



# RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Tópicos de Comunicación

[Sobre la Revista](#)

[Contribuciones](#)

[Directorio](#)

[Buzón](#)

[Búsqueda](#)

Febrero - Marzo  
2002

## El imaginario social del comunicador: Una propuesta de acercamiento teórico<sup>1</sup>

Número Actual

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Novedades

Ediciones Especiales



Carr. Lago de  
Guadalupe Km. 3.5,  
Atizapán de Zaragoza  
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13  
Fax. (52) 58 64 56 13

Por [Claudia Benassini](#)  
Número 25

### INTRODUCCION

Hace más de cincuenta años, se iniciaron en México las primeras carreras de Periodismo, Publicidad<sup>2</sup> y Comunicación. En su momento, lejos estaban sus fundadores -Carlos Septién García, Ethiel Cervera y José Sánchez Villaseñor, respectivamente- de pensar que, además de formar futuros profesionales que se insertarían en diversos campos, sus proyectos -junto con otros que aparecieron más adelante- también se transformarían en un imaginario<sup>3</sup> social genéricamente identificado como "Escuelas de Comunicación". Actualmente, con más de treinta nombres y el dato impreciso de más de 56,000 alumnos inscritos, estas licenciaturas ocupan el octavo lugar en demanda a nivel nacional<sup>4</sup>. De igual forma, los espacios profesionales concebidos por sus fundadores -sobre todo los medios de comunicación- se han multiplicado tanto por iniciativa de sus egresados como por las necesidades mismas de la profesión. No obstante, y a pesar de que se habla de "saturación", a nivel nacional la presencia más significativa de los egresados es en los medios de comunicación, particularmente la prensa, la radio y la televisión, así como en la publicidad.

Por otra parte, una mirada a cuarenta planes de estudio tomados al azar muestra grandes semejanzas entre perfiles de ingreso y egreso, currículos y campo de trabajo en el que se insertarán los futuros profesionales. Salvo excepciones que comienzan a explorar otras alternativas, persiste el énfasis en la preparación en los campos que son ocupados significativamente por los egresados; el supuesto sería válido *siempre y cuando estuviera respaldado por un seguimiento de egresados que diera cuenta de a nivel local y/o regional hubiese demanda de estos profesionales a mediano y largo plazo*. Con ello hemos contribuido a alimentar el imaginario social de la comunicación desde nuestras carreras, mismo que a su vez suelen sostener tanto los aspirantes a nuevo ingreso como los alumnos, al menos durante el tiempo de su estancia en la institución y muchas veces durante su vida profesional, así como los docentes y directivos. A este panorama cabe añadir que, desde hace ya varios años, los citados campos profesionales y otros que se han abierto -como la Comunicación Organizacional y la Promoción, entre otros- se ocupan de manera creciente por egresados de licenciaturas a veces afines y a veces incompatibles al menos a primera vista<sup>5</sup>, a la vez que comienzan a aparecer egresados de licenciaturas de más reciente expansión -como Relaciones Internacionales- que también compiten con los comunicadores en diversos campos profesionales.

De igual forma, aún cuando no puede negarse que las Escuelas de Comunicación preparan egresados que se insertarán en campos profesionales más allá de los medios de comunicación y la publicidad, el imaginario de los empleadores suele mantenerse en dichos campos. Es decir, ubican a los comunicadores trabajando en los medios -en el mejor de los casos en la publicidad- y no lo identifican en una empresa, sea cual sea su

carácter<sup>6</sup>. Aunado a esta perspectiva, es creciente el número de empleadores que, conociendo las características y la formación del comunicador, reconocen que no está dotado de los conocimientos, competencias y habilidades requeridas para formar parte de su empresa, por lo que prefieren contratar a egresados de otras licenciaturas<sup>7</sup>. En suma, en el imaginario de los empleadores los comunicadores o están en los medios campos o simplemente los ubican fuera de su empresa. Cabe destacar que estas miradas todavía no son generalizadas, tal como lo muestran las estadísticas de egresados en activo dentro de la profesión que obran en poder de cada institución que forma comunicadores<sup>8</sup>.

Frente a este panorama, desde la década pasada diversas escuelas de comunicación han emprendido estudios colectivos e individuales que pretenden acercarse a la explicación cabal de estos fenómenos. Asimismo, el tema se ha discutido ampliamente en foros locales, regionales y nacionales organizados por diversas instituciones. Sin embargo, buena parte de estos esfuerzos permanece en el nivel descriptivo, es decir, carece de consideraciones teóricas que permita contextualizar y analizar el problema, así como una ulterior reflexión sobre sus implicaciones cabales a corto, mediano y largo plazo. Los siguientes apartados de este ensayo se dedicarán a una propuesta que puedan retomar los interesados. Dicha propuesta tiene un carácter provisional, en la medida en que los enfoques y los autores seleccionados constituyen tan sólo un punto de partida que para muchos puede ser considerado como parcial. De ahí la importancia de socializarla con miras a la contribución a la discusión teórica sobre el tema.

Un ejercicio teórico como el que aquí se propone supone no caer en la complacencia y en la parcialidad, como sería abordar el tema exclusivamente desde el imaginario sin considerar sus imbricaciones con la realidad. Ambos acercamientos son dialécticos y no antagónicos, puesto que la construcción de imaginarios se hace a partir de una realidad, misma que a su vez contribuye a la explicación de dichas construcciones. De hecho esta relación es planteada por Eduardo Colombo (1993:7-8):

La imaginación, lo imaginario, evoca en su acepción corriente la producción de ilusiones, símbolos, quimeras, evasiones siempre de la dura realidad de los hechos. El mundo imaginario, así definido por la tradición estética o científica, queda reservado al dominio de la literatura, de la poesía o de las artes. **A lo imaginario se opone, entonces, la realidad. Y como el poder político se ocupó siempre de organizar las relaciones sociales y económicas, el mundo moderno le cede lo real como campo de acción, le otorga como instrumento la razón despojada de falsas creencias e ilusiones, y como ley el "realismo político"**<sup>9</sup>.

En consecuencia se han seleccionado dos perspectivas teóricas: el "imaginario", desarrollada por Eduardo Colombo y Cornelius Castoriadis y la sociología fenomenológica de Peter Berger y Thomas Luckmann. La primera permitirá ir de lo lúdico a la construcción simbólica del imaginario. La segunda lleva de la construcción simbólica del imaginario a las preguntas sobre nuestro quehacer como Escuelas de Comunicación, tanto en el marco de las tareas y preocupaciones colectivas, por ejemplo los procesos de Acreditación y Certificación, como en el de nuestra propia cotidianeidad<sup>10</sup>.

### **I.- PRIMERA PERSPECTIVA: LA CREACION DEL IMAGINARIO SOCIAL**

El punto de partida es **"lo imaginario" como producción de ilusiones, símbolos, quimeras, evasiones de la dura realidad de los hechos**". Sin embargo, Colombo (1993:29) advierte que el término se ha desvirtuado, pues no es "imagen de". **Es creación incesante y esencialmente indeterminada (social-histórica y psíquica) de figuras/formas/imágenes, y sólo a partir de éstas puede tratarse de 'algo'. Lo que llamamos 'realidad' y 'racionalidad' son obras de esta creación"**<sup>11</sup>. De aquí que el imaginario social del comunicador

cuenta con una especificidad propia, cuya creación como totalidad abstracta depende de particularidades tanto espacio-temporales como individuales. Es decir, se trata del cúmulo de historias de vida de los diversos actores que han participado directa e/o indirectamente en dicha creación. De manera directa intervienen las escuelas de comunicación, mediadas por dimensiones espaciales -como la ubicación geográfica- y temporales, como los momentos coyunturales que forman parte de la biografía institucional construida por autoridades y académicos ubicados en momentos particulares de dicha biografía -que orientan la estructuración y sucesivas reformas curriculares-, así como los egresados que a su biografía *exitosa* sumen los estudios cursados en una determinada institución. Indirectamente intervendrán las miradas individuales de estudiantes y futuros aspirantes, así como la trayectoria los profesionales *empíricos* o de formación distinta a la del comunicador que se incorporará al cúmulo creativo del imaginario.

En consecuencia, independientemente de la formación de los profesionales de la comunicación, sea o no universitaria, contribuye también a la creación del imaginario del ejercicio profesional, sobre todo en los campos "tradicionales" que son los privilegiados en la formación de comunicadores. Asimismo, su papel en el proceso tiene dimensiones espacio-temporales similares, determinadas por su participación en los diversos momentos de la construcción de un campo profesional particular, misma que a su vez determinará su peso en momentos coyunturales de la creación del imaginario social.

Esta primera mirada nos conduce al plan o proyecto<sup>12</sup> de vida -según el caso- desde la perspectiva de los diversos actores: estudiar una carrera y ejercerla en el ámbito previamente seleccionado; planearla orientada a la formación de futuros comunicadores que se inserten profesionalmente en los campos trazados; ser docente e investigador en las áreas seleccionadas; formar una empresa propia con los amigos... en suma: hacer lo que realmente queremos hacer. Por consiguiente, y siguiendo a Colombo (1993:17), el "imaginario comunicación" se une con otras palabras, pasa de la periferia al centro y adquieren su propio peso conceptual. "El imaginario social como un descentramiento del pensamiento moderno que anula la dicotomía esencialista entre lo real y lo imaginario para desplazar sus fronteras recíprocas al interior del espacio semántico de la realidad"<sup>13</sup>.

**1. Del imaginario social al imaginario radical.** Si el imaginario social del comunicador es efectivamente la creación colectiva de particularidades espacio-temporales e individuales producto de las biografías individuales de actores tan diversos como las escuelas de comunicación y sus actores, los egresados y el campo profesional, sobre todo el "tradicional", *podríamos* estar frente a lo que Castoriadis denomina *imaginario radical*, "porque la imagen está siempre articulada a la significación dentro de un sistema simbólico. El imaginario configura el vehículo sensible en la constitución del signo portador de la función significante o simbólica. Esta articulación es la materia del símbolo, materia que persiste aún como traza en la osamenta descarnada del algoritmo" (Colombo, 1993:17).

En los planes o proyectos de vida anteriormente esbozados están presentes diversos sistemas simbólicos en los diversos actores que contribuyen a la creación del imaginario radical, cuya constante es la comunicación en sus diversas modalidades y en diversas etapas de la vida, mismos que son socializados entre los diversos grupos de referencia. No obstante, el proceso suele ser dialéctico: de la comunicación intrapersonal a la interpersonal y viceversa, de la comunicación interpersonal a la grupal y viceversa, de la comunicación interpersonal a los medios y viceversa, o bien, otras modalidades más particulares, producto de las ya esbozadas. No obstante, como se verá enseguida, en el proceso de socialización no todos los sistemas simbólicos en

juego tienen la misma fuerza, misma que contribuye a la creación del imaginario radical.

**2. Los imaginarios efectivos.** De acuerdo con Colombo (1993:54), entre los imaginarios social y radical median los *imaginarios efectivos*:

El mundo social se constituye y se articula cada vez en función de un (universo de significaciones), y estas significaciones existen, una vez constituidas, en la modalidad de lo que llamamos el imaginario efectivo (o lo imaginado). Sólo con referencia a estas significaciones estamos en condiciones de entender la "elección" que cada sociedad hace de su simbolismo, en particular su simbolismo institucional, así como los fines a los que subordina la "funcionalidad". Indiscutiblemente sometida a los constreñimientos de lo real y lo racional, inmersa siempre en una continuidad histórica y, por consiguiente, codeterminada por lo que ya estaba ahí, trabajando siempre con un simbolismo ya dado y cuya manipulación no es libre, la producción de dichas significaciones no puede ser exhaustivamente reducida a uno de estos factores o al conjunto de ellos. No puede serlo, porque ninguno de esos factores puede desempeñar el papel de aquéllas, ni 'responder' a las preguntas a las que ellas "responden"<sup>14</sup>

Por lo tanto, el imaginario efectivo de la comunicación estará vinculado al particular simbolismo de cada uno de los actores y, en consecuencia, el cúmulo de simbolismos institucionales supone la funcionalidad y por lo tanto la efectividad del imaginario de la comunicación. Si esto fuera así, podríamos hablar de un imaginario radical de la comunicación. Sin embargo, como ya se comentó en el apartado anterior, no todos los sistemas simbólicos en juego tienen la misma fuerza. Los medios de comunicación ocupan un lugar preponderante en la creación de los imaginarios, no sólo por la vitalidad de sus sistemas simbólicos empleados en la construcción de la realidad social como -siguiendo a Colombo- creación de lo imaginario, sino también por la fuerza de los comunicadores en tanto sistemas simbólicos. No sucede lo mismo en el caso de las instituciones dedicadas a la formación de profesionales, cuyas construcciones simbólicas individuales y espacio-temporales no son homogéneas y suelen estar mediatizadas por las previas.

Dicho de otra manera, *no todas las escuelas de comunicación colaboran con la misma intensidad en la creación del imaginario efectivo*; incluso, esta participación no necesariamente supone que son las mismas instituciones las que han formado parte de este proceso desde su inicio hasta la época actual. De hecho, si bien estas últimas han incorporado a las primeras en el cúmulo de sus simbolismos institucionales con la consecuente funcionalidad. No puede afirmarse lo mismo en el sentido inverso puesto que, tal como se destacó en la Introducción, salvo excepciones individuales ubicadas en contextos espacio-temporales particulares, estudiar comunicación no garantiza *per se* el ingreso al campo profesional. De hecho, abundan los empleadores y comunicadores que en foros públicos sostienen que contratan a egresados de otras licenciaturas o bien, que no es necesario pasar por una escuela de comunicación para desempeñarse profesionalmente en el campo.

**3. Imaginario y construcción de sistemas simbólicos.** El proceso es mucho más complejo de lo que parece a simple vista. Las construcciones simbólicas y las espacio-temporales suelen entrecruzarse; el resultado es justamente la creación del imaginario efectivo y no uno radical, por lo menos en este momento. Adicionalmente, en este proceso interviene la manera en que aprehendemos la realidad, misma que nunca es directa e inmediata; contiene siempre una parte de construcción, de interpretación, de selección.

La mediación está dada por el signo significante o símbolo. El universo humano es un orden simbólico. A niveles diferentes el mito, la institución y el fantasma van a integrarse como formas particulares de lo simbólico. La concepción de un imaginario radical ligado constitutivamente a la función simbólica es el instrumento necesario a la reapropiación de ese excluido por excelencia de la práctica colectiva que es el principio instituyente, inmanente a lo social, en una palabra, al Hombre mismo" (Colombo, 1993:17-18).

En este sentido, quizá el sistema simbólico que suele determinar el plan o el proyecto de vida -y en consecuencia el más importante- es el de los medios de comunicación<sup>15</sup> y el imaginario de estar en ellos por medio de diversas maneras: desde la presencia profesional ("me gustaría ser como...", "quisiera tener mi propio programa, mi propio periódico o mi propia agencia...") hasta la trascendencia mediante la formación de quienes participarán de su quehacer ("fue mi alumno...", "estudiate; adelante adquiriría un perfil diferente; posteriormente como "Comunicación Interna", ya separado del que le diera origen y, de unos años a la fecha, como "Comunicación Organizacional". Sin embargo, cabe preguntarse hasta qué punto las Escuelas de Comunicación han contribuido a la construcción de este sistema simbólico, puesto que es un ámbito en el que, salvo excepciones, se ha comenzado a incursionar activamente en su enseñanza, misma que supone, adicionalmente, la presencia de docentes capacitados y con experiencia profesional en el ámbito.

Por su parte, el sistema simbólico de la Tecnología reviste al menos dos mediaciones, producto del proceso de conversión de los sistemas análogos a digitales. La primera es con los medios de comunicación; la digitalización ha multiplicado las posibilidades de transmisión y recepción de las señales radiofónicas y televisivas; en consecuencia, han aumentado las posibilidades de acceso tanto por los usuarios como por el mercado laboral. En consecuencia, en este ámbito la tecnología comparte el sistema simbólico de los medios de comunicación, puesto que la mayoría de las Escuelas de Comunicación cuentan con equipo análogo; por lo tanto, esta última práctica se desarrolla en el campo profesional. La segunda mediación, es la que se vincula a Internet y a sus posibilidades de acceso igualmente por los usuarios y el mercado laboral, que gradualmente ha abierto sus espacios a los profesionales de la comunicación. Sin embargo, como en la Comunicación Organizacional, cabría preguntarse sobre el papel de las Escuelas de Comunicación en la construcción del sistema simbólico de la segunda mediación tecnológica, toda vez que la mayoría de las instituciones presentan carencias de equipo y de docentes capacitados para formar egresados que puedan incursionar en este campo profesional.

Por consiguiente, en la construcción de los tres sistemas simbólicos anteriormente descritos intervienen de manera desigual las Escuelas de Comunicación -mismas que a su vez tienen un papel igualmente desigual en este proceso- y los campos profesionales. Sin embargo, cabe destacar que al menos inicialmente los sistemas simbólicos han sido contruidos por los profesionales de los respectivos campos. En consecuencia, la pregunta es hasta dónde han contribuido las Escuelas de Comunicación en este proceso; la respuesta es parcial aunque afirmativa, sobre todo si existe la mediación de los docentes con experiencia profesional en los respectivos campos. De manera igualmente parcial, puede añadirse que a esta construcción han contribuido los egresados de comunicación ubicados en diversos momentos en la misma dimensión espacio-temporal en la que se crean los imaginarios. Finalmente, los procesos de construcción de sistemas simbólicos y de creación de los imaginarios están mediados por la construcción, selección e interpretación e interpretación de la realidad; en suma, de las maneras en como la aprehendemos.

## **II.- SEGUNDA PERSPECTIVA. LA CONSTRUCCION SOCIAL DE LA REALIDAD**

De acuerdo con Peter Berger y Thomas Luckmann (1989:44) la realidad se inserta en una dimensión espacial, pues posee un cuerpo social en virtud de que nuestra zona de manipulación se intersecta con la de los otros, y temporal, más importante que la anterior: la temporalidad es propiedad intrínseca de la conciencia, cuyo torrente está ordenado temporalmente. Adicionalmente, la realidad se presenta al individuo como tal; en

consecuencia, se entretiene con el imaginario en esa dimensión espacio-temporal y se vincula con las dimensiones individuales. Se alimentan mutuamente; es una realidad interpretada por el hombre, para quien tiene el significado subjetivo de un mundo coherente. De aquí la importancia de acercarse a los procesos de construcción social de la realidad y a su interrelación con la creación del imaginario.

### **1. Los procesos de institucionalización y legitimación.-**

Desde hace ya varias décadas, las Escuelas de Comunicación - enmarcadas en la educación superior- atraviesan por un proceso de institucionalización de sus prácticas educativas. De acuerdo con Berger y Luckmann (1989:75), este proceso

*...aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores. Dicho de otra forma, toda tipificación es una clase de institución. Lo que hay que destacar es la reciprocidad de las tipificaciones institucionales y la tipicalidad no sólo de las acciones, sino también de los actores en las instituciones. Las tipificaciones de las acciones habitualizadas que constituyen las instituciones siempre se comparten, son accesibles a todos los integrantes de un determinado grupo social y la institución misma tipifica tanto a los actores individuales como las acciones individuales.*

George Ritzer añade que bajo el proceso de institucionalización se construye el sentido de la realidad social. En él se encuentra la externalización que llevan a cabo los individuos y que permite "el desarrollo de pautas habituales de acción e interacción en situaciones recurrentes. La vida sería imposible sin la existencia de hábitos. Sería sumamente difícil decidir una acción apropiada para cada nueva situación" (Ritzer, 1993:284). En suma, la institución es un proceso recíproco de tipificación, que también conlleva un carácter controlador, al establecer "pautas definidas de antemano que lo canalizan en una dirección determinada en oposición a las muchas otras que podrían darse teóricamente" (Berger y Luckmann, 1989:76). La categoría "institucionalización" propuesta por los autores complementa la afirmación de Castoriadis (1993:50 y ss), en el sentido de que las instituciones no pueden comprenderse únicamente como redes simbólicas: forman una red simbólica que a su vez remite al simbolismo<sup>17</sup>. Aquí aparece una primera vinculación entre realidad e imaginario.

En consecuencia, el punto central es analizar si las prácticas educativas y profesionales del comunicador están institucionalizadas, sin perder de vista que cada una está inserta en la institución a la que pertenece y, como práctica concreta, en su propio proceso de institucionalización. En este sentido, desde que se iniciaron las Escuelas de Comunicación en México, la enseñanza a nivel superior estaba en vías de institucionalizarse, debido al proceso de habitualización<sup>18</sup>. Es decir, sus acciones se habían repetido más de una vez y, al ser observadas por el otro, eran vistas como tipificaciones: los trámites de ingreso, los periodos de inscripción, la asistencia a clases y el uso del tiempo libre son ejemplos de esta tipificación. Evidentemente, en este momento hay Escuelas de Comunicación que se encuentran ya institucionalizadas, mientras que otras están en este proceso.

Por su parte, el periodismo y la publicidad como prácticas profesionales estaban ya institucionalizadas, mientras que la radio y las relaciones públicas estaban en proceso. La televisión en tanto práctica profesional todavía no estaba institucionalizada, puesto que se inició formalmente en 1950, con una programación derivada de la prensa y de la radio y muy poca propia del medio<sup>19</sup>. Sin embargo y por obvias razones, en los inicios de la institucionalización de las prácticas profesionales del comunicador las Escuelas de Comunicación no tuvieron intervención alguna. Quedaría por ver si su papel contribuyó a este proceso y en qué medida.

Igualmente, las carreras de Comunicación se encuentran en un proceso de legitimación que comparten con otras. Berger y Luckmann (1989:122) destacan que este proceso

*"explica" el orden institucional atribuyendo validez cognoscitiva a sus significados objetivados. La legitimación justifica el orden institucional adjudicando dignidad normativa a sus imperativos prácticos. Es importante comprender que la legitimación tiene un elemento tanto cognoscitivo como normativo. No sólo es cuestión de valores; implica también "conocimiento". No sólo indica al individuo por qué debe realizar una acción y no otra; también le indica por qué las cosas son lo que son. En otras palabras, el "conocimiento" precede a los "valores" en la legitimación de las instituciones<sup>20</sup>.*

*Es decir, para los autores (Op.Cit.:84), la realidad del mundo social adquiere mayor masividad en el curso de su transmisión. Sin embargo, esta realidad es histórica y la nueva generación la recibe como tradición, más que como recuerdo biográfico. El significado original de la institución les resulta inaccesible por la memoria y debe explicarse por diversas formas de legitimación, coherentes y amplias en términos del orden institucional, si pretenden llevar la convicción a las nuevas generaciones. Por lo tanto, en el mejor de los casos, entre 1950 y 1960 la legitimación de la práctica educativa estaba en un nivel incipiente, que se presenta cuando se transmite un sistema de objetivaciones lingüísticas de la experiencia humana. Es preteórico y se considera como fundamento del conocimiento.*

*No obstante durante la primera década, correspondiente a las Escuelas de Periodismo, a este campo y a los otros podía accederse por la vía de la formación empírica o por estudios profesionales realizados en otras áreas. Por lo tanto, nuevamente en el mejor de los casos, la profesión había pasado de la legitimación incipiente al nivel de las proposiciones teóricas rudimentarias, o esquemas explicativos sobre grupos de significados objetivos. Se trata de un nivel muy pragmático, relacionado con acciones concretas.*

*En consecuencia, ambos procesos de legitimación, educativo y profesional, no se encontraban presentes durante la primera etapa. Habría que ver lo que sucede en etapas posteriores, es decir, si la práctica educativa del comunicador alcanza algún nivel de institucionalización y si accede a otros niveles de legitimación superiores al incipiente. Asimismo, si en la práctica profesional del comunicador, ya institucionalizada, incide directamente la formación obtenida en las licenciaturas y accede a otros niveles de legitimación.*

*Por otra parte, los objetivos de este trabajo rebasan el análisis sobre el momento de legitimación por el que atraviesa la profesión del comunicador. Sin embargo, como en el caso de la institucionalización, incorporar la legitimación complementa la discusión sobre el imaginario social del comunicador, al propiciar que los actores lo visualicemos desde la perspectiva de la realidad. En suma, la legitimación debe dar pie a un diálogo con el imaginario y a sus vinculaciones con las realidades espacio-temporales de los diversos actores. Sólo así comprenderemos su presencia y ausencia intermitentes y sólo así podremos tomar distancias igualmente intermitentes entre la realidad y el imaginario. No necesariamente se trata de reemplazar el primero por el segundo en una determinada etapa de la vida de los sujetos, sino de plantear ambos en un espacio y un tiempo, un aquí y un ahora. Todo esto en un tránsito de la complacencia a la crítica y ¿por qué no? viceversa.*

**2. Conocimiento, imaginario y realidad.-** De acuerdo con Colombo (1993:7-8), a lo imaginario se opone la realidad y, en consecuencia, es cortado por la ciencia. "Y como el poder político se ocupó siempre de organizar las relaciones sociales y económicas, el mundo moderno le cede lo real como campo de acción, le otorga como instrumento la razón despojada de falsas creencias e ilusiones, y como ley el 'realismo político'"<sup>21</sup>. En este sentido, nuevamente se apela a la Introducción para subrayar el papel de los diversos actores involucrados en el proceso, no sólo en la creación del imaginario social del comunicador, sino también en una construcción social de la realidad si ni falsa, al menos parcial. Siguiendo a Berger y Luckman (1989:60-62), para que dicha construcción fuese real -

*si esto es posible-, debería incluir la totalidad del cúmulo social de conocimientos a socializar, en este caso relacionados con la formación de comunicadores y su inserción en el mercado laboral. Dicho cúmulo social de conocimientos debería estar conformado al menos por los generados por las instituciones con respecto a su licenciatura, el cuerpo de conocimientos propio de la comunicación y la perspectiva de los empleadores.*

*Por lo que se refiere a la información/conocimiento generada por las instituciones con respecto a su licenciatura -y sin afán de generalizar-, cabe preguntarse si es veraz o simplemente atractiva para los estudiantes. Es decir, si se tiende a presentar los aspectos legitimados (prestigio institucional, profesorado, trayectoria de los egresados etc.), mientras se ocultan las carencias o limitaciones inherentes a nuestra práctica educativa (actualización curricular, situación de los laboratorios en materia de actualización de equipo y posibilidades de satisfacer las necesidades docentes) y las oportunidades reales de ejercicio de la profesión. Esto último en un auténtico diálogo con la sociedad para conocer sus demandas y con los empleadores, al menos en lo referente a los campos de trabajo, a la saturación de algunos y a la apertura de los nuevos; incluso, pareciera que en muchos casos ni siquiera hay diálogo con los egresados. En este sentido, el imaginario social suele alimentarse con una folletería atractiva, con imágenes de alumnos trabajando a sus anchas en los laboratorios, una tira de materias cuyos nombres -salvo los de los medios y algunas excepciones- no proporcionan mucha información y un campo de trabajo atractivo, pero incapaz de emplear a los cientos que anualmente egresan de nuestras escuelas.*

*Asimismo, también se ha incorporado parcialmente el cuerpo de conocimientos que se ha generado con respecto a la comunicación. Esto es producto de factores que van desde la apertura de carreras sin los mínimos para satisfacer las demandas de aprendizaje, la contratación de docentes improvisados y sin experiencia en el campo sobre el que imparten sus asignaturas y con problemas de actualización teórica. En consecuencia y en el mejor de los casos, la socialización de estos conocimientos suele llevarse a cabo en el mercado laboral. No sucede lo mismo con el cúmulo social de conocimientos propio de la Teoría de la Comunicación, mismo que no proporciona elementos para analizar la complejidad creciente de los fenómenos comunicativos y sus diversas modalidades. En casos extremos -que no son pocos- continúan socializándose el paradigma de Lasswell, el esquema Funcionalismo-Estructuralismo-Marxismo y la perspectiva del Imperialismo Cultural. Nuevamente en el mejor de los casos, estos conocimientos serán socializados a través de los Posgrados u otras modalidades de actualización profesional.*

*En este sentido, desde el imaginario cabe preguntarse si las Escuelas de Comunicación tienen un plan, un proyecto o un programa y desde dónde lo conciben. Al interior de las Escuelas de Comunicación alumnos, docentes y autoridades han contribuido a alimentar el imaginario de carrera, a través de una realidad parcial, construida a través de sus percepciones. Sin embargo, esta realidad difiere de la inconclusa inherente a lo cotidiano, que por naturaleza supone una construcción continua -nunca completa-, individual y colectivamente, por medio del conocimiento y la experiencia. El primero se ha incorporado parcialmente- y en consecuencia socializado parcialmente- por diversas razones como la ignorancia, el ocultamiento deliberado y una percepción de la realidad alimentada por el propio imaginario, o una combinación de las tres, a las que se suman otras de índole particular. La experiencia también se ha aprovechado parcialmente, sobre todo por los académicos que desempeñan roles profesionales, puesto que hablan desde la propia, que no necesariamente es una experiencia social y socializada. Por su parte, los académicos de tiempo han puesto su experiencia docente, básica en la socialización de conocimientos cuando está debidamente fundamentada. Sin*

*embargo, muchos no la tienen en el ejercicio profesional, o también es parcial igual que su percepción de la realidad.*

*En consecuencia, en el imaginario de las carreras de comunicación y afines construido desde las instituciones educativas, no necesariamente participan los empleadores. Su percepción de la realidad es diferente y se basa, al menos en parte, en el conocimiento y la experiencia que no han sido incorporados a la construcción del imaginario. Hay diferencias entre las estructuras de relevancia de ambas partes, que se hace presente al dar prioridad a competencias, habilidades e intereses diferentes. Una parte da preferencia a la formación -desigual, según las características de la institución educativa- de profesionales que se insertarán en los medios de comunicación -ya saturados-, la publicidad y las relaciones públicas. La otra parte no necesariamente se inclina por egresados con este perfil, sino por profesionales que puedan solucionar problemas inmediatos de diversa índole, en los que la comunicación funge como mediadora entre los actores participantes en dicha problemática.*

### **III.- CONSIDERACIONES FINALES: PARA SEGUIR ADELANTE**

*En este trabajo se ha intentado mostrar las imbricaciones entre imaginario y realidad de las Escuelas de Comunicación desde una mirada teórica. Uno y otra se complementan, en la medida en que se entrecruzan en las dimensiones espacio-temporales e individuales. Por lo tanto, constituyen un binomio únicamente separable para su estudio, aunque tarde o temprano uno u otro se enfrenten a su contraparte; ambos revisten una historicidad que debe incorporarse a su objeto de estudio que, por su complejidad, supone un trabajo colectivo que debe ser socializado. De aquí la importancia de que las conclusiones no se consideren como tales, sino como preguntas abiertas y sujetas a debate.*

- 1. Las perspectivas teóricas seleccionadas para abordar la creación del imaginario y la construcción de la realidad social pueden parecer parciales. De hecho lo son, pues la decisión obedece a razones de índole personal y de búsqueda de propuestas para pasar de un nivel descriptivo al analítico y reflexivo. De aquí la importancia de incorporar otros enfoques que contribuyan a enriquecer la discusión.*
- 2. El imaginario social del comunicador ha trascendido a quienes hemos considerado como sus principales creadores: académicos, alumnos, egresados y empleadores. Los medios de comunicación, como principales alimentadores de este imaginario, constituyen una entidad aparte que desde hace algunos años también alimenta a otros actores, principalmente a los empleadores a los empíricos y a estudiantes y egresados de otras licenciaturas, quienes buscan acceder a un mercado de trabajo que no se ha legitimado para los egresados de una profesión, sino para quienes cubran un perfil, independientemente de si tienen o no estudios.*
- 3. En este sentido, a los eventos institucionales locales y regionales organizados por académicos y estudiantes se invita a comunicadores de formación diversa. Con ello se contribuye a la creación del imaginario y a la legitimación del evento, independientemente de que en las discusiones surja la pregunta sobre la importancia de estudiar comunicación para ser comunicador.*
- 4. Actualmente todo indica que estamos frente a un imaginario efectivo que puede transformarse en radical. De aquí la importancia de realizar estudios individuales y colectivos, que den cuenta tanto de las posibilidades de alcanzar este último imaginario. Dichos trabajos deben dar cuenta de la historicidad de las dimensiones espacio-temporales e individuales por las que han atravesado en la creación de sus respectivos imaginarios. En congruencia*

con el supuesto de que imaginario y realidad del comunicador forman un binomio, el esfuerzo debe considerar los momentos de institucionalización y legitimación de las prácticas educativas y profesionales locales, así como la incorporación del cúmulo social de conocimientos.

5. Efectivo o radical, estamos frente a un imaginario que se actualiza, alimentado por los diversos actores, en diversos momentos del devenir histórico. Sin embargo, es indudable que la cadena se inicia en las Escuelas de Comunicación y de ahí irradia a los otros actores. pues los diversos actores hemos ido actualizando, en la medida en que nuestro plan o proyecto de formación se queda en el programa<sup>22</sup>.
6. Finalmente, no debe perderse de vista que la institucionalización y legitimación de las prácticas educativa y profesional no es exclusivamente responsabilidad de los actores que hasta aquí se han presentado. También lo es de actores externos igualmente involucrados en estos procesos, como el hecho de que la licenciatura -como muchas otras- no esté profesionalizada. Faltará ver qué sucede con la Acreditación y Certificación. Lo que sí es nuestra responsabilidad, y debemos asumirla como tal, es la incorporación del cúmulo social de conocimientos a la práctica educativa del comunicador, con miras a que suceda lo mismo en el ámbito laboral.

---

### Notas:

<sup>1</sup> Una primera versión de este trabajo fue utilizada como la propuesta académica para justificar el XI Encuentro Nacional organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), Aguascalientes, octubre de 2001.

<sup>2</sup> El Instituto de Mercadotecnia y Publicidad inició sus actividades el 15 de julio de 1961. Su fundador, Ethiel Cervera, concibió en principio la idea de formar técnicos que trabajarían en diversos ámbitos vinculados con el campo. Aproximadamente diez años más tarde se iniciaron las actividades de la licenciatura en Publicidad, aunque continúa la formación de técnicos.

<sup>3</sup> La discusión sobre la categoría "imaginario" se presenta en el siguiente apartado.

<sup>4</sup> Las estadísticas corresponden al Anuario 2000 de la Asociación Nacional de Universidades y Escuelas de Licenciaturas (ANUL) que están incluidas en los datos de la ANUIES. El octavo lugar es después de Derecho, Contaduría, Administración, Ingeniería Industrial, Medicina, Informática y Arquitectura en ese orden.

<sup>5</sup> Por ejemplo, desde hace ya varios años el campo de la Comunicación Organizacional es compartido por egresados de licenciaturas en Administración, Contaduría, Relaciones Industriales e Ingeniería Industrial.

<sup>6</sup> Los datos corresponden a una encuesta coordinada por el CONEICC que se aplicó en 1997 en diversos puntos del país. Trabajos más recientes muestran la misma tendencia, incluso en ciudades que cuentan ya con cierta tradición en la formación, por ejemplo, de comunicadores organizacionales, a los que puede añadirse la Promoción en sus diversas modalidades.

<sup>7</sup> Una encuesta aplicada durante los meses de noviembre y diciembre del año pasado muestra las mismas tendencias. Por ejemplo, el Vicepresidente Ejecutivo de una agencia de Relaciones Públicas afirmó que contrataba a egresados de Relaciones Internacionales, Ciencias Políticas y Comunicación en menor medida, dadas sus habilidades en redacción para diversos materiales y en desarrollo de estrategias de comunicación. Otros más señalaron que no contrataban egresados en Comunicación debido a su falta de conocimientos sobre temas que debían ser de su competencia. Cabe aclarar que la muestra fue muy extensa e incluyó prácticamente todos los campos profesionales; asimismo, estos empleadores contratan a egresados de otras carreras procedentes de instituciones en las que desde hace varios años se imparten licenciaturas en Comunicación.

<sup>8</sup> Ciertamente, esta problemática no puede hacerse extensiva ni a todas las instituciones que forman comunicadores ni a todos los egresados, independientemente de la institución en la que hayan cursado sus estudios.

<sup>9</sup> Las negritas son nuestras.

<sup>10</sup> La información contenida en este apartado forma parte del libro *Escuelas de comunicación en México: ¿un imaginario social?* de próxima publicación.

<sup>11</sup> Las negritas son nuestras.

<sup>12</sup> Castoriadis distingue proyecto de plan. Este último "corresponde al momento técnico de una actividad, cuando condiciones, objetivos y medios pueden ser, y son, determinados 'exactamente' y cuando el ordenamiento recíproco de los medios y los fines se apoya en un conocimiento suficiente del campo afectado." (Castoriadis en Colombo, 1993:31). Por su parte, el proyecto "apunta a la propia realización como momento esencial. Si existe un desfase entre representación y realización, no es por principio o, mejor dicho, depende de otras categorías que la distancia entre 'idea' y 'realidad': remite a una nueva modificación, tanto de la representación como de la realidad. En este aspecto, el núcleo del proyecto es un sentido y una orientación (dirección hacia) que no se deja simplemente fijar en unas 'ideas claras y definidas', y que va más allá de la representación misma del proyecto tal como se podría fijarla en un instante dado cualquiera" (Castoriadis en Colombo, 1993:31). En consecuencia, se hablará del "plan" o del "proyecto" de vida según las historias individuales de los actores que participan en el imaginario social del comunicador y en ningún momento deben tomarse como sinónimos.

<sup>13</sup> Las cursivas son del autor.

<sup>14</sup> Las comillas y las cursivas son del autor.

15 Como se destacó en la Introducción, la mayoría de los egresados de las Escuelas de Comunicación se ubica en los medios, particularmente la prensa, la radio y la televisión, así como en la publicidad, misma que, por sus características profesionales, supone una plataforma de medios.

16 Para mayor información al respecto se recomienda consultar la revista *Adebra* de noviembre de 2000.

17 Castoriadis añade que "cualquier interpretación puramente simbólica de las instituciones suscita preguntas como ¿por qué este sistema de símbolos y ningún otro?, ¿qué significaciones vehiculan los símbolos, a qué sistema de significados remite el sistema de significantes?, ¿por qué y cómo consiguen autonomizarse las redes simbólicas? Y podemos ya sospechar que las respuestas a estas preguntas están íntimamente correlacionadas".

18 Las Escuelas de Comunicación se insertaron en la educación superior, que en ese momento estaba en vías de institucionalización. Sin embargo, el momento clave de este proceso se presentó en la década de 1970 con las reformas impulsadas por la ANUIES, que se tradujeron en los procesos de desconcentración y descentralización de la educación superior, así como en la adopción del sistema de créditos y la departamentalización, políticas seguidas por algunas instituciones. Una última reforma clave de esta década fue el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios, a las escuelas privadas por parte de la Secretaría de Educación Pública, la UNAM y las universidades tanto estatales como públicas que conservaron su autonomía. Esta medida permitió que los egresados de instituciones privadas pudieran obtener la cédula profesional para ejercer su carrera, misma que, como se destacó en la Introducción, hasta la fecha no es necesaria para los comunicadores.

19 Estas observaciones se derivan de una revisión detallada de la biografía de cada práctica profesional en México, así como de la manera en que se entrecruzan para conformar el entramado de la "práctica profesional del comunicador".

20 Las comillas son de los autores.

21 Las comillas son del autor.

22 Para contextualizar el término "programa", es necesario pasar por el concepto que Castoriadis entiende por "política": "Lo que hasta aquí se ha llamado política fue, casi siempre, una mezcla en que dominó la manipulación, que trata a los hombres como cosas, sobre la base de sus propiedades y reacciones supuestamente conocidas. Lo que llamamos política revolucionaria es una praxis que da como objetivo la organización y la orientación de a sociedad con miras a la autonomía de todos, y que reconoce que ésta presupone una transformación radical de la sociedad, no siendo esta última posible, a su vez, sin el despliegue de la actividad autónoma de los hombres" (Castoriadis en Colombo, 1993:30). En suma, se trata del deber ser de la educación superior. Siguiendo nuevamente a Castoriadis, "Cuando se trata de política, la representación de la transformación a la que se apunta, la definición de los objetivos, puede tomar -y debe necesariamente tomar, en ciertas condiciones- la forma del programa. El programa es una concreción provisional de los objetivos del proyecto en torno a unos puntos juzgados esenciales en las circunstancias dadas, en tanto que su realización conllevaría o facilitaría, por su propia dinámica, la realización del conjunto del proyecto. El programa no es más que una figura fragmentaria y provisional del proyecto. Los programas pasan, el proyecto queda. Como de cualquier otra cosa, puede darse fácilmente una degradación y degeneración del programa: el programa puede ser tomado como un absoluto, la actividad y los hombres alienarse al programa. Esto, en sí, no es prueba de nada en contra de la necesidad del programa" (Castoriadis en Colombo, 1993:31-32).

---

### **Bibliografía:**

BERGER, Peter y Thomas LUCKMANN (1989) *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Edit. Amorrortu.

COLOMBO, Eduardo et.al. (1993) *El imaginario social*, Montevideo, Edit. Nordam Comunidad.

RITZER, George (1993) *Teoría Sociológica Contemporánea*, México, Edit. McGraw Hill.

---

*Mtra. Claudia Benassini*

*Catedrática del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana Sta. Fe, México*