

Primera parte - Acercamientos teóricos de la Comunicación
Capítulo 1 - Desafíos teóricos en la formación profesional de los comunicadores: Aproximaciones al debate desde Ecuador

Roberto Sánchez Montoya
María del Carmen Ramírez Soasti
Rubén Bravo Castillo
Armando Cuichán Arias
Pablo Romero Guayasamín
Mario Plaza Trujillo

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

SÁNCHEZ MONTOYA, R., RAMÍREZ SOASTI, M.C., BRAVO CASTILLO, R., CUICHÁN ARIAS, A., ROMERO GUAYASAMÍN, P., and PLAZA TRUJILLO, M. Desafíos teóricos en la formación profesional de los comunicadores: Aproximaciones al debate desde Ecuador. In: AGUIAR MARIÑO, N. and MEDRANDA MORALES, N., eds. *Comunicación, desarrollo y política* [online]. Quito: Editorial Abya-Yala, 2018, pp. 15-39. Estudios de la Comunicación series. ISBN: 978-9978-10-498-9. <https://doi.org/10.7476/9789978104989.0003>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Primera parte
**Acercamientos teóricos
de la Comunicación**

Capítulo 1

Desafíos teóricos en la formación profesional de los comunicadores: Aproximaciones al debate desde Ecuador

Roberto Sánchez Montoya
María del Carmen Ramírez Soasti
Rubén Bravo Castillo
Armando Cuichán Arias
Pablo Romero Guayasamín
Mario Plaza Trujillo

Resumen

El presente ensayo parte de la necesidad de reflexionar sobre aspectos teóricos y prácticos contemporáneos en la formación del comunicador a partir del contexto particular ecuatoriano, con énfasis en los debates latinoamericanos y también con mirada global. La propuesta se esboza alrededor de los principales retos en los aprendizajes que deben tener los estudiantes de comunicación para el ejercicio de la profesión. Esta labor fue esbozada por un conjunto de profesores de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana al momento de perfilar el proyecto de rediseño curricular de la carrera profesional, que, debía además, responder a los requerimientos de los organismos de supervisión de la educación superior del país.¹ Los autores se reunieron a lo largo del 2015, en prolongadas sesiones de trabajo en las cuales fueron redactando de forma colaborativa un documento inicial que luego fue enriquecido con aportes de otros colegas. El objetivo central de la propuesta es sentar las

1 Estas reflexiones presentadas, a modo de breve ensayo, comenzaron a trabajarse como parte del proyecto de rediseño de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana. Convocados por la Dirección de Carrera de la Sede Quito, un grupo de profesores elaboraron, el año 2015, un primer borrador de la propuesta que se detalla y que fue enriquecida con los comentarios de los colegas de las Sedes Cuenca y Guayaquil.

bases necesarias para la formación de comunicadores con una mirada crítica, capaces de aportar a la solución de problemas a través de la generación de procesos participativos y con la experticia y competencias necesarias para diseñar, ejecutar y evaluar proyectos y productos comunicativos, con contenidos y narrativas inclusivas e interculturales desarrollados en entornos mediáticos convencionales e hipermediales, en un horizonte de diálogo permanente para la transformación y emancipación social, con democracia, justicia, equidad y solidaridad.

¿Qué comunicador buscamos formar?

En cumplimiento de los lineamientos del proyecto de rediseño curricular y los objetivos de formación la carrera de grado tiene una oferta académica de nueve niveles, tres del área básica de conocimiento teórico conceptual, de integración de saberes, contexto, lenguaje y cultura; y, seis niveles del área profesional, concordantes con el tipo de formación que se plantea, el perfil de egreso, el título que se otorga y la normativa del sistema de educación superior.

Siguiendo los lineamientos del proyecto de rediseño curricular de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, aprobado en el 2016 por el Consejo de Educación Superior del Ecuador –CES– e implementado en el 2017,² se establece que el objetivo central de la carrera es la formación de “comunicadores críticos, éticos y responsables, con el dominio de los elementos teóricos, metodológicos, técnicos y tecnológicos para realizar investigaciones comunicacionales de la sociedad y sobre procesos de gestión de la comunicación”. Los graduados de la carrera profesional deben estar en capacidad de

2 En cumplimiento de los lineamientos del proyecto de rediseño curricular y los objetivos de formación la carrera de grado tiene una oferta académica de nueve niveles, tres del área básica de conocimiento teórico conceptual, de integración de saberes, contexto, lenguaje y cultura; y, seis niveles del área profesional, concordantes con el tipo de formación que se plantea, el perfil de egreso, el título que se otorga y la normativa del sistema de educación superior. El área profesionalizante, que acreditará los aprendizajes teóricos y prácticos, cuenta con infraestructura física y tecnológica de aplicación y experimentación acorde a los requerimientos que hoy demanda el ejercicio profesional, la investigación en comunicación y la producción de contenidos.

Elaborar y desarrollar procesos y productos comunicativos, con narrativas inclusivas e interculturales, dentro de entornos convencionales e hípermediales. Construir diálogos sociales con la diversidad y la diferencia, elaborar propuestas en la perspectiva de la transformación y emancipación de la sociedad, con libertad, democracia, equidad, justicia, solidaridad e interculturalidad (Documento Rediseño Comunicación UPS, 2015, p. 4).

Asimismo se espera que los profesionales de la comunicación posean “el dominio de lenguajes y géneros comunicativos para que construyan, deconstruyan y reconstruyan significados y sentidos, a través de discursos que promuevan “formas otras” de vivir, en oposición a las formas de la cultura hegemónica del mercado” (Documento Rediseño Comunicación UPS, 2015, p. 4). Aspectos que afianzarán la formación del comunicador, su sensibilidad, estilo e intereses de producción de narrativas.

¿Cómo afrontar el reto en la formación de comunicadores con las características mencionadas? Asumir la responsabilidad de la formación de comunicadores de acuerdo con las características y particularidades establecidas, se han organizado los aprendizajes en seis componentes. 1) En primer lugar se describe sucintamente la situación contemporánea en el mundo de las comunicaciones. 2) La importancia de la comunicación desde una perspectiva sociopolítica. 3) La importancia del manejo de las narrativas y lenguajes. 4) Los aspectos relacionados a la hipermedialidad y sociedad red. 5) El eje transversal de la planificación y la gestión de la comunicación. 6) Importancia de la investigación de la comunicación.

El mundo de la industria cultural, la comunicación y la información

Vivimos una era donde el sistema mundo moderno capitalista (Wallerstein, 2005), ha copado todo el planeta. Esta planetarización se manifiesta por el desarrollo científico-técnico y se expresa en una revolución del transporte, nuevos materiales, genética, comunicaciones, informática y telemática, generando la emergencia de sistemas tecno-

lógicos en los cuales se realizan las interacciones sociales de los sujetos y se posibilitan los intercambios de productos materiales y simbólicos, conectando a regiones, países y grupos culturales diversos. Otra vía que conduce a esta planetarización es el desarrollo del comercio; los mercados acumulan cada vez mayores extensiones en el planeta desarrollando, complejas organizaciones políticas, financieras y empresariales, de carácter multi y transnacionales, las cuales coordinan políticas, planes y programas con diversos países y regiones.

Este sistema mundo tiene la característica colonial fundamentada en un patrón de poder (Quijano, 2014), que organiza el trabajo y la subjetividad. Este proceso mantiene formas de producir, consumir, conocer, comunicar, sentir y vivir, potenciadoras de la modernidad capitalista, entendida como proyecto cultural.

En este contexto la diversidad de culturas, pueblos y nacionalidades, resultan un obstáculo para este proceso modernizador, razón por la cual desaparecen paulatinamente en medio de procesos de dominación. El sistema mundo moderno capitalista, con ideología liberal, promueve: individualismo, competencia, democracia restringidas, éxito personal, ciencia como única forma de conocimiento, dominio del hombre sobre la naturaleza, desarrollo de industrias culturales y mediáticas, explotación del hombre por el hombre y acumulación incesante de riqueza y capital en pocas manos.

Este proceso de hegemonía cultural se realiza a través de mecanismos de: mercado, educación, religión, medios de comunicación y tecnología, que han ido tejiendo una red de instituciones políticas, científicas, educativas, económicas, comunicativas, religiosas y culturales, encargadas de construir las significaciones y sentidos de la producción y regulación de este orden mundial.

Uno de los problemas que tiene la cultura hegemónica moderna capitalista, son el uso ilimitado y la explotación de recursos, situación que genera la contaminación y degradación del ambiente, poniendo en

serio riesgo la vida no solo del ser humano sino también del mundo vegetal y animal en el planeta. Nos encontramos en la bifurcación entre la conservación de la vida o su destrucción definitiva, lo cual nos coloca en la necesidad de construir culturas y sociedades otras.

Como contraparte, asistimos a la emergencia de redes de movimientos sociales y políticos (Castells, 2012) que se esfuerzan por la deconstrucción y reconstrucción de sentidos, especialmente emancipatorios que desarrollan otras formas de vivir. Al ser la comunicación uno de los mecanismos más importantes en la resignificación de sentidos, es necesario que se dé una transformación en su estructura para pasar a procesos democráticos de participación discursiva que rompan con el monopolio de la producción simbólica que hoy tienen las grandes corporaciones de comunicación. Estas grandes empresas de comunicación operan en función de los intereses económicos de grupos e individuos acumuladores de grandes fortunas.

En la revista Forbes se publica la lista de los personajes más ricos del mundo. En cuanto al sector de las empresas culturales y de comunicación: Carlos Slim aparece con el monopolio de las telecomunicaciones mexicanas y, es el mayor accionista del influyente diario estadounidense New York Times; en una línea similar, Michael Bloomberg, David Thomson, Rupert Murdoch, Samuel Newhouse, John Malone, dueños de influyentes medios de comunicación; igual acontece con los accionistas de Microsoft, Amazon, Facebook, Google, Apple y Disney, quienes figuran entre los cincuenta mayores billonarios (Forbes, 2015) Estas corporaciones definen los contenidos o significados, sustentadas en sus intereses, generando en ocasiones información parcial y manipulada.

La estructura de la propiedad de los medios de comunicación, cuyo mayor peso se encuentra en los grupos que detentan el poder económico, también se replica en el Ecuador, país en el cual, según el informe de la Comisión de Auditoría de Frecuencias, en 2009 existían 1637 concesiones de frecuencias de las cuales 399 corresponden a la televisión abierta, 29 a televisión por suscripción y 1209 emisoras de FM y onda

corta (Arcotel, 2009). Para enero de 2014 solo el 3,05% eran medios considerados comunitarios, el 5,5% eran medios públicos y el 91,45% medios con intereses privados (Cordicom, 2014). Esta mayoría de medios privados son los que impulsan el consumo, desentendiéndose de las funciones educativas de formación ciudadana y de promoción del diálogo intercultural.

Comunicación y cambios sociopolíticos

Un enfoque con primacía en los medios y desde una perspectiva funcional, entorpece la comprensión de una comunicación dialógica y relacional (Martín Serrano, 1982; Habermas, 1992; Beltrán, 2014), lo cual limita las posibilidades de una comunicación orientada a la transformación social, así como los procesos de participación, diálogo y concertación, necesarios para construir una sociedad democrática y elevar la calidad de vida.

Esto se vuelve evidente al analizar la oferta académica vigente de tercer nivel, según la información de Senescyt (2015), de treinta universidades del país, que en conjunto suman 76 carreras relacionadas con la Comunicación (Comunicación Social, Periodismo, Publicidad, Producción Audiovisual, Hipermedia). De este total casi una tercera parte (27 carreras) tienen como denominación la formación en Comunicación o Comunicación Social, en su mayoría está enfocada a medios, y solo la Carrera de Comunicación de la UPS, tiene una oferta de comunicación orientada al desarrollo y cambio social.

Por lo tanto, la mayoría de universidades tiene un enfoque comunicacional centrado en los medios, dando como resultado que los comunicadores tengan límites al momento de desarrollar propuestas de comunicación que orienten el desarrollo de la sociedad hacia la equidad, la justicia, la interculturalidad, lo cual supone construir procesos, productos, políticas, planes, programas y proyectos de comunicación, que cuestionen las estructuras simbólicas de dominación y explotación.

Sin embargo, no solo la orientación centrada en los medios es la causa de la limitada propuesta desde la comunicación a los cambios sociales, políticos, económicos y culturales, sino la incapacidad de mirar e interpretar la realidad y los contextos, situación que viene dada desde el bachillerato, pues según el Instituto Nacional de Evaluación Educativa los resultados de la evaluación Ser Bachiller (INEVAL, 2014), revelan que solo el 31% de los bachilleres evaluados tienen competencias excelentes en Estudios Sociales, esto sugiere que los profesionales de la comunicación, al no tener una mirada contextual de la realidad, en sus dimensiones económicas, políticas, sociales y culturales, no logran mirar el papel de la comunicación en estos contextos, situación que tampoco logra ser solventada en el nivel de grado.

Por otra parte, los cambios que se suscitan en la sociedad, a nivel ideológico, político, económico, cultural y ambiental, son tan vertiginosos, que la producción de significados y sentidos que realizan los comunicadores quedan desfasados de estos procesos, evidenciando una debilidad, al estar anclados en las viejas estructuras simbólicas que reproducen la dominación. Por esta razón, es necesario que el ejercicio profesional de los comunicadores asuma una actitud crítica y en sincronía con estos cambios.

Por las razones expuestas enfatizamos una aproximación hacia las teorías críticas, que responden a la necesidad de generar una conciencia problematizadora en referencia tanto a la acción de los medios de comunicación, entendidos como instrumentos de legitimación ideológica de las sociedades capitalistas, cuanto al acto comunicativo; sin perder de vista, además, las condiciones de aparición de sus perspectivas teóricas.

El término crítica parte del principio que la realidad es producto de la praxis social, lo cual significa que el sujeto y el objeto no están disociados, están preformados socialmente. Ambos, sujeto y objeto, son resultado de procesos sociales muy complejos, por lo que la tarea fundamental de la teoría crítica es reflexionar sobre las estructuras desde las

que, tanto la realidad social cuanto las teorías que buscan dar cuenta de ella, son construidas, incluyendo, por supuesto, a la misma teoría crítica.

Sobre esta base, consideramos que la comunicación, como praxis cultural, es un campo de lucha de sentidos y significados por la hegemonía con el propósito de construir “nuevo mundo y nueva realidad”. En esta línea, la teoría crítica no busca producir verdades, busca producir “efectos de verdad” que sirvan para agenciar la acción política liberadora de la sociedad. En el marco de este análisis, ubicamos como parte de la perspectiva crítica a: las dos etapas la Escuela de Fráncfort (enfoque dialéctico y economía política de la comunicación), a los Estudios Culturales y, finalmente, a las epistemologías del Sur.

Uno de los primeros aportes de la Teoría Crítica, es el cuestionamiento a la Industria Cultural, que busca reducir a los sujetos a la “unidimensionalidad” (Marcuse, 1993). Esta última debe entenderse como la pérdida de la individualidad del sujeto: “el espíritu se desvanece cuando se consolida como un bien cultural y es distribuido con fines de consumo. El alud de informaciones minuciosas y de diversiones domesticadas corrompe y entontece al mismo tiempo” (Adorno y Horkheimer, 1994, p. 55).

En la mirada de la primera generación de la Escuela de Frankfurt, el término Industria Cultural se relaciona directamente con los modos de producción mediática del capitalismo industrial, que convierte a los productos culturales y simbólicos de la comunicación en mercancías. El resultado es, además de la masificación, la alienación cultural de los individuos.

Como parte del enfoque dialéctico, también es importante señalar los aportes de Dorfman, Mattelart y Schiller, entre otros investigadores de la comunicación, quienes, a partir de la definición de industria cultural, plantearon los estudios de la Economía Política de la Comunicación. Su objeto de estudio reconoce los intereses económicos que determinan el funcionamiento de los medios de comunicación, así como también la construcción de ideología a partir de sus discursos y sus incidencias en la sociedad. Ello implica estudiar la propiedad de los medios y ver cómo

el contenido de estos transmite una ideología que busca perpetuar la hegemonía de la clase dominante. Schiller (1976) señala que los medios de comunicación transmiten una serie de mitos que son la visión ideologizada de la realidad: individualismo y decisión personal, neutralidad, naturaleza humana inmutable, pluralismo de medios y ausencia de conflictos sociales (los conflictos son solo individuales).

Dentro de lo que se conoce como la segunda generación de la Escuela de Frankfurt, Habermas (1992) analiza las condiciones de la racionalidad de la acción social a partir de la interacción basada en el uso del lenguaje, apoyado en el principio de que la razón subyacente en la acción de los sujetos³ es una propiedad de las estructuras de comunicación, más no de los individuos por sí solos, ni de los sistemas o subsistemas en los que se desenvuelve la sociedad, aunque reconoce la vigencia de estos últimos. En términos amplios, en la Teoría de la Acción Comunicativa reside la posterior crítica a la sociedad capitalista moderna, ya que somete y debilita la autonomía y la racionalidad del individuo, operando a través de la sustitución de la racionalidad comunicativa por una racionalidad tecnológica. Finalmente, la teoría reposa en la idea de la ética comunicativa como idea de base para consolidar la deliberación pública, en el sentido de una práctica política que oriente a la sociedad hacia una realización emancipadora (Garrido, 2011).

Desde la perspectiva de análisis crítico también se incluye a los Estudios Culturales (Hall, 2010) que originalmente examinaron las relaciones entre cultura y poder desde una perspectiva del sujeto subalterno (desde lo popular), al estilo de Benjamin (2003); por lo tanto este planteamiento analiza las prácticas e instituciones que promueven en la población determinados valores, creencias y comportamientos (Barker, 2000), es decir cómo funciona el proceso ideológico y cuáles son sus mecanismos; además, cómo se concibe la ideología en relación

3 Si bien Habermas defiende la capacidad de los sujetos como importantes actores para la transformación social, tiene serias críticas a los autores que el pasado desarrollaron teorías bajo la idea de un sujeto transcendental.

con otras prácticas dentro de la formación social. En los ámbitos comunicacionales, los Estudios Culturales plantean que la comunicación no es un hecho natural, y que tanto emisor como receptor tienen una intencionalidad en la construcción y recepción de los contenidos (codificación/descodificación = tipos de lecturas: dominante, negociada y de oposición). Por otra parte, considera que los mensajes de los medios de comunicación son polisémicos y tienen un sinfín de interpretaciones, por lo tanto observan cómo los distintos grupos sociales desarrollan sistemas de interpretación (negociación de prácticas comunicativas) (Rodrigo Alsina, 2001).

En el caso latinoamericano estas propuestas de estudios de comunicación podemos encontrarlas en pensadores como Paulo Freire, Jesús Martín Barbero, Eliseo Verón, Muníz Sodré, María Immacolata Vassallo de López, Armand Mattelart, Luis Ramiro Beltrán, José Márquez de Melo, Raúl Fuentes, Enrique Sánchez Ruiz, Rosa María Alfaro, Armando Silva y Díaz Bordenave, entre otros. Este paradigma crítico se encamina a que, en América Latina, desde la comunicación, se promuevan procesos emancipatorios que se expresan en: la construcción de diálogos sociales e interculturales, para establecer acuerdos y consensos; la participación de las diversidades y las diferencias en los procesos políticos y en la toma de decisiones, que se orienten hacia la construcción de procesos y prácticas comunicativas que busquen la transformación de la sociedad; la construcción de sujetos y ciudadanía para el ejercicio de los derechos; la construcción, deconstrucción y reconstrucción de nuevos significados y sentidos, que abran espacios para transformar las diferentes dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales y ambientales, con el propósito de buscar una sociedad más equitativa e intercultural (Barranquero, 2005).

Narrativas y lenguajes

Son evidentes las debilidades en el dominio de los lenguajes por parte de algunos comunicadores, lo cual se expresa en el uso inadecuado

de la expresión oral y escrita; la realización de productos comunicativos planos, con estructuras semánticas incipientes; narrativas con poca pertinencia y relación con los contextos y escenarios específicos; manejo de la información con poca rigurosidad periodística, lo cual empobrece la comunicación en el país.

De la misma manera, respecto a la producción mediática, existe una tendencia a privilegiar la farándula y la crónica roja, anclada en la espectacularización de lo cotidiano y la banalización de la comunicación.

Los medios de masas construyeron modelos del mundo para estandarizar a una población que debía regirse por los mismos parámetros en un contexto de fabricación industrial masiva y homogénea. El uso de la narrativa está vinculado al uso del poder (García Marín y Aparici, 2017, p. 21).

Los medios, como empresas culturales de comunicación, funcionan bajo la lógica de la rentabilidad, lo cual les lleva a depender de los ratings y la promoción del consumo y las estructuras simbólicas de la cultura moderna capitalista, en detrimento de los procesos históricos y culturales de los pueblos y comunidades, así como de los procesos de construcción de ciudadanía y del bien común.

A todo esto, se suma que los comunicadores tienen escasos conocimientos y desarrollo de habilidades y destrezas para realizar la comunicación en entornos hipermediales. Los “nuevos” lenguajes, herramientas, técnicas y tecnologías que modifican las formas de hacer la comunicación en estos espacios, son poco conocidos por la gran mayoría de profesionales de la comunicación. Recién se comienza a ofrecer, en las universidades e instituciones que trabajan la comunicación, procesos de formación para cubrir las necesidades en esta área.

En esta perspectiva, las tecnologías emergen con mayor fuerza, rodean y moldean la realidad de la sociedad; los esquemas de comunicación, lenguajes y narrativas empleados se han visto presionados a evolucionar; es decir, adoptar nuevos códigos, reglas y formatos, por la propia

dinámica de la sociedad, la globalización y el crecimiento acelerado de accesibilidad a la red de redes.

Hoy, la sociedad requiere una nueva producción de sentidos y los lenguajes que utiliza para ello, también requieren la adopción de modismos tecnológicos y dinámicas de intercambios de información en tiempo real; por eso, es necesario construir las capacidades para utilizar elementos hipermediales compatibles con las nuevas plataformas de virtualización e interacción social, de la cual forman parte la gran mayoría de sujetos, quienes vinculan su cotidianidad con la tendencia a una hiperconectividad a la red. El Relato en la Red ofrece la posibilidad de reconstruir los significados de forma individual en función de la recomposición de cada uno de los fragmentos leídos a partir del orden personal de navegación (García Marín y Aparici, 2017, p. 14).

Por otra parte, a pesar de la libertad de expresión que tienen los ciudadanos en la red de redes, se evidencia una insuficiencia de producción conceptual, producción técnica, sentido de pertinencia y proyección mediática con varias plataformas en línea; en la forma de publicación y replicación de información generada por los usuarios de las redes, lo cual se convierte en un reto para el comunicador en su desarrollo de destrezas y habilidades, que permitan la resolución y gestión de problemas de comunicación mediante la utilización de conceptos de lenguaje, planificación y diseño de estrategias conceptuales, textuales, visuales, audiovisuales e hipermediales.

Entorno hipermedial

El desarrollo de la telemática, informática, cibernética, robótica y genética, modifican nuestra comprensión del mundo. La evolución vertiginosa de internet, las TIC y la conectividad en las últimas décadas, posibilitan una conversación global a la cual se puede acceder si se poseen los conocimientos y los medios tecnológicos necesarios. Esta conversación es instantánea, interactiva, hipertextual y multimedial.

Al momento, debido al abaratamiento de la tecnología y el acceso a internet, casi el 45% de los hogares urbanos ecuatorianos está conectada a internet (INEC, 2016) y puede ser partícipe de estos nuevos escenarios y procesos de comunicación, en los cuales tienen la posibilidad convertirse en generadores y a la vez consumidores de contenidos,⁴ realizar multitareas, poseer la capacidad de ubicuidad y percibir el mundo de una manera virtual, en tiempo real.

Este entorno tecnológico tiene implicaciones profundas, transforma los procesos de comunicación y también a los medios que intervienen. Todas las áreas de conocimiento, dimensiones y acciones del ser humano han sido afectadas: los medios de comunicación tradicional atraviesan una profunda crisis, mientras la comunicación interpersonal digital emerge difusamente.

La emergencia y fugacidad de las tecnologías de comunicación provoca fragilidad en los entornos comunicativos y no permite una prospectiva a mediano o largo plazo.

Los procesos de comunicación se complejizan, la humanidad se encuentra en una transición de las mediaciones (Martín Barbero, 1991) a las hipermediaciones (Scolari, 2008); y en este contexto hipermedial, en el que se resignifican conceptos elementales como la privacidad, lo público, la democracia, lo global, lo intercultural, se buscan nuevos mecanismos para que los procesos de la comunicación sean pertinentes. Emerge una narrativa hipermedial. La comunicación preeminentemente oral y textual entre sujetos, se torna cada vez más audiovisual y multimedial.

Es en este contexto donde deben desenvolverse los comunicadores, para ello, deben tener: una formación sólida, el conocimiento, el criterio y las aptitudes suficientes que les permitan gestionar la comunicación en todo el proceso, ya sea desde la planificación, implementación

4 En los últimos años se ha acuñado el término prosumidores para destacar las capacidades de producir y consumir contenidos comunicacionales al mismo tiempo.

de políticas, planes, proyectos, hasta la generación de contenidos responsables, inclusivos y con criterio de género, con coherencia conceptual, estética y técnica, posibilitando el diálogo social y la construcción, deconstrucción y reconstrucción de sentidos.

Según Pineda (2011) y Castells (2012) el entorno tecnológico ha influido en una nueva mirada donde las tecnologías dejan de ser meros instrumentos, para convertirse en estructuras que permiten otras sensibilidades, escrituras y lecturas de la realidad, estructurando otros valores estéticos, imaginarios sociales y simbólicos como la inmediatez, lo efímero, los espacios no físicos, las relaciones asincrónicas y otras.

La hipermedialidad supone una articulación de todas las formas de comunicación en un hipertexto interactivo y complejo, que integra las diferentes relaciones culturales, producidas por la interacción humana; en este ámbito, el usuario se convierte en el eje de los procesos comunicativos. Referenciando a Scolari (2008), la multimedia es un nuevo lenguaje; el hipertexto es su gramática; el conocimiento es el nuevo nombre de la información; y el tiempo real, el tiempo dominante.⁵

Aquí la comunicación se desplaza a un usuario activo que produce contenidos y navega en una red hipertextual; los medios se definen en función de su reconocimiento y de su autoridad en materia de contenidos; los diferentes formatos y lenguajes confluyen en un mismo soporte; hay un incremento exponencial de la información, generando situaciones de infoxización (Scolari, 2008). Las tecnologías digitales suponen cambios fundamentales, que promueven adaptaciones de las formas de escritura lineal y analítica de la palabra impresa, a versiones hipertextuales, multimediales, virtuales y de redes; este paso es señalado por Piscitelli (2002) como pensamiento sintético, más intuitivo, emocional y abierto, desarrollado a partir de la digitalización.

5 Desde otra perspectiva, que también vale la pena tener en cuenta, Norman explica que “en todo caso podríamos hablar de dos monólogos, en los que a veces el sistema debe obedecer nuestras órdenes, y en otras ocasiones nosotros debemos obedecer a las suyas” (como se cita en Hassan Montero, 2015).

Según Jenkins (2008), otro aspecto que caracteriza este “nuevo paradigma” es la convergencia mediática, ésta no implica tan solo un cambio tecnológico; es ante todo un cambio cultural, que afecta las relaciones entre industrias, mercados, géneros y públicos; ya que modifica la lógica y las relaciones entre quienes operan las industrias mediáticas y los consumidores de los medios.

En el caso de los medios convencionales como la televisión, la radio y la prensa esta lógica implica que cada vez se produzcan menos programas con estructuras y narrativas tradicionales, y al mismo tiempo se posibilite el acceso a contenidos paralelos, con narrativas transmedia, crossmedia, multisequenciales, multiplataforma y multigénero, en las cuales el usuario determine la comprensión final; ello supone que las audiencias organizarán y reorganizarán los contenidos y la interacción de acuerdo con su criterio individual (Jenkins, 2008). La cultura de la convergencia es el futuro, que cobra forma en nuestros días. Los consumidores serán más poderosos en el seno de la cultura de la convergencia, solamente si reconocen y emplean ese poder como consumidores y ciudadanos, como participantes en esta cultura.

Más allá del manejo instrumental de la tecnología que posibilita los procesos de comunicación digital, es necesario una profunda reflexión, en especial de los profesionales vinculados con la comunicación, para impulsar un entorno propositivo y positivo. Es necesario que los comunicadores puedan recuperar y potenciar este ambiente virtual para propiciar los diálogos globales.⁶

Planificación y gestión de la comunicación

La gestión de la comunicación responde al nuevo paradigma integral de planificación que tiene un carácter integrador y evaluador de la teoría y

6 Desde una perspectiva más pragmática también se podría decir que “en la era digital, necesitamos poner el foco en las conexiones entre todos los elementos de nuestro diseño: medio, palabras, imágenes y sonido. Debemos observar cada mensaje y explorar todas las formas de comunicarlo” (Wurman, Leifer y Sume, 2001, p. 93).

la praxis. Refiere procesos metodológicos de construcción de cartografías de comunicación basados en una epistemología del método que prima el “saber con”, la multiplicidad, la transversalidad, el devenir y la procesualidad, en una dinámica de construcción de pronósticos fundamentados en los discursos sociales, los sentidos y la interculturalidad (Contreras, 2015).

Este paradigma recupera la acción de los sujetos para el cuidado del ambiente, buscando articular el futuro y la memoria acumulada. Planifica la comunicación en función de la diversidad y la diferencia en sus contextos específicos, a fin de generar mayores posibilidades para los sectores y grupos desfavorecidos, considerando la incidencia en los procesos sociales y las formas de intervención.

Gestionar la comunicación posibilita la aplicación de un enfoque y una metodología. El enfoque asume la manera de ver de los sujetos, lo cual determina su praxis social y su discurso; mientras que la metodología define el ordenamiento de su acción. Las condiciones actuales obligan a la selección de problemas y la utilización de los recursos; por ello, la formación de los comunicadores, en un entorno complejo y altamente dinámico y tecnificado, debe permitirles conocer las condiciones de vida y sus entornos para asumir un liderazgo transformador de lo social, económico, político y cultural (Ramos, 1979).

La gestión de la comunicación conlleva un interés por acentuar valor al manejo de la información, para darle sentido a su trabajo, en función de resolver problemas y transformar la realidad (Friedman, 1991). A pesar de la cantidad de profesionales en comunicación en el país, estos procesos son deficientes y en muchas ocasiones no satisfacen la demanda, ni la expectativa social; esto genera la necesidad de una mayor especialización en la gestión y planificación de la comunicación. Es necesario que los comunicadores realicen procesos debidamente planificados, para asegurar la identificación de escenarios y propiciar diálogos sociales.

Los procesos comunicativos no deben ser entendidos solamente como el intercambio de mensajes entre emisores y receptores, de he-

cho son procesos complejos que posibilitan y dinamizan la sociedad; por tanto, la comprensión y abordaje que se realicen desde la comunicación, deben considerar conocimientos y destrezas específicas que permitan intervenir la realidad con una mirada crítica y propositiva.

Tampoco se debe mirar a la gestión de la comunicación tan solo como la construcción de productos comunicacionales. Una mirada miope reduce la comunicación a los productos comunicativos, ya que estos muchas veces son propuestos y ejecutados sin los estudios necesarios que aseguren su pertinencia y eficacia; no se toman en cuenta las particularidades y necesidades sociales, económicas y culturales de las comunidades en las cuales se va a intervenir, tampoco se evalúa la gestión y la planificación, y, menos aún, se sistematizan las experiencias para mejorar los procesos de intervención.

Fortalecimiento de la investigación

En el país existen 76 carreras de comunicación y periodismo (Senescyt, 2015), en su mayoría orientadas a la formación de profesionales para los medios comerciales y el mercado, con incipientes niveles de investigación y al margen de los procesos de desarrollo nacional; en este sentido, para el ejercicio profesional de los comunicadores, se debe fortalecer su vinculación con la sociedad y sus capacidades de investigación y articulación a redes académicas y científicas.

La situación es compleja, la oferta académica de posgrados es escasa, existen pocas instituciones educativas que ofrecen maestrías en el país y, la de doctorados es nula (Senescyt, 2015); esto se evidencia en la escasa producción académica en el campo de la comunicación.

Según la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social —FELAFACS— uno de los problemas de la investigación es que la comunicación, como campo disciplinar, adolece de objeto y métodos propios (Punín, 2012b), por lo que es una actividad de otros campos disciplinares; esto estaría generando entre otras cosas, que sea

difícil conseguir fondos para las investigaciones en comunicación, incidiendo negativamente en el desarrollo de la producción de conocimientos en este campo. Otro de los problemas es la orientación que tienen las facultades y carreras de comunicación; según Punín (2012b), en la mayoría de carreras y facultades, “los planes académicos tienen acercamientos a la parte práctica y técnica del periodismo (reportería), matizada con el uso de las nuevas tecnologías” (p. 20) o, en su defecto, tienen una orientación hacia el mercado. Además habría que considerar que las universidades que realizan investigación de la comunicación generalmente replican modelos de investigación de Estados Unidos y Europa.

...la formación de comunicadores sociales en la región no parte de un modelo propio - único, sino por el contrario, al igual que los procesos de investigación en comunicación, toman como referencia las propuestas teórico-conceptuales de Norteamérica y en segunda instancia los postulados teóricos europeos (Punín, 2012, p. 154).

Refiriéndose al contexto latinoamericano, Sierra Caballero, considera que:

...el campo académico está devaluado y es objeto de críticas por el mundo empresarial. La proliferación de licenciaturas en comunicación ha devaluado, según la lógica del saber-poder, el valor de los saberes profesionales como parte de la estrategia económica que favorece el dumping social, dejando de lado la misión fundamental de la universidad. Como consecuencia, el desprestigio profesional y el excesivo pragmatismo han impedido el apoyo estatal hacia políticas de investigación básica y la ayuda a la formación de investigadores capaces de renovar el campo, práctica y teóricamente (Punín, 2012b, p. 15).

Un problema importante es nuestra raíz cultural, que se caracteriza por la oralidad y no por la escritura, generando serios obstáculos en la construcción textual y el registro documental de los procesos de pensamiento, esto obliga a ser creativos en la construcción de nuevas metodologías como la producción colectiva y la narrativa polifónica, para propiciar la escritura académica en el campo de la comunicación.

Además de la poca investigación en el país y América Latina, hay falencias en su difusión y tampoco existe una cultura de vinculación a redes académicas de conocimiento. Es importante impulsar en la universidad y en la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana, procesos de investigación, escritura académica y difusión.

El desafío para las facultades y carreras de Comunicación es reorientar sus procesos formativos, para darle peso a la investigación en comunicación, lo cual implica reorientar los currículos para que salgan de sus miradas instrumentales y avancen hacia la búsqueda de la solución de los problemas concretos que tienen las sociedades. La investigación en comunicación, en este sentido, debe ser asumida con seriedad por las instituciones de educación superior y, de forma permanente, facilitar de los espacios, recursos, formación y organización de los talentos humanos.

Cabe recalcar que por la complejidad del objeto de estudio, el campo de la comunicación no puede ser explicado desde un solo paradigma o un conjunto de teorías que constituyan una comunidad científica y formen una disciplina (Kuhn, 2002); es necesario un abordaje inter y transdisciplinario que explique la comunicación desde diferentes perspectivas epistemológicas, para contribuir al enriquecimiento de su campo de estudio. Como proponen una serie de autores que han reflexionado sobre teorías de la comunicación contemporánea, es necesaria una aproximación a la comunicación desde una perspectiva funcionalista-sistémica para dialogar sus postulados con otros paradigmas como el crítico (Karam, 2012; Rodrigo Alsina, 2001). A fin de cuentas, los estudios de comunicación son de carácter interdisciplinario e incluso transdisciplinario, situación que implica la necesidad de plantear diálogos que rompan con la estructura clásica de los paradigmas.

A modo de conclusión

En la perspectiva señalada, la carrera de Comunicación, asume en su proceso de formación académica el paradigma crítico de la comuni-

cación que supone que los comunicadores deben asumir una posición orientada a la transformación de la sociedad, lo cual implica trabajar con los sectores y actores sociales excluidos para ubicar sus problemas, determinar sus necesidades y aspiraciones, construir sus propuestas mediante el diálogo social con las diversidades y las diferencias, informar a la sociedad sobre sus problemáticas, necesidades y propuestas y al Estado sobre el alcance de las políticas públicas y orientaciones sobre las normativas que permitan el desarrollo territorial con equidad, solidaridad e interculturalidad.

La formación del comunicador no puede estar al margen del análisis y lectura crítica respecto a los acontecimientos sociales, económicos, políticos y culturales, que marcan el devenir de nuestro país y determinarán el rol que deben cumplir los comunicadores en el ejercicio de la profesión, para la participación social, la construcción de ciudadanías, el ejercicio de derechos, el fortalecimiento de la identidad y el ejercicio pleno de la interculturalidad.

El itinerario de formación y la organización de los aprendizajes trabajados en el proyecto de rediseño curricular de la carrera, deja de lado la mirada instrumental de la comunicación y propone aprendizajes desde la práctica y experimentación. Desarrolla las competencias para la generación de procesos y la formulación, ejecución y evaluación de proyectos encaminados a la solución de problemas o necesidades, en un marco de procedimientos éticos que permitan el ejercicio pleno de la comunicación.

Hemos asumido la responsabilidad de orientar los aprendizajes teóricos y prácticos para la formación integral de los comunicadores, promoviendo la investigación en comunicación, la vinculación con la sociedad y la producción de contenidos que den respuestas a las necesidades de la sociedad en su conjunto, en concordancia con los objetivos nacionales y particularizando los objetivos profesionales.

Bibliografía

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1994). *Dialéctica de la ilustración*. Valladolid: Trotta.
- Arcotel (2009). Informe Definitivo. Obtenido de <https://goo.gl/GMRja9>
- Barranquero, A. (2005). Latinoamérica en la ruptura del paradigma de la comunicación para el desarrollo. El recorrido de los pioneros en la búsqueda de alternativas democráticas. *Punto Cero* 10(11), 2º Semestre.
- Barker, C. (2000). Estudios culturales: teoría y práctica. En Juan José Igartua y María Luisa Humanes, *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de reproductibilidad técnica*. México: URTEXT.
- Beltrán, L. R. (2014). *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. Madrid: Luces de Gálibo.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Contreras, A. (2015). *El límite es el infinito. Relaciones entre integración y comunicación*. Quito: Ciespal.
- Cordicom (2014). Listado de medios de comunicación social de carácter nacional. Obtenido de <https://goo.gl/a8kkoJ>
- Documento Rediseño Comunicación UPS (2015). Documento de Rediseño de la Carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS). Aprobado por Consejo Superior de la UPS y remitido al Consejo de Educación Superior del Ecuador (CES). Inédito.
- Friedman, J. (1991). *Empowerment. The Politics of Alternative Development*. Massachusetts: Blackwell.
- Forbes (2015). La lista Forbes de multimillonarios. Obtenido de <https://goo.gl/RMkKrx>
- García Marín, D., y Aparici, R. (2017). *Comunicar y educar en el mundo que viene*. Barcelona: Gedisa.
- Garrido, L. (2011). Habermas y la teoría de la Acción Comunicativa. *Revista Razón y Palabra*, 75, febrero-abril.
- Habermas, J. (1992). *Teoría de la acción comunicativa II: crítica a la razón funcionalista*. Madrid: Taurus Humanidades.
- Hall, S. (2010). El trabajo de la representación. En E. Restrepo, C. Walsh y V. Vich (Eds.), *Sin garantías: Trayectorias y problemáticas en estudios culturales*. Popayán: IEP, UASB, IESCP.

- Hassan Montero, Y. (2015). *Experiencias de usuarios: Principios y métodos*. Obtenido de <https://goo.gl/C7EYsB>
- INEC (2016). *Tecnologías de la comunicación y la información TICS 2016*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos -INEC. Obtenido de <https://goo.gl/xGiMeg>
- INEVAL (2014). *Resultados de la evaluación Ser Estudiante 2013*. Instituto Nacional de Evaluación Educativa. Obtenido de <https://goo.gl/9Wvtco>
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia y los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Karam, T. (2012). Debates y propuestas para repensar las articulaciones entre la comunicación teórica y la comunicación práctica. *Diálogos de la Comunicación*, 85.
- Kuhn, T. (1981/2002): ¿Qué son las revoluciones científicas? En T. S. Kuhn, *El camino desde la estructura*. Barcelona: Paidós.
- Martín Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. México: GG.
- Martín Serrano, M. (1982). Las formas posibles de interacción. En Martin Serrano et al., *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid: Alberto Corazón.
- Marcuse, H. (1993) *El hombre unidimensional: Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Planeta.
- Pineda, M. (2011). *Nuevas aproximaciones teórica de la comunicación en un entorno posmoderno*. Portal Comunicación: Lecciones del portal. Obtenido de <https://goo.gl/k5Ugh7>
- Piscitelli, A. (2002). *Cibercultura 2.0 en la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós.
- Punín, M.I. (2012). *Análisis de la formación de comunicadores sociales en el Ecuador. Casos: Universidad Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Universidad Técnica Particular de Loja*. (Tesis de doctorado). Universidad Santiago de Compostela. Obtenido de <https://goo.gl/R2iXk5>
- _____ (2012b). Los estudios de comunicación social/periodismo en el Ecuador. Una visión crítica al rol de la universidad y la academia. *Chasqui*, 118, 8.
- Quijano, A. (2014). *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonial del poder*. Buenos Aires: Clacso.
- Ramos, S. (1979). *El perfil del hombre y la cultura en México*. México: UNAM.
- Rodrigo Alsina, M. (2001). *Teorías de la comunicación: Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: UAB.

- Schiller, H. (1976). *Communication and cultural domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- Scolari, (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Senescyt (2015). Consulta de carreras relacionadas a comunicación. Obtenido de <https://goo.gl/uTTUFp>
- Wallerstein, I. (2005). *Análisis de sistemas-mundo: Una introducción*. México: Siglo XXI.
- Wurman, R., Leifer, L., y Sume, D. (2001). *Angustia informativa*. Buenos Aires: Prentice Hall.