comunicación (en los distintos espacios de interacción social: mediático, institucional, organizacional, comunitario y personal) que vinculen éticamente mundos separados. Vincular paradojas o hacer “habitables” las paradojas es la compleja tarea de este profesional de la comunicación. Igualmente tiene la misión de armonizar lo urbano con lo rural y lo popular con lo masivo; de vincular lenguajes opuestos, como el discurso de la publicidad con el de la religión, el lenguaje de la política con el del amor; tiene el desafío de integrar las contradicciones entre vida pública y vida privada y estudiar sus interrelaciones. Debe articular la desterritorialización de las demarcaciones sociales provocadas por las nuevas tecnologías con la necesidad de conversar entre identidades locales.

Lo “cultural” en sentido canónico se reconoce como un legado de la academia inglesa producida desde su “periferia” en el *Midland* inglés y la

formación del “Centro para el Estudios de las Culturas Contemporáneas” en los sesenta. Sin embargo, no puede aceptarse que haya una versión homogénea de los “Estudios Culturales” (EC); este tipo de estudios han sido diversos y específicos en determinados contextos. Coincidimos con Payne (2002) que cualquier reseña de evolución de los EC tiende a ser erróneamente coherente, aunque la referencia a la Escuela de Birmingham suele ser un hecho indiscutible.

Los estudios culturales son en realidad más importante de lo que parece para los estudios de comunicación. Galindo (2003) señala que tras el estudio de los efectos socio-políticos que fueran tan importante para la *Mass Communication Research* y sus hitos conformadores en Klapper o Lazarsfeld. El otro gran elemento configurador del campo son los EC, a cuyos estudiosos casi cualquier asunto relacionado con la vida (principalmente urbana) de la segunda parte del siglo XX les interesa. No es fácil centrar a los EC en temáticas dominantes, pero pueden ser nombrados desde sus intenciones críticas y emancipadores; los EC son más propiamente un archipiélago, de esta manera tocan a la comunicación en principio por el estudio de sus públicos y los fenómenos de configuración socio-cultural por el contacto e impacto de los medios y en el camino han privilegiado cuatro objetos de estudio (jóvenes, género, minorías y movimientos sociales); su perspectiva abarcadora alcanza aspectos históricos, estéticos, ecológicos; no hay que olvidar que todo comenzó en un departamento de literatura, por tanto si una caracterización más precisa fuera posible, habría que subrayar este acento estético y literario en su origen.

Al considerar el “enfoque cultural” se puede hacer una historia, al menos para el caso mexicano que pasa por lo que pasó en la Universidad Autónoma Metropolitana donde se destacaron los primeros trabajos de Jorge González, los aportes de la revista *Comunicación y Cultura* (que Héctor Schmucler trajo de Argentina y por algunos años se difundió desde México), trascendental difusora del pensamiento gramsciano; la obra de Gilberto Giménez y Alberto Cirese, quien fue uno de los principales difusores de Antonio Gramsci. Posteriormente la importancia de la universidad jesuítica, el ITESO con la maestría en Estudios Socioculturales (1985); en los ochenta es igualmente connotado el “Programa Cultura” de la Universidad de Colima, su importante revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (el número 1 es de septiembre de 1986); cabe señalar que en su número 4-5 (febrero 1988) aparece la primera parte de lo que puede llamarse la primera investigación de estudios culturales en comunicación de México sobre las telenovelas mexicanas.



Los EC en Comunicación han tenido una primera preocupación que ha sido la ‘recepción’, ‘consumo’, ‘mediación’ de los medios masivos como un proceso complejo de negociaciones e interpretaciones. Las obras de Morley, Lull, Ang, Jensen y Rosengren forman parte de una bibliografía (anglo) básica para conceptuar los principales aportes que prácticamente se encuentra en todas las bibliografías. En América Latina hablar de “estudios culturales” en comunicación ha incluido distintas teorías y marcos conceptuales como la *teoría del consumo cultural* de García Canclini (1995), la de los *frentes culturales* de Jorge González (1987), la *Recepción Activa* del grupo CENECA en Chile, el *uso social de los medios* de Martín Barbero (1987) y el *modelo de las multimediaciones* de Guillermo Orozco.

Con base a lo anterior, el “enfoque cultural” de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM algunas líneas prioritarias que se asentaron en el Plan fueron los siguientes ejes: “comunicación, valores y cultura”, “comunicación, sociedad y democracia”, “comunidades simbólicas, identidades y representaciones sociales”, “comunicación y vida cotidiana”, “comunicación, cultura y ciudad” que serían los espacios semánticos en los que principalmente se aspira a la producción-difusión-divulgación del conocimiento en el área. Lo “Cultural” pretende sumarse a la actitud sobre el conocimiento también quiere significar la “dimensión periférica”, el valor social, educativo que tienen los saberes no formales, el sentido político del conocimiento y del trabajo académico, dentro de una agenda variada.

Lo “cultural” designa una referencia semántica, con todo lo equívoca y criticable, pero también un ambiente y entorno cuya dimensión más visible —desde el punto de vista del perfil laboral— es lo que llamamos el “gestor cultural”, “promotor cultural” que se abre a espacios tales como la difusión de la cultura, la promoción, la mediación cultural en organizaciones sociales, la divulgación de la ciencia; la extensión del modelo de planeador de la comunicación llevado a los espacios sociales diversos.

La gestión requiere un nivel de comprensión de los procesos culturales y tendencias que se desarrollan en el mundo de la cultura y el arte y los nuevos enfoques de los estudios culturales en el ámbito internacional. Los efectos de la globalización y las concentraciones urbanas, migraciones provocan un fraccionamiento de nuestras sociedades que tiene repercusiones en el mundo de la cultura. Estos conocimientos han de encontrar un equilibrio entre las realidades de los contextos próximos (local, regional, nacional, etc.) con una visión amplia de los procesos mundializados que influyen directa o indirectamente en los diferentes ámbitos de la gestión cultural. De las principales tareas cuenta la presentación de propuestas a

diferentes niveles de la realidad social y política. A este fin es necesario disponer de una competencia de negociación entre agentes de diferentes iniciativas y la posibilidad de mediación en procesos de confluencia y cogestión. Actualmente la gestión de proyectos culturales reclama trabajar en sistemas complejos de toma de decisiones y aplicación de modelos jurídicos muy variados y en sistemas mixtos de cooperación entre el sector público, privado y tercer sistema, como en la gestión de la participación de los órganos comunitarios.

#### **4. Tensiones y teorías en torno al “quinto modelo”**

La convicción de que hoy nuestros problemas son más grandes que nuestros conceptos y que la organización tradicional para separar el conocimiento resulta insuficiente para dar cuenta de dichos problemas. La idea que la comunicación ya no es vista como proceso lineal, masivo, y que los conceptos que teníamos para conceptualizar las prácticas de comunicación no operan dentro de las propias industrias ni de las prácticas sociales de comunicación, nos cuestiona hacia una perspectiva que en el campo de las teorías de la comunicación no puede ser exclusivamente mediática. Ello no significa erradicar este objeto, sino que es necesario verlo de manera distinta, ponerlo en contacto con otros campos de saber.

Proponemos dentro de la historia y avance de la conceptualización de la profesión, y del curriculum una nueva concepción del profesional en comunicación que responde de otra manera a las demandas de la realidad social. No bastan las intuiciones sobre la realidad laboral —que muchas veces se convierte en un insumo de trabajo para renovar planes de estudio—, pero tampoco la reflexión sin estar alimentada de datos, cuadros, gráficos e insumos cuantitativos y cualitativos. Veamos tres propuestas en lo general, donde avizoramos lo que llamamos el quinto modelo de formación curricular.

La primera de ella es la denominada “Ingeniería Social de la Comunicación” que ha promovido y reflexionado el autor mexicano Jesús Galindo, quien desde ahora su nuevo grupo, el autodenominado GICOM (*Grupo de Ingeniería en Comunicación*) ha sido —al menos para el caso mexicano— quien de manera más acuciosa ha reflexionado con una mirada crítica por el campo de la comunicación y sobre todo, lo más importante, en la meta-teoría de la comunicación, de los modelos curriculares y de las métodos de enseñanza. Desde un viejo texto (Galindo, 1985; Luna y Galindo, 1995) ha tenido preocupación por el campo, no solo como historiografía,

sino como recuento analítico de etapas y vínculos con teoría. Por otra parte, Galindo ha sabido generar un estilo y personalidad particular, dentro de textos de abundante bibliografía —que frecuentemente no cita porque su estilo sigue siendo básicamente ensayístico—, y donde se caracteriza por hacer reiterados ajustes, enmiendas y añadidos a su propio análisis de etapas, procesos y grupos que a lo largo de su extensa y rica carrera ha encabezado, disuelto, y vuelto a organizar.

Empero lo anterior, no puede reconocérsele una mirada heterodoxa y original en su intento por dialogar a la comunicación con otros espacios y dar una fundamentación cuyo esfuerzo particular en el campo mexicano; fue de hecho de los primeros académicos, desde los noventa en advertir por ejemplo la importancia del diálogo del concepto de comunicación con otros espacios conceptuales. Al mismo tiempo ha intentado, quizá como pocos, construir una teoría de la comunicación propia, de trabajos consistentes, como incluso lo ha reconocido el propio Miquel de Moragas (2011: 77) en su revisión más reciente de los estudios de comunicación.

Galindo había acuñado un término extenso “comunico-metodología” que recupera la idea de etnometodología” de Garfinkel. Este término es centralmente la articulación de niveles “teoría / práctica” resumida en la imagen de la intervención, de la visión altamente estratégica que supera por mucho el referente difusionista y se asoma hacia todas las formas sociales que puede asumir la comunicación y su profesional. Sin embargo, Galindo toma distancia del concepto de Garfinkel, para adaptar cierta idea, práctica, aplicada a los sentidos que puede asumir la “comunicología”. El entorno de la comunicación es la complejidad, y la intervención es la posibilidad de conocer las características de los “sistemas de información” y “sistemas de comunicación”.

Una de las fuentes de su concepción en el profesional de la comunicación ha sido promoción y gestión cultural. Él mismo fue un encantado del concepto de redes, y si bien frecuentemente no contó con apoyos institucionales o él mismo no supo consolidar los muy diversos proyectos que emprendió, pero que de los cuales fue generando textos, por lo general organizados por él mismo, en el que los integrantes de los equipos de trabajo o redes en cuestión generan, siguiendo un esquema coherente, el desarrollo de una temática particular.

De unos años a la fecha ha abogado con insistencia por un comunicólogo, que es un “ingeniero social”, de la que quiere —creemos con razón— reivindicar una dimensión más del *saber-hacer*, que del *saber-*

*saber*; es decir, una diferencia entre el hacer cosas con lo que se sabe, y otra, muy distinta —y más frecuente— es decir las cosas que se saben, con poca vinculación con cierto poder transformador en las relaciones sociales. La ingeniería surge así como un concepto que quiere superar esa connotación negativa que tuvo, y tiene en algunos ambientes, para señalar cómo este nuevo profesional es alguien sobre todo que restituye el “*communis*” y la impronta comunicológica ahí donde se disuelven vínculos, relaciones, relatos, historias. La metáfora del ingeniero aplica al de un profesional que justamente sabe generar “vínculos”, y restablecer los flujos de información, contacto, asociación y afecto ente grupos y espacios. Lo que Galindo busca con su perspectiva es un modelo “científico” (o con información procedente de la ciencia) que permita entender a la comunicología como una ingeniería que pretenda diagnosticar y resolver problemas en la construcción de lo social. Se trata de un enfoque que toma distancia de cualquier pretensión difusionista, técnica, instrumental de la comunicación colectiva para estudiar ahora las estructuras complejas como redes sociales y sus tipos de vínculos. Aquí se recupera una noción más amplia de un comunicólogo como un especialista de la comunicación humana, que pueda interconectar más fácilmente principios, teorías, enfoques que responden a los grandes problemas de la comunicación en cada uno de los niveles (interpersonal, grupal, institucional, social, hiper-mediática) y ámbitos /producción, difusión, expresión, interpretación)

El profesional desde la ingeniería social ve a la vida social como permanentemente constructiva por ello se requiere un profesional que pueda realizar este objetivo con más elementos formales, técnicos, formado en una lógica de visión anticipada de los acontecimientos, a partir de una sistematización del pasado en conceptos y operaciones precisas”. En sus *Apuntes de Ingeniería Social* (citado por Cardona y Macías, 2007: 150) Galindo la define como “la aplicación de conocimiento específico a lo social, sobre lo social, y para lo social, la invención, perfeccionamiento y utilización de reglas prácticas para construir formas de compañía, de asociación y comunidad”; y para ello el profesional tiene que aplicar principios científicos a la construcción y diseño de comunidades en grupos sociales.

Una segunda propuesta, que quizá podría ser la primera es la que han organizado y sistematizado, de alguna manera más claramente la propuesta de Normas Macías y Diana Cardona. A diferencia de los otros modelos, quizá con la ligera excepción del segundo o cuarto en los que pudo haber existido una relativa visión programática, éste modelo parte de una mirada

más compleja y organizada. Igualmente, a diferencia de los otros, existe un proceso de investigación y revisión que al menos para el caso mexicano, queremos ver en el trabajo que ha hecho las doctoras Macías y Cardona, a raíz de una experiencia de rediseño curricular en una institución para la cual trabajaban y luego de concreción en un libro donde tuvieron el acierto que describir, muy didácticamente el proceso de revisión a dicha perspectiva. De alguna manera, a falta de este tipo de procesos proponemos verlo como un libro señero en este nuevo modelo “fundacional”. La investigación y rediseño es algo más que cumplir un requisito del ministerio de educación pública y también superar el dilema que implica la separación teoría-práctica, formación-trabajo; el problema es que para resolver esto, se tiene que reconstruir el objeto y por tanto es necesario revisar los principios analíticos en los que se basa la comunicación.

El punto de partida de estas autores es enteramente distinto (Cardona y Macías, 2004: 73). La comunicación se ha visto a partir de conceptos sociológicos, culturales. Esta dimensión formativa es importante, pero si lo que se desea es un profesional con capacidad de ir más allá de la técnica y de una relativa acumulación (más organizada o no) de saberes, y que se sepa actuar en el mundo práctico, cómo intervenir en la sociedad, requiere una formación en herramientas de trabajo que le sean propias de esta perspectiva. Por otra parte es necesario ver en la comunicación un punto de vista, un protocolo de trabajo que sea aplicable a distintos ámbitos y niveles de la comunicación, y no solo en la dimensión social.

En un notable intento por desglosar esta propuesta a un plan de estudio Cardona y Macías (2007) relejeron la propuesta de Galindo sugieren al comunicador-comunicólogo como alguien con capacidad de intervenir y modificar sistemas información-comunicación. Ello implica revisar los sentidos de investigación, los referentes de la comunicación y la idea misma de actividad de un profesional con competencias en *intervenir* (temporalmente aceptamos el sinónimo de “resolver”, “mediar”, “generar”) dichos sistemas. Así tenemos una perspectiva no únicamente desde la planeación de la comunicación si por ello queremos ver un significado organizacional o gerencial, a menos aceptemos las metáforas sistémicas, la caracterización necesariamente cibernética, estructural-sistémica, cognitiva de los procesos que se quieren conocer e intervenir.

Más recientemente Macías (2013) y Cardona (2013) han acuñado conceptos como “Comuniconomía” para nombrar o vincularla con modelos estratégicos para la Ingeniería en Comunicación Social. Se trata que el profesional sepa no solo producir mensaje o evaluar sus efectos, sino realizar

diagnósticos de problemas sociales, a partir de un inventario de estrategias para resolverlo, y después pueda reportar una evaluación que expone el nivel de mejora sistémica una vez implementadas las soluciones. Siguen las autoras, lo que de manera general Galindo —siguiendo a Garfinkel— ha llamado “Comunicación-metodología”. Las autoras a parte de la justificación de un plan de estudios (Macías y Cardona 2007), han realizado trabajos que ejemplifican los procesos de intervención que ahora el comunicólogo, erigido en un “ingeniero social”. La “Comuniconomía” se entiende por Macías (2007) “como el estudio de las constantes comunes establecidas durante las interacciones expresivas cuando los sujetos comparten información, con el fin de corregir, ampliar, transformar, o redireccionar la comunicación para promover la comprensión entre los Actores” y se basa ahí el pensamiento estratégico del profesional de la comunicación. Este “ingeniero”, interviene el relato y ya no los modelos de comunicación, sino lo ahora rebautizado como “modelos comuniconómicos” brindan una posibilidad de análisis de la realidad.

Finalmente, proponemos como una tercera modalidad una propuesta muy difundida: la comunicación estratégica, de Massoni (2012), con la diferencia que ella se ha centrado más en programas de postgrado que de pregrado. Desde la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario, Argentina, su propuesta quiere ser una respuesta e innovación a modos, formas, concepciones de diagnóstico en comunicación, donde el adjetivo “estratégica” (Massoni, 2013: 22) supone una idea de resolver problemas situados, impulsar una nueva visión de la problemática y un concepto que el conocimiento “enactúa”<sup>1</sup> para restituir el fluido comunicacional entre los actores.

Lo importante para nosotros es que este enfoque aclare o amplíe algo sobre los conocimientos, actitudes, saberes, competencias que se

1 La palabra tiene relación con el verbo en inglés “to enact”, que quiere decir que algo existe y es determinante para el presente. De acuerdo a la enciclopedia Wikipedia la expresión “conocimiento enactivo” refiere a aquello que se adquiere a través de la acción del organismo en el mundo [...] la enacción postula y define una de las formas de interacción con el mundo”. Una de las definiciones más conocidas es el biólogo Francisco Varela. El conocimiento enactivo es aquel que específicamente está construido, al cumplir una práctica, sobre las habilidades puestas en juego por quienes adquieren tal conocimiento. La vía enactiva es un procedimiento de conexión contextual, y para la adquisición de conocimientos, puede ser instrumentada por la aptitud de sus agentes, sobre una amplia gama de comportamientos, desde los motrices hasta los más intelectuales, formales y/o abstractos.

avizoran o bien en la definición del “comunicólogo”, “ingeniero social” o estrategia de la comunicación, que ve como espacio de trabajo, no necesariamente el lugar acotado de una empresa, compañía o corporativo, sino de lo social.

Dentro de las propuestas que conocemos, sin duda la del equipo que encabeza Sandra Massoni en la Universidad de Rosario se asoma como una propuesta interesante, que también condensa lo que queremos decir por este modelo. Hay que partir que dicha propuesta ya no diferencia el ámbito cultural, o socio-político, el empresarial o el mediático, sino que todo escenario es susceptible de esa intervención. La diferencia específica con respecto a otras profesiones, es quizá el “punto de vista” comunicativo.

Para Massoni (2013), la comunicación, más que un “punto de vista” como quiere Galindo, es una meta-objetivo, cuya principal contribución no es ver la difusión, o los efectos, ni tampoco conocer solo los significados del mensaje, sino a otro nivel: observar el todo de la comunicación, vista ésta ya no como un proceso singular, sino un conjunto de procesos heterogéneos.

En sus textos, Massoni ofrece explicaciones de un proceso que incluye tareas (generar una versión técnica del problema, hacer mapas y clasificaciones, generar árboles de soluciones) en los trata de recuperar un punto de vista comunicativo de los problemas de relación e interacción en cualquier entorno ahí donde hay seres humanos queriéndose poner de acuerdo para resolver problemas. Massoni usa el concepto de “matrices socio-culturales” es claro en esa definición por niveles (siempre con el adjetivo “comunicacional”) que van en plano que Massoni define. No hacemos aquí un juicio de la propuesta, que conocemos en estos manuales, pero rescatamos una perspectiva.

Massoni ha hecho mucho trabajo de consultoría a organizaciones y oficinas de gobierno, por tanto en ocasiones su lenguaje no se distancia del desarrollo organizacional o la administración de recursos, con la diferencia —y aquí un rasgo básico de la planeación estratégica en comunicación— que aquí se imprime una epistemología comunicativa donde la comprensión y transformación se realiza desde una égida comunicativa con actores que usan medios y generan expresiones, con relación entre procesos que son complementarios en la producción-difusión-interpretación, con herramientas que permite una comprensión no mediática, sino ecológica de la comunicación, donde la relación sistema-entorno depende de los objetivos, alcances y recursos de acción.

Massoni no solamente ha propuesta una idea de comunicación, o más propiamente de “comunicación para la innovación” en vínculos,

redes, nodos para resolver problemas, sino que ha generado algunas herramientas, y cuadernos metodológicos que permiten dar una idea de lo que este profesional requiere para facilitar su trabajo ( Massoni, 2013) como por ejemplo ser alguien vinculado al conocimiento de esa especie de fenomenología de la solución en la cual los actores se mapean, se jerarquizan, se realizan tipologías de los tipos de problemas comunicativas y se generan estrategias en cuanto al manejo de flujos, medios, relaciones y entornos para hacer los espacios más habitables, más interconectados, o si quiere, dentro de un lenguaje que no es lejano, más complejos.

## 5. Consideración final

Estos modelos de algún amañera no son completamente nuevos, obedecen a un desarrollo y la sobreposición de tendencias; si acaso hemos querido acentuar la importancia de relacionar modelos curriculares y teorías como una forma de relacionar más específicamente estas dos dimensiones en la conceptualización de la comunicación y de su profesión.

Nuestra imagen del comunicador-comunicólogo como mediador socio-cultural se dejan ver aspectos de este “ingeniero” o “estratega” que pone más acento en el diseño, en la generación de instrumentos de planeación, que propiamente en generar mensajes o estudiar su recepción. Así estos modelos curriculares o “tipos ideales” son acentos dentro de una perspectiva más amplia que no abarca solamente el grupo de *conocimientos-saberes-actitudes-valores-competencias* que permiten diferenciar los perfiles de egreso, sino justamente ejercicio para imaginar-desear-proyectar un determinado profesional que quizá permita resolver el entuerto de la teoría-práctica, de la universidad-espacios profesional, del saber-hacer y otras dicotomías que con legítima preocupación atienden escuelas o centros de estudios.

De las diferencia que vemos en este quinto modelo con relación a los anteriores es en primer lugar las ciencias, disciplinas, saberes con las que dialoga, las genealogías dominantes de su reflexión, el claro concepto de comunicación distinto a los dominantes trabajados por la psicología o la ciencia política, y por supuesto el tipo de problemas a enfrentar propias de sociedades como las latinoamericanas.

En otros espacios hemos señalado, por referir al subsistema de las teorías de la comunicación, que no parece deseable enseñarlas “todas” en todos los modelos. Dicho enfoque puede ayudar a resolver la toma de decisiones curriculares sobre aspectos y áreas de los currículo en



comunicación y que permita ir más allá de modas o tendencias sin que éstas se problematicen o estudien.

Hace varios años Sánchez Ruiz (2002: 30-31) realizó un texto interesante en el que intentaba zanjar el dilema de la teoría-práctica en la enseñanza y ejercicio de la comunicación, y propuse algunas rutas que podrían intercomunicar de manera más fluida la enseñanza-aprendizaje, la producción-difusión del conocimiento científico y los usos, aplicaciones y modos de presencia del conocimiento científico en los espacios laborales, profesionales y productivos.

La pregunta que intenta responder el célebre investigador tapatío es cómo generar pertinencias mutuas y correspondencias entre todos estos subcampos y para ello enumera algunas interacciones posibles de las cuales citamos solamente algunos de los escenarios que plantea. Creemos que este “quinto modelo” zanja más creativamente esas interrelaciones que por años los académicos hemos intentado elucidar o aclarar. En realidad es un falso dilema, porque así como no existe formalmente frontera o barrera entre lo teórico y lo práctico y ambas tienen que definirse como niveles de la misma realidad, y no como compartimentos de la producción diferenciados u opuestos entre sí, de la misma manera este quinto modelo (definido como planeador, estratega, interventor, ingeniero) recupera aspectos de los “ideales” anteriores e integra un “imaginario” más amplio; distinto quizá al de los deseos iniciales de comunicadores en su pretensión centralmente mediática, pero no por como oposición. Comunicación básica y comunicación aplicada, son así espectros de un continuum que requieren un criterio curricular más amplio y complejo para interconectarlos por encima de una supuesta oposición entre un “concepto de” versus “aplicación de”.

Estos *modelos* los hemos definido como “tipos ideales”, pero son enfoques o si se quiere, acentos de una práctica indiferenciable (el ejercicio de la comunicación en sus distintos niveles). Con frecuencia al exponer estos modelos los interlocutores —diseñadores, académicos, directores de escuela— afirman que su plan “tiene un poco de todos”. Lo que con estos modelos se pretende es ofrecer elementos para evaluar conceptualmente lo que al interior del documento del plan de estudios se tiene. Este documento que frecuentemente se realiza como una operación necesaria de algunas escuelas para actualizar su acreditación ante el ministerio de educación, proponemos en su lugar verla como una actividad intelectual, una hipótesis de lectura, un organizador de la “enacción” de los agentes que participan en la elaboración del plan. Nuestra hipótesis del “cuarto” o “quinto” modelo curricular tiene sentido si ente los agentes del campo, o de un

espacio universitario acotado permite la discusión, el diálogo, investigación curricular, generación de conocimiento sobre los espacios de la comunicación aplicada y productiva, y por tanto permite que estos agentes generen una representación más compleja de una realidad que siempre será inalcanzable, pero que el compromiso tiene que ser así en parte, comprenderla con todas las herramientas científicas, humanísticas a nuestro alcance y hacer así, como nos enseñó Jesús Ibáñez, que el mundo sea más complejo, más integrado, o si se quiere más comunicado.

## Referencias

- Cardona, Dania y Norma Macías (2004). “La formación del comunicólogo desde la ciencia aplicada”, *Revista Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC XI*. p. 73-83. México.
- Cardona, Norma (2013). *Comunicología y relaciones de pareja en mujeres del Distrito Federal*. Tesis de Doctorado. Saltillo: UADEC / UNAM
- Fuentes Navarro, Raúl (1996). *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. U de G / ITESO. Guadalajara.
- (2003). *Nueva sistematización académica del campo de la comunicación*. Guadalajara, ITESO.
- Galindo, Jesús y Carlos Luna (1995). *Campos académicos de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. CONACULTA. México.
- Galindo, Jesús (1985). “La universidad y la enseñanza de la comunicación. El caso de la Universidad Iberoamericana”, *Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva*, n.37, México: UAM-X.
- (2003). *Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica*, disponible en: [www.geocities.com/arewara/arewara.htm](http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm)
- (2005). *Hacia una comunicología posible*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México.
- (2008). “Hacia una comunicología posible en México. Los planes de estudio, la bibliografía y las teorías de comunicación”, en Chávez Guadalupe y Karam Tanius (coord.), *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica*, pp. 81-108
- Macías, Norma; Cardona, Diana (2007). *Comunicometodología, Intervención social estratégica*. Universidad Intercontinental. México.

- Macías, Norma (2013). Ingeniería en comunicación social. Hacia la construcción de modelos comuniconómicos en las relaciones de pareja a partir del programa narrativo. Tesis de Doctorado. Saltillo: UADEC / UNAM.
- Martín Barbero, Jesús (1984). Comunicación popular y modelos transnacionales. En Seminario. Movimiento popular y modelos transnacionales, Alajuéla (España), CSUCA.
- Massoni, Sandra (2012). “Mesa de Debate n° 1: Comunicación, sí: pero ¿de qué Comunicación estamos hablando?” Elogio de la comunicación estratégica como algoritmo fluido. FISEC-Estrategias – Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora Año VII, Número 17, p. 37-65
- (2013). Metodología de la comunicación estratégica. Del inventario al encuentro sociocultural. Homo Sapiens Ediciones. Buenos Aires.
- Moragas, Miquel de (2011). Interpretar la comunicacion: Estudios sobre medios en América y Europa. Gedisa Editorial. Barcelona.
- Payne, Michael (comp.) (2002). Diccionario de teoría crítica y estudios culturales. Barcelona. Paidós.
- Ritzer, George (2002). Teoría sociológica clásica. McGraw Hill. 3ª Edición. Madrid.
- Sánchez Ruiz, Enrique (2002). “La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social. Notas para una agenda”, Revista Diálogos de la Comunicación, n.64, Noviembre. FELAFACS, Lima, disponible en: <http://www.alaic.net/santa-cruz/enrique-sanchez.pdf> (Consulta: junio 2011)