

**LA ENSEÑANZA DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN. REFLEXIONES
TEÓRICAS Y PEDAGÓGICAS EN TORNO A UN ESTUDIO DE CASO: LA
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA DE LA UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO.**

Marta Rizo García

Academia de Comunicación y Cultura

Universidad Autónoma de la Ciudad de México

1. Presentación

El carácter profesionalizante de las licenciaturas en comunicación está, en muchos casos, relegando a un segundo plano la formación teórica y metodológica de los futuros egresados en comunicación. Al menos en el ámbito latinoamericano y, específicamente, en México. En la gran mayoría de planes de estudio, los perfiles de egresados no se refieren -o lo hacen muy poco- a una formación teórica y epistemológica, y se centran, mayoritariamente, en la formación profesionalizante y práctica de la comunicación. Sin que lo último sea negativo *per se*, consideramos que esta ausencia de formación teórica en los estudiantes de comunicación puede derivar en hacer aún más compleja la consolidación de nuestro campo de conocimiento: la ciencia de la comunicación.

La comunicación como campo práctico está ganando terreno, y la reflexión teórica, epistemológica y metodológica parecen no tener interés, o tener muy poco. Ante esta situación, son varias las interrogantes que nos podemos hacer: ¿Qué es entonces lo que define a los comunicólogos? ¿La comunicación práctica y la ciencia de la comunicación conforman dos campos distintos y difícilmente compatibles? ¿Qué papel puede jugar la teoría en la formación de nuestros estudiantes de comunicación? En el terreno de la reflexión teórica, ¿es la comunicación sólo un objeto de estudio? O por el contrario, ¿la

comunicación puede erigirse como una disciplina con formas específicas de mirar y analizar la realidad?

En esta comunicación se presenta un caso, a corte de ejemplo, que recupera el perfil teórico y reflexivo de los egresados en comunicación: la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. En un primer momento se contextualiza el surgimiento de esta licenciatura, y se presentan sus fundamentos, objetivos generales y perfiles de egreso planteados. Posteriormente se dedica un apartado a la exposición detallada de los ejes temáticos que articulan el plan de estudios de la licenciatura citada. Para concluir, se hace énfasis en la importancia de la teoría en la formación integral de estudiantes de licenciatura, sobre todo en un campo de conocimiento fértil pero que aún padece de una débil definición conceptual.

2. La licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México

La Universidad Autónoma de la ciudad de México (UACM) abrió sus puertas en septiembre del 2001. Desde 1974 no se creaba en la ciudad de México una universidad pública que tuviera como finalidad la de satisfacer las necesidades de educación superior para su población. Como propósitos generales, la ley que dio lugar a la UACM estableció, entre otros, la consideración de la educación como un medio fundamental para adquirir, transmitir y acrecentar la cultura; el compromiso de asegurar el acceso a la educación superior de todos los habitantes de la ciudad de México; y los principios que regirían la educación impartida en la institución, a saber, la democracia, el libre examen y discusión de ideas y la formación crítica, científica y humanística. Un punto importante de los propósitos, que marca el carácter “distinto” de la UACM, fue el que la educación impartida en la institución estuviera siempre orientada a satisfacer las necesidades de la población de la ciudad.

En la ciudad de México, la distribución geográfica de la oferta de educación superior no corresponde con la demanda; consecuentemente se limitan las posibilidades de

acceso, y los desplazamientos originan múltiples costos para los estudiantes y para la ciudad. Lo anterior se derivó en la creación de la UACM, institución donde se ejerce la docencia, la investigación y la difusión con sentido social, y en la cual se incorporan la extensión y la cooperación como funciones sustantivas de la universidad.

Teniendo como marco el contexto anterior, nace la Licenciatura en Comunicación y Cultura, una de las primeras de la institución. En ella, la comunicación se asume como espacio privilegiado de las relaciones sociales, de los procesos identitarios individuales y colectivos, como lugar de lucha política e ideológica para articular el sentido de las experiencias sociales. El desafío básico de la licenciatura fue, desde sus inicios, la formación de profesionales capaces de trabajar en estos contextos de transformación permanente y ausencia de referentes de sentido. De ahí el enfoque cultural que permea a la licenciatura, lo mismo que permite dar cuenta de los fenómenos sociales como procesos de configuración simbólica.

En esta dirección, se considera parte fundamental de la formación de los estudiantes el incorporar su propia experiencia como parte del proceso de construcción de conocimiento, con la finalidad que se reconozcan como sujetos conscientes de la historicidad. Es decir, a la Academia de Comunicación y Cultura le interesa contribuir a la emergencia de profesionales de la comunicación que se erijan en protagonistas reflexivos de su realidad (sujetos históricos). Es entonces de vital importancia el estudio de las subjetividades, las estructuras de valores y cosmovisiones tanto de los estudiantes como de los profesores.

2.1. Algunos datos del contexto mexicano

Los estudios profesionales de comunicación en México inician en los años cuarenta. El verdadero *boom* de los estudios de comunicación comienza a partir de los sesenta, década en la que se popularizan con extraordinario éxito debido, entre otras razones, al creciente desarrollo tecnológico, a la expansión de las empresas de comunicación y a la mediana estabilidad. No obstante, el auge de la nueva profesión duró sólo los primeros lustros (1960-1975), período en el que las necesidades laborales se cubrieron con rapidez. La recesión económica que surge con la crisis del petróleo a finales de los setenta se

traduce en un aumento de la oferta sobre la demanda, lo que generó una sobreoferta de egresados de comunicación.

Desde entonces, impulsados sobre todo por el bienestar económico de la década precedente, los estudios de comunicación siguieron proliferando tanto en la población estudiantil (que no ha detenido su crecimiento) como en la variedad de programas formativos. De este modo, en la actualidad los estudios de comunicación constituyen una de las opciones profesionales preferidas por una gran cantidad de jóvenes, y cubren una gama muy extensa de perspectivas y especialidades, muchas de las cuales responden a tendencias encontradas, cuando no paradójicas. De ahí que uno de los principales rasgos de la enseñanza de la comunicación en nuestro país sea el incremento continuo de estudiantes, así como la diversidad de opciones terminales, programas y estructuras en las que está inscrita.

Desde sus orígenes el objetivo principal de estas carreras fue colocar egresados en los medios de difusión masiva (prensa, radio, televisión y cine); de hecho, la expansión de las empresas de comunicación de masas es lo que permite la gran aceptación social, académica y laboral de las primeras generaciones que se prepararon en los años sesenta con una formación muy abierta, que incluía materias diversas y cargas de asignaturas considerables, sobre todo en el campo de la filosofía.

El *boom* de los estudios en comunicación siguió crecientemente en los ochenta, sobre todo en las universidades privadas. Por desgracia ese crecimiento exponencial nunca fue paralelo con la consolidación disciplinaria profesional. Ello ha hecho que dentro del campo de las ciencias sociales la comunicación no tuviera un reconocimiento cabal en su proceso de legitimación. Sin embargo, hay que reconocer la institucionalización de la comunicación, que en esta época vio nacer, en el contexto internacional, a instituciones como la IAMCR (*International Association for Media and Communication Research*) y la ICA (*International Communication Association*) y, en el contexto específico latinoamericano y mexicano, destacan la creación de FELAFACS (*Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*), ALAIC (*Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación*), AMIC (*Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación*) y CONEICC (*Consejo Nacional para la Enseñanza y*

la Investigación de las Ciencias de la Comunicación). La creación de estas asociaciones, si bien fue importante para la institucionalización del campo académico de la comunicación, no comportó la necesaria construcción teórica —en sentido estricto— que requiere este campo del saber.

En los noventa siguió el aumento de las escuelas de comunicación. En 1990 había en Latinoamérica 244 escuelas, con 5.000 profesores y más de 100.000 alumnos (Fuentes Navarro, citado por Sosa, 2000: 18). En esta década aumentó el nivel de especialización y se incrementaron considerablemente los postgrados en distintas áreas. En México fueron apareciendo algunas revistas de divulgación y otras estrictamente académicas (como los *Anuarios de Investigación del Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación*, CONEICC, el primero de ellos en 1994).

Benassini (2001: 46) estimaba que en México, en 2001, por lo menos 190 escuelas y universidades ya impartían la licenciatura en ciencias de la comunicación. Dichas instituciones no se limitan sólo a impartir la licenciatura en Ciencias de la Comunicación sino que simultáneamente ofrecen algunas carreras afines, como Periodismo, Publicidad, Fotografía o Relaciones Públicas, entre otras. El número de escuelas y universidades en las cuales se impartía la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, carreras afines o programas de postgrado, ascendía a poco más de 250 y el total de estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación se estimaba en 50.000, y de acuerdo con las estadísticas relativas a la demanda nacional de educación profesional, esta carrera ocupaba el octavo lugar. Según el *Anuario* de ANUIES (2002), ésta es la duodécima licenciatura más demandada, dato importante cuando se discute sobre la proliferación de escuelas de comunicación. En la actualidad existen más de 60.000 estudiantes en México.

El campo académico de la Comunicación se institucionalizó por el crecimiento de las ofertas de licenciatura y la creciente e imparable demanda estudiantil. Sin embargo, no se ha legitimado el avance epistemológico de la Ciencia de la Comunicación, que sigue insertándose en el campo mayor de las Ciencias Sociales.

Lo anterior va acompañado de una cierta incertidumbre en lo que a los objetivos de formación se refiere. Es decir, se conoce el número de alumnos inscritos, así como el de egresados, pero no hay claridad en las funciones profesionales y sociales para las que son

formados los estudiantes a nivel de licenciatura. Parte del problema hay que verlo en la propia fenomenología del campo académico: la existencia de un campo profesional preexistente mucho antes de la aparición de escuelas; la dificultad del consenso, la rápida explosión que imposibilitó la planeación, y los factores estructurales de la educación en un país económicamente periférico. Las escuelas llegaron tarde y en el mejor de los casos han presentado ofertas de acuerdo a lo que entienden como necesario para el mercado laboral. Así entonces, el campo profesional y la realidad social va mucho más adelante que los planes y programas de estudio, que tardan en actualizarse en el mejor de los casos cada cinco años.

Otro problema es la formación de un imaginario social sobre las carreras de Comunicación que contribuye a la creación de una percepción de la realidad. Es decir, la carrera de Comunicación se ha configurado como una construcción simbólica en académicos, estudiantes y aspirantes. Este imaginario (idea de lo que es la carrera) no siempre se comparte por los empleadores, los medios masivos y las empresas, quienes tienen su propia percepción del egresado en comunicación (Benassini, 2000: 24). Esta última consideración provoca que en muchos casos la formación de los egresados en comunicación no vaya acorde con las necesidades o demandas del mercado laboral.

2.2. Enfoques y modelos en la enseñanza de la comunicación

Raúl Fuentes Navarro (1996: 139 y ss.) ha fundamentado la existencia de tres modelos de enseñanza en la historia de las carreras de comunicación. 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 o social.

El primero de estos modelos es el de la *formación de periodistas* que surge en los años cincuenta, el más antiguo y más fuertemente arraigado en las escuelas. Tiene como objetivo principal preparar profesionales para insertarse en el campo de las industrias mediáticas y de manera principal en la prensa. Cuando este modelo se edificó (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’; subyace a este modelo una noción de la comunicación como difusión y por tanto su énfasis en la producción de mensajes.

El segundo modelo surge con la primera etapa en la popularización de las carreras de Comunicación, a principios de los sesenta. 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 conforme 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 y la comunicación.

El tercer modelo, el del *comunicador como científico social*, se deslinda claramente de la formación instrumental y 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 o mundialización 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.

Antes de proceder a la exposición del modelo de enseñanza en el que se inserta la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM, vale la pena aclarar aquí una pequeña distinción conceptual entre *comunicador* y *comunicólogo*, entendidos frecuentemente como sinónimos. De entrada, el primero es el profesional de los medios de

comunicación, que trabaja en ellos y tiene virtudes como la claridad para transmitir información y los conocimientos culturales para contextualizar las informaciones, etcétera. El segundo sustantivo queda entonces para quien hace una reflexión más amplia de los fenómenos de la comunicación en el mundo social y natural, en el mundo físico y simbólico, en los espacios micro y macro sociales. El problema es que, hasta bien entrados los años ochenta, este tipo de especialista no se ha formado tradicionalmente en el campo académico de la Comunicación (la mayor parte de la teoría de la Comunicación ha provenido de fuera del campo académico); en algún sentido la formación de la Comunicación ha sido ‘uni-disciplinaria’ porque se ha centrado en los medios como eje de reflexión, aun cuando la currícula esté salpicada de materias muy variadas (desde las económico administrativas hasta las filosófico humanistas); este hecho no hace ‘multi’ o ‘inter’ disciplinaria la formación. Existe en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua una definición de *comunicología* propuesta por Don Eulalio Ferrer en 1992. El autor y publicista la define como una ciencia interdisciplinaria que estudia la comunicación en sus diferentes medios y técnicas.

2.3. El enfoque cultural de la comunicación. El caso de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM.

La Academia de Comunicación y Cultura, sin asumir completamente ninguna de las definiciones de este campo del saber, parte de la necesidad de inscribirse en el debate acerca de la entidad inter, trans o multidisciplinaria de las Ciencias de la Comunicación.

El reto es promover una formación con perspectiva comunicológica, no ‘comunicadora’, y si bien esto no es sencillo en la formación del programa, nuestra currícula aspirar acercar el proceso y el horizonte de reflexión del estudiante, quien aun cuando aspire por el trabajo tradicional de los medios, pueda tener una visión más integrada y compleja del fenómeno de la comunicación. El nuevo ‘científico de la comunicación’ que actualiza la figura del comunicador plantea el reto de formar profesionales que, además de los tradicionales dominios de la sociología política y/o la psicología, adquieran dispositivos de análisis cultural para comprender las especificidades socioculturales de los grupos humanos que observan, informan y, por ende, intervienen. Es decir, nuestra licenciatura

asume el desafío de formar profesionales de la comunicación que tengan conciencia política del rol que cumplen en tanto sujetos productores y/o reproductores de discursos que organizan visiones de sociedad y orientan los cursos de acción social, ya sea individual y/o colectiva, de los sujetos concretos.

El modelo en el que se inserta la Licenciatura en Comunicación y Cultura puede denominarse enfoque cultural de la comunicación, y quizás pueda erigirse en algún sentido como un cuarto modelo de la enseñanza de la comunicación. Este modelo parte de formar al profesional de la comunicación desde un lugar privilegiado en el diálogo entre la reflexión sobre la cultura y sobre la comunicación. Asimismo, considera como centro de la actividad profesional no a los medios, sino al conjunto de prácticas sociales en las que tienen lugar procesos de comunicación. Este profesional debe ser capaz de planear, organizar y crear estrategias de comunicación en contextos socioculturales específicos; es un profesional que opera acorde a una interpretación de los procesos sociales; es decir, desarrolla su actividad profesional a partir de analizar y rescatar la manera como los actores producen textos sociales, los intercambian y los interpretan para generar una concepción de su vida, del mundo y la verdad de los procesos socio-históricos que los condicionan en tanto sujetos.

Pensar la comunicación desde una perspectiva cultural ha implicado un fuerte compromiso por reflexionar sobre el estado propio de las Ciencias Sociales. Aun cuando se acepte o no el estatuto científico de los estudios sobre Comunicación, esta reflexión permite configurar no sólo un currículo o un plan de estudios, sino la dimensión del conocimiento que se va transmitir, reflexionar y producir en una universidad que intenta organizarse como un proyecto alternativo de educación superior pública para grupos sociales cuyo ingreso al sistema educativo ha sido difícil. Esto quiere decir otros modos de entender el conocimiento y su uso social.

La licenciatura que planteamos parte de campos problemáticos, y no tanto de teorías o paradigmas que, si bien pueden lograr explicar parcelas de la realidad social, no son capaces de construir un conocimiento integral de lo social. Pese a que consideramos necesaria esta apuesta por la integración de miradas disciplinares diversas, sin que esto conlleve a un eclecticismo indeseable, también somos conscientes del reto y la dificultad

que esta ruptura implica en la organización de un plan de estudios a nivel de licenciatura. Esto último explica que, sin negar la posibilidad de la interdisciplinariedad, consideramos válido que los estudiantes se apropien, en un primer momento, de saberes disciplinares, o al menos, tengan los conocimientos mínimos que les permitan ubicar los saberes en espacios disciplinarios concretos. Para lograr la transdisciplina, por tanto, es fundamental dotar de bases de conocimientos disciplinares, no negar las especificidades de cada campo del saber, sino conocerlas y, posteriormente, integrarlas para ofrecer miradas integrales a campos problemáticos concretos.

En nuestro planteamiento hay un ‘dilema’ compuesto de dos polos. De un lado, el deseo de construir teórica y epistemológicamente a la comunicación como un campo de estudios que sea capaz de ofrecer un conocimiento sobre fenómenos de la realidad; esto equivale a dar un peso a la formación en el estudio, análisis y reflexión de las propiedades epistémicas del trabajo intelectual y profesional de la comunicación como modo de saber y hacer diferenciado, con una trayectoria de producción académica específica que desencadena en una mirada específica de lo social. Del otro lado, la perspectiva transdisciplinaria que aspira justamente a lo contrario, a una máxima apertura de los campos disciplinares, a la dilución mediante respuestas integrales. Somos conscientes que un debate meramente epistemológico aún requiere un mayor tiempo de desarrollo y profundización, por lo que en este momento no ha sido suficientemente desarrollado, toda vez que se debe atender y reflexionar desde los campos problemáticos que nos interesa que el profesional de comunicación y cultura pueda trabajar.

Las dos posturas antes mencionadas, pese a no estar completamente resueltas al interior de la Academia de Comunicación y Cultura, tienen puntos de conexión que vale la pena destacar. El primero es que pese a tener la voluntad de dotar de especificidad teórica y metodológica al campo de la comunicación, no negamos la interdisciplinariedad inherente a este campo del saber. Al respecto, consideramos indispensable revisar las aportaciones de otras disciplinas, tales como la psicología social, la sociología fenomenológica, la semiolingüística, la economía política, la sociología funcionalista, la cibernética y la sociología crítica-cultural, consideradas todas ellas como principales fuentes teóricas del pensamiento sobre la comunicación.

A medio camino entre las dos posturas, se abre una tercera postura posible, que apuesta por una visión integral de los fenómenos que atañen a la relación entre comunicación y cultura. El campo de los medios es sólo uno de los múltiples objetos de estudio dentro del pensamiento sobre la comunicación; hay otros objetos que pueden ser vistos desde la comunicación, tanto en el mundo natural como social, cultural y simbólico, y eso no puede ser posible sin una perspectiva abierta e integral. No se puede acceder a una transdisciplina sin establecer una distancia con una disciplinariedad. La diferencia radica en concebir la disciplinariedad como aumentativa y lineal, monológica y compartimentada, conceptual y no problemática. Se trata, en cambio, de asumir la comunicación como un campo de saber inherentemente interdisciplinario, conformado desde sus orígenes por las aportaciones de reflexiones teóricas, metodologías y problemáticas pertenecientes a otras disciplinas. De manera más extensa, nuestra apuesta es retomar la comunicación a partir de quienes vieron en ella el centro para pensar la vida social y la realidad: aludimos a George Herbert Mead y Gregory Bateson, entre otros autores, poco valorados desde nuestro punto de vista por el saber académico comunicativo para la importancia que nos parece que tienen.

Nuestra Academia propone la formación de un profesional sensible a las manifestaciones y especificidades socio-culturales del proceso histórico en el que se inserta y desarrolla su acción como profesional de la comunicación. Para ello el estudiante requiere el manejo de habilidades y conocimientos que le permitan intervenir en las situaciones concretas de su espacio social inmediato, del espacio público y en el de los *mass media*, como ámbitos pertenecientes a su propio campo de acción profesional. En otros términos, el egresado de la licenciatura en Comunicación y Cultura debe contar con una formación en los dispositivos epistemológicos, conceptuales y metodológicos útiles para interpretar las realidades y generar estrategias de mediación que contribuyan a un mejor conocimiento y comprensión de los sujetos sociales (individuales y colectivos) de los procesos que animan y de los condicionamientos socioculturales y políticos que éstos comportan. Dicho en otras palabras, entendemos las necesidades de una formación pluri-disciplinaria y rigurosa, integral y específica, que pueda sobre todo desarrollar una visión más compleja de la realidad para estar-en-el-mundo con otra visión, y desde ahí, contribuir a los proyectos de sociedad que los sectores mayoritarios de la población deseen construir como orden social.

Haciendo una genealogía del análisis cultural en el espacio reflexivo del campo de la comunicación, la importancia de los Estudios Culturales (EC) para el campo académico mexicano de la comunicación es algo más que fundamental, dado que para algunos se expresa en el estudio de los efectos socio-políticos que fueran tan importantes para la *Mass Communication Research* y sus hitos conformadores en Klapper o Lazarsfeld (Galindo, 2003). Dicho de otro modo, el gran elemento configurador del campo problemático de la comunicación en México fueron los EC, dado que todo asunto relacionado con la vida (principalmente urbana) de la segunda parte del siglo XX les interesa. Sin desmerecer las aportaciones que los EC han hecho a la construcción del campo académico de la comunicación en México, consideramos que, por su voluntad abarcadora y holística, no han logrado una mayor definición de los objetos de estudio propios de la ciencia de la comunicación, algo que puede explicarse, quizás, por el hecho que la gran mayoría de investigadores de la comunicación en México no provienen de este campo del saber. Por ello, y sin refutar la importancia de pensamiento cultural en comunicación, sí consideramos que valdría la pena revisar qué tan importantes han sido las aportaciones de los EC en la construcción de una teoría —en el sentido estricto de la palabra— de la comunicación.

Siguiendo en los límites de la reflexión del campo de la comunicación, la historia del caso mexicano es más reciente. En el proceso de definición del campo analítico de la comunicación, como se ha dicho anteriormente, es necesario revisar los aportes y desarrollos de la sociología cultural y el uso de los EC en comunicación. El primer bastión de lo que puede llamarse EC en México se ubica en la UAM-Xochimilco, se destacan los primeros trabajos de Jorge González, los aportes de la revista *Comunicación y Cultura*, trascendental difusora del pensamiento gramsciano; la obra de Gilberto Jiménez y Alberto Cirese, quien fue uno de los principales difusores de Antonio Gramsci. La segunda generación la podemos ubicar en el occidente mexicano; por una parte en el ITESO con la maestría en estudios socioculturales (1985); el Programa Cultura de la Universidad de Colima, su importante revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* (su primer número 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, y que casi una década después se publicó en un libro (Cf. González, 1998).

En una dimensión global de la reflexión académica, los Estudios Culturales en Comunicación han tenido una primera preocupación que ha sido la recepción de los medios masivos como un proceso complejo. Las obras de Morley, Lull, Ang, Jensen y Rosengren forman parte de una bibliografía básica para conceptualizar los principales aportes. 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.

Todo lo anterior nos sirve para sintetizar el enfoque cultural de la comunicación que proponemos desde la Academia. El licenciado en Comunicación y Cultura será un profesional de la comunicación con habilidades de intervención en los contextos socioculturales más próximos; con capacidad interpretativa de los fenómenos comunicativos en un sentido amplio que no los reduce al espacio de lo mediático; con habilidad para pensar y crear productos comunicativos con un enfoque crítico, analítico y reflexivo de lo social.

Con base en lo anterior, el enfoque cultural de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM tiene como líneas prioritarias para su reflexión y producción del saber en la formación de profesionales que den cuenta de la dimensión cultural de la comunicación (de manera especial en la ciudad de México), las siguientes:

- a) Comunicación, valores y cultura.
- b) Comunicación, sociedad y democracia.
- c) Comunidades simbólicas, identidades y representaciones sociales.
- d) Comunicación y vida cotidiana.
- e) Impacto sociocultural de las tecnologías de información.
- f) Comunicación, cultura y ciudad.

Las líneas de reflexión anteriores constituyen campos problemáticos fundamentales en la reflexión sobre fenómenos relacionados con la comunicación y la cultura. Y con base en ellas, se espera que el egresado pueda estar formado y capacitado para aplicar conocimientos a distintos niveles de abstracción en distintas áreas de la comunicación, a partir de un enfoque cultural, con el cual —ciertamente— tendrá la potencialidad de actuar en un campo muy vasto de desarrollo profesional que va de los medios tradicionales a los entornos de la comunicación alternativa, popular o comunitaria; de las organizaciones civiles a las gubernamentales. Se desea que este profesional, dentro de su perfil de egreso, pueda ser alguien comprometido con el conocimiento de tal manera que pueda participar en su producción y difusión en instituciones educativas, en entornos no formales e informales. El área posible de trabajo se extiende al campo de la promoción de la cultura, gestión cultural y sub-áreas. Su rasgo principal es la de mediación cultural que ve la comunicación como una forma de mirar la realidad (más que un objeto externo), y no sólo como un objeto.

3. El papel de la teoría en la formación de comunicólogos. El caso de la UACM

La licenciatura en Comunicación y Cultura se inserta en el Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales de la UACM. Se cursa en dos ciclos: el básico y el superior. El Ciclo básico del Colegio de Humanidades y Ciencias Sociales se desarrolla durante tres semestres y constituye el inicio del nivel de licenciatura en la Universidad de la Ciudad de México. Este ciclo está estructurado en cinco áreas de formación de carácter complementario: Estudios sociales e históricos, Lenguaje y pensamiento, Cultura científico-humanística, Idiomas y materias optativas. El Ciclo superior es el segundo de la formación, tiene una duración de seis semestres, y su objetivo central es la formación en Comunicación y Cultura, a partir de los lineamientos señalados en el apartado dedicado al enfoque cultural en comunicación. Congruente con su objetivo general, el ciclo superior del programa de estudios de la Licenciatura en Comunicación y Cultura está estructurado a partir de cinco ejes temáticos: Comunicación, Cultura, Metodología, Comunicación Aplicada y Práctica en Medios.

Los dos primeros ejes son los sustantivos, en tanto que soportan más genéricamente la conceptualización del Plan, a partir del binomio “Comunicación – Cultura”. Estos ejes son anudados por el de *metodología*, el cual no sólo agrupa las técnicas y métodos para la producción del conocimiento, sino que también hace una apuesta por profundizar y dar autonomía a la investigación en comunicación mediante las dimensiones que se exploran en cada renglón: producción-expresión-interpretación. Los ejes de *Comunicación aplicada* y *Práctica en medios* corresponden a niveles lógicos menores, pero no por ello menos importantes, ya que en éstos opera la dimensión más visible y práctica de la formación.

De esta forma podemos observar tres niveles lógicos. Uno general (Comunicación y Cultura), uno intermedio (Metodología) y dos de corte más empírico: el dedicado a los campos profesionales y campos de acción social (Comunicación aplicada) y el que se centra en las herramientas, instrumentos, códigos y lenguajes para producir mensajes, contenidos y expresiones (Práctica en medios).

Por las características de este texto, nos detenemos en la presentación de los tres primeros ejes. En el eje de *Comunicación* se ofrecen los fundamentos teóricos y espacios conceptuales más importantes para el estudio de los fenómenos de comunicación. Cada uno de ellos se ubica en los contextos que los produjeron, se estudian sus principales autores, los aportes al pensamiento y a la producción de conocimientos científicos en materia tanto de medios de información, como de difusión, expresión, interacción y estructuración. En el eje de *Cultura* se estudian las principales teorías de la cultura para que el egresado desempeñe sus actividades profesionales asumiendo a la cultura como un campo de disputa de los significados de la realidad, de la historia y de los procesos sociales. Se estudian tanto las corrientes de estudios culturales en Europa y Estados Unidos como en América Latina y México. Con ello el estudiante accederá a los conceptos teóricos necesarios para orientar las producciones en comunicación acorde con las imágenes culturales e identitarias de los grupos sociales. Por su parte, el eje de *Metodología* forma a los estudiantes para la apropiación de habilidades metodológicas y técnicas para el abordaje de fenómenos comunicativos diversos, de ahí que además de materias que presentan las particularidades de la metodología cuantitativa y cualitativa, se ofrezcan también materias de investigación de medios e investigación en las áreas de la comunicación interpersonal y de la investigación sociocultural.

El diseño curricular hace énfasis en los contenidos teóricos que propicien la capacidad crítica para analizar e intervenir en los procesos de comunicación y cultura. No obstante, ha sido una preocupación central el lograr un balance entre la teoría y su aplicación práctica como un requisito indispensable para el logro de aprendizajes significativos. Es más, pretendemos que mediante el establecimiento de convenios podamos ofrecer a los estudiantes de esta licenciatura la posibilidad de desarrollar prácticas profesionales, o incluso actividades laborales, en empresas u organizaciones cuya actividad se inserte en el campo de la comunicación y la cultura.

Las materias del eje de *Comunicación* son las siguientes: Enfoques Funcionalistas en Comunicación (4° semestre), Enfoques Críticos en Comunicación (5° semestre), Enfoques Estructuralistas en Comunicación (6° semestre) y Enfoques Sistémicos en Comunicación (7° semestre). Como se puede observar, se plantean los cuatro enfoques principales de la Ciencia de la Comunicación, y en todos los casos se hace énfasis en la utilidad de los conocimientos teóricos, que además de ser presentados de forma expositiva por el docente – facilitador, se relacionan constantemente con las materias de metodología para que los estudiantes sepan vincular el conocimiento teórico que aprenden con la posibilidad de realizar investigaciones empíricas al respecto. De aquí destacaríamos, sobre todo, la existencia de una materia específica sobre el enfoque sistémico de la comunicación, que en la mayoría de licenciaturas suele estar relegado a un segundo plano, o incluso no estar presente.

En lo que respecta al eje de *Cultura*, éste está formado por las siguientes materias: Ensayismo Latinoamericano y Transdisciplinariedad (4° semestre), Estudios Poscoloniales y Sub-alternidad en América Latina (5° semestre), Estudios Culturales en Comunicación (6° semestre), Crítica a la Ilustración (7° semestre) y Cultura y Poder (8° semestre). Todas estas materias están atravesadas por un objetivo transversal, la reflexión sobre la teoría cultural, desde distintos puntos de vista y enfoques, que van desde lo local hasta lo histórico, desde lo propio latinoamericano hasta la recuperación de los enfoques anglosajones y europeos críticos -nos referimos, con esto último, a la Escuela de Frankfurt- que tanto han aportado a la reflexión cultural de la comunicación. En las materias se proponen categorías teóricas para el análisis y la reflexión en torno a fenómenos actuales. Así, al igual que en el eje de

comunicación, los estudiantes aprenden la teoría para tener más y mejores elementos de análisis empírico de la realidad social.

3.1. El perfil de egresado de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la UACM

La Academia de Comunicación y Cultura persigue que sus estudiantes se formen en conocimientos, habilidades y actitudes concretas. En cuanto a los *Conocimientos*, se plantea que los estudiantes, al terminar la licenciatura, sean capaces de:

- Comprender el lenguaje como un sistema de signos y a la vez como una herramienta creativa que al actualizarse permite desarrollar distintas visiones del mundo.
- Comprender la relación entre lenguaje, cultura y comunicación como unidad integral.
- Investigar con rigor los diversos procesos de comunicación en el plano de la cultura y las dimensiones culturales de los fenómenos de comunicación.
- Integrar los saberes de distintas disciplinas en el campo de las Ciencias Sociales y de la Cultura (Antropología, Sociología, Política, Historia...) para lograr un saber más complejo sobre los procesos de significación.
- Ubicar y analizar socio-históricamente la conformación de comunidades simbólicas y la emergencia de identidades diferenciadas en la ciudad de México y en el país.
- Obtener los conocimientos fundamentales, el manejo de las técnicas, los códigos y sus lenguajes para desempeñarse como comunicador en los medios de difusión masiva.
- Diagnosticar, evaluar, planear y desarrollar programas en comunicación y cultura en distintos ámbitos sociales.

En lo que a actitudes se refiere, la Licenciatura en Comunicación y Cultura pretende que los estudiantes sean capaces de:

- Reflexionar y criticar los desafíos que implique el ejercicio de la comunicación, tanto en su vertiente práctica (trabajo profesional en medios de comunicación) como en su dimensión teórico-conceptual.
- Respetar las diferencias y de comprensión hacia la diversidad humana.
- Responsabilidad ante el propio aprendizaje, que asumirá como un proceso continuo de actualización más allá de su etapa universitaria.
- Visión y perspectiva social del conocimiento y su aplicación, desde su compromiso como miembro de una comunidad, una sociedad y una ciudad.
- Disposición de colaboración y participación, con un sentido de gran respeto hacia la diversidad, un profundo sentido ético con su profesión.
- Valoración del otro en tanto ser humano con profundo respeto de su dignidad humana.
- Sensibilidad a los fenómenos de la realidad social. Atención a los cambios sociales y culturales.
- Interés por el análisis de los fenómenos socio-culturales; los discursos, mensajes y expresiones que sus actores producen.

Por último, en términos de habilidades prácticas, planteamos la necesidad de formar a estudiantes capaces de:

- Relacionar y aplicar las diversas teorías de la comunicación y de la cultura a fenómenos socioculturales concretos.
- Aplicar los diversos métodos y técnicas de investigación de la comunicación y la cultura para intervenir en fenómenos concretos.
- Fundamentar la práctica profesional de la comunicación desde principios teóricos, analíticos y éticos.
- Diagnosticar, planear, producir y ejecutar proyectos de comunicación.

- Analizar los sistemas de mensajes que producen y reciben los actores de los procesos de comunicación (interpersonal, grupal, colectivo, virtual...).
- Manejar las técnicas para producir mensajes gráficos, escritos, sonoros y audiovisuales para los distintos campos profesionales de la comunicación.
- Manejar adecuadamente de la expresión corporal, oral y escrita para los distintos contextos en los que las desee aplicar.
- Dominar las habilidades básicas de pensamiento
- Trabajar en equipo y aplicar técnicas básicas para la comunicación interpersonal y personal (saber escuchar, retroalimentar, confrontar, resolver conflictos...)

El siguiente mapa curricular sintetiza las materias del Ciclo Superior de la Licenciatura en Comunicación y Cultura. En él se puede observar la secuencia de las materias, de forma horizontal, así como los posibles vínculos entre las materias en cada semestre, lo cual implica una lectura transversal.

Figura 1. Mapa curricular de Ciclo superior

	4° Sem.	5° Sem.	6° Sem.	7° Sem.	8° Sem.	9° Sem.
Comunicación	Enfoques funcionalistas en comunicación	Enfoques críticos en comunicación	Enfoques estructuralistas en comunicación	Enfoques sistémicos en comunicación		Seminario de titulación
Cultura	Ensayismo Latinoamericano y transdisciplinariedad	Estudios poscoloniales y subalternos	Estudios culturales en comunicación	Crítica a la Ilustración	Cultura y Poder	
Metodología	Metodología cuantitativa	Metodología cualitativa	La investigación de la producción, los discursos y la recepción de los medios de comunicación	<i>Métodos para el análisis de procesos de comunicación interpersonal</i> <i>Métodos para el análisis de procesos socioculturales</i>	Seminario de diseño de proyectos de titulación	

Comunicación Aplicada	<i>Publicidad y propaganda</i>	<i>Planeación de la comunicación</i>	<i>Comunicación política</i>	<i>Comunicación para el desarrollo</i>	<i>Ética y comunicación</i>	
	<i>Comunicación organizacional e institucional</i>	<i>Comunicación y educación</i>	<i>Gestión cultural y comunicación</i>	<i>Comunicación intercultural</i>	<i>Arte y comunicación</i>	
Práctica en medios	<i>Medio radiofónico</i>	<i>La radio: medio de expresión</i>	<i>Fotografía básica</i>	<i>Práctica fotográfica</i>	<i>Medios audiovisuales</i>	<i>Video experimental</i>
	<i>Periodismo escrito: géneros informativos</i>	<i>Periodismo literario y de investigación</i>	<i>Comunicación gráfica y diseño editorial</i>	<i>Producción editorial</i>	<i>Nuevas tecnologías de información y comunicación</i>	<i>Diseño y creación de productos multimedia</i>

Como se puede observar, son un total de nueve las materias propiamente teóricas que los estudiantes cursan a lo largo de la licenciatura, cuatro del Eje de Comunicación y cinco del Eje de Cultura. Vale la pena destacar que ambos grupos de materias tienen su lado práctico, o al menos objetivable, en las materias del Eje de Metodología, en el cual, como ya se apuntó anteriormente, los estudiantes eligen objetos de estudio ya conceptualizados en las materias teóricas. Los otros dos ejes, Comunicación Aplicada y Práctica en Medios, no son tampoco ajenos del todo a la teoría. El primero, porque aunque aborda la dimensión aplicada de la comunicación, plantea la necesidad de que los estudiantes construyan proyectos de aplicación y/o intervención con marcos teóricos-conceptuales debidamente realizados. El segundo, porque pese a que pretende formar a los estudiantes en habilidades prácticas para desempeñarse como profesionales de los medios de difusión masiva, aborda al inicio de cada curso aspectos históricos y conceptuales de los medios.

El último semestre está casi exclusivamente dedicado a la elaboración de un trabajo para titulación. Aquí vale la pena comentar que son tres las posibilidades que la Academia ofrece para que los estudiantes se titulen. La primera consiste en el desarrollo de un trabajo de investigación o tesis, en el sentido tradicional de la palabra. La segunda consiste en un plan de comunicación para ser implementado en alguna institución. Y la tercera consiste en un producto mediático terminado, que en todo caso debe ir acompañado de un proyecto de sustento. En los tres casos se pone énfasis en la construcción de conocimiento original, así como en la revisión de literatura pertinente para el desarrollo del objeto de estudio en cuestión.

4. Cierre sintético

A lo largo de esta ponencia se han presentado los principios generales que sustentan la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Como se ha podido ver, el plan de estudios se inserta en el que hemos denominado *Enfoque Cultural de la Comunicación*, en el que se articulan dos áreas de reflexión que consideramos fundamentales para la formación de los comunicólogos: la Comunicación y la Cultura. Los egresados de esta licenciatura estarán formados no sólo para ser productores de mensajes mediáticos, sino, y más importante, para ser constructores de conocimiento sobre las realidades comunicacionales y culturales en las que están inmersos.

Como se ha podido ver, la teoría deja de ser vista como la exposición lineal de conceptos, autores y fechas. Nos parece más importante ver la utilidad práctica de la teoría, que en los niveles de licenciatura consideramos debe ser vista como un instrumento de comprensión, interpretación e intervención de la realidad social.

BIBLIOGRAFÍA

ANUIES (2002), *Anuario Estadístico*, ANUIES, México.

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

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

_____ (2000), “Escuelas de comunicación: ¿un imaginario social?”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 63, FMB, México, pp. 19-26.

_____ (2001), “La formulación académica de profesionales ante las tecnologías informativas”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 69, FMB, México, pp. 30-34.

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

Fuentes Navarro, Raúl (1991), *Diseño Curricular para las Escuelas de Comunicación*, Trillas, México.

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

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

_____ (2003), *La investigación académica sobre comunicación en México. Sistematización documental 1995-2001*, ITESO, Guadalajara.

Galindo, Jesús (1987), *Movimientos sociales y cultura política. Discurso, conciencia, historia*, Universidad de Colima, México.

_____ (1994), *La cultura mexicana de los ochenta*, Universidad de Colima, Colima.

_____ y Carlos Luna (coords.) (1995), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*, CONACULTA, México.

_____ (2003), *Notas para una comunicología posible: elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica*, [en línea, febrero 2003], disponible en <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>

García-Canclini, Néstor (1995), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México.

————— (coord.) (1998), *Cultura y comunicación en la ciudad de México. Primera parte. Modernidad y multiculturalidad: la ciudad de México a fin de siglo*, UAM-Iztapalapa/Grijalbo, México.

González, Jorge (comp.) (1998), *La cofradía de las emociones (in)terminables*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara.

Martín Barbero, Jesús (1987), *De los medios a las mediaciones*, Gustavo-Gili, Barcelona.

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