

Escuelas de Comunicación y mercado de trabajo

Mauricio Andión*

Aludir a la relación entre el mercado de trabajo y las escuelas de comunicación, nos conduce necesariamente a una reflexión en torno al momento histórico presente y futuro.

México vive en la actualidad un periodo de intensas y rápidas transformaciones: estamos en crisis. Esto quiere decir que las cosas habrán de ser diferentes a como eran en el pasado.

A reserva que las fuerzas sociales, actualmente en pugna, modifiquen radicalmente la trayectoria de nuestro devenir social, México tiende hacia la plena integración con el mercado internacional. Ello significa que estaremos sometidos a una lógica de intercambio e interacción social propia del capitalismo posindustrial; nos incorporaremos, en breve, al orden de la sociedad informatizada.

Nos encontramos, pues, en medio de un proceso de rearticulación de las estructuras sociales, desde donde se avizora un nuevo modelo de desarrollo económico, social y político, a través del cual se establecerán las condiciones para el libre flujo de la información y la participación de la multiplicidad de agentes, grupos y fuerzas sociales que interactúan en nuestra sociedad.

El capitalismo actual, como modo de producción y reproducción social, supone la diversificación de las funciones sociales y la progresiva división técnica del trabajo. Es así como las relaciones entre la estructura productiva y las ins-

* Profesor de la UAM-Xochimilco.

tancias de reproducción social y cultural de México se encuentran en un estado de transición. Todo hace suponer que el proceso de formación de cuadros profesionales tenderá a orientarse hacia la especialización.

Esta tendencia nos podrá conducir hacia procesos de fragmentación, diversificación, atomización o descentralización; pero en última instancia, el espacio social se transforma en un sistema más complejo y flexible. De ahí la importancia de la comunicación como función social. La interdependencia entre las distintas formaciones sociales se constituirá en la norma, y en este sentido se requerirá de agencias y agentes que funjan como intermediarios entre una inmensa variedad de instancias de acción social. La especialización derivará en necesidades de integración, vinculación, interconexión e instauración de redes de intercambio material y simbólico.

Desde esta perspectiva, los profesionales de la comunicación deberán asumir el papel de mediadores que integren y orienten la acción política, económica, cultural e ideológica propia del espacio social en que se inscriban.

Por estas razones se hace difícil pensar en un mercado de trabajo restringido al ejercicio de la comunicación. Desde nuestro punto de vista, sería más apropiado referirnos a un campo profesional cuyos límites coincidan con los del espacio social global.

A partir de este presupuesto general, trataremos de demostrar la pertinencia de reorientar el proceso de producción de cuadros profesionales especializados en comunicación hacia la formación de agentes capaces de insertarse intencionalmente en los flujos de intercambio simbólico, a través de medios y técnicas específicos.

1. El "boom" y sus secuelas

Es conocida la vertiginosa expansión que han observado desde hace tres décadas las escuelas de comunicación en

México. Año con año crece el número de instituciones que ofrecen licenciaturas relacionadas con las prácticas comunicativas. El fenómeno ha adquirido tales dimensiones, que en la actualidad resulta difícil determinar su número exacto,¹ en todo caso, podríamos afirmar con certeza que por lo menos pasan de setenta, esto sin tomar en cuenta a las escuelas técnicas y de nivel medio superior.

Este crecimiento tan desproporcionado, en cuanto que se ajusta a una lógica de distribución desigual, ha respondido por un lado, a las características de nuestro modelo de desarrollo, que hasta ahora ha favorecido la concentración de información y poder en regiones restringidas del espacio social; y por otro, a la transformación de nuestra sociedad ante la inserción y expansión de los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías asociadas a la producción y distribución de mensajes.

En los años sesenta aparecieron los primeros síntomas de este proceso, esto es, cuando surge la primera licenciatura en comunicación, se tenía la idea de que el "mercado natural" de los egresados de esta carrera debía ubicarse en los medios masivos. Se trataba de una época donde la rápida propagación de los medios electrónicos se revelaba como un nuevo y misterioso fenómeno frente al cual sólo unos cuantos tenían posición definida: por una parte, los sectores asociados al capital comercial, que desde hacía tiempo veían en la radio y la televisión un soporte para garantizar sus negocios, y por otra, el sector académico, que a su vez se debatía entre las potencialidades de estos medios en tanto asociables al desarrollo y la modernización de la sociedad,² y los efectos

1. Cfr. Catálogo de Instituciones CONEICC-1988.

2. Cfr. Lerner, Daniel, *Toward a Communication Theory of Modernization*, en Lucien Pye (comp.) *Communications and Political Development*, Princeton University Press, E.U.A. 1963.

Schramm, W., *Mass Media and National Development*, Stanford University, Press, E.U.A. 1964.

Rogers E. M., A. Shoemaker F. F., *La comunicación de innovaciones*, Herrero, México, 1971.

nocivos que podrían derivar de la capacidad de penetración de los medios en la conciencia colectiva.³

En estas condiciones, se difundió la creencia de que todo aquel que quisiera trabajar en la televisión, radio, cine y demás industrias culturales, tenía que cursar la licenciatura en Comunicación, con la consecuente proliferación de escuelas destinadas a abastecer dicho “mercado de trabajo”.

Muy pronto comenzaron a manifestarse las primeras contradicciones derivadas de esta creencia: cuando las primeras generaciones de egresados advirtieron en la práctica que para ingresar a los medios no bastaba tener estudios universitarios, pues se trataba de “territorios habitados”, estructuras de poder a las que sólo se podía acceder vía aprendizaje de las reglas propias del campo; disposiciones previamente impuestas y legitimadas por los agentes que originariamente habían fundado tales instituciones.

A partir de ese momento, los comunicólogos se convirtieron en intrusos, “señoritos” recién llegados que no sabían nada de los rigores del trabajo industrial de producción masiva de bienes simbólicos: el “mercado natural” debía ser conquistado.

De una u otra forma, los universitarios de la comunicación se abrieron paso por los agitados terrenos de la industria cultural. No obstante, la oferta de trabajo en este ámbito de la producción simbólica era limitado, primordialmente debido a la ausencia de una política congruente del Estado en materia de comunicación social, que propició la concentración de poder y dio lugar a la formación de un monopolio controlado y compartido entre el Estado y un pequeño grupo asociado al capital comercial.

Si bien en la década de los setenta el Estado comienza a desarrollar acciones tendientes a regular el uso de estos medios

3. Cfr. Klapper, Joseph T., *The Effects of Mass Communication*, N.Y. D. Mckay, E.U.A., 1966.

y a participar en el campo de producción masiva de bienes simbólicos, instalando para ello su propia estación televisiva y financiando directamente proyectos cinematográficos, ello no hizo sino reforzar la tendencia monopolizadora.

Todavía en 1983, Alberto Rojas Zamorano apuntaba:

es evidente la ausencia de una visión nacional en la conducción de la comunicación social que atienda a las necesidades más urgentes del país. En este sentido, la política del Estado mexicano ha sido contradictoria; carecemos pues de una política gubernamental estructurada y coherente que promueva un desarrollo distinto (nacional y participativo) de las comunicaciones. No existen modelos regionales de comunicación que contemplen y atiendan integralmente los variados matices políticos, económicos y sociales de las diversas zonas del país. Ha prevalecido una comunicación social autoritaria, meramente “informativa” y alienante, conducida por un grupo muy reducido de la población. Se ha concebido en general a la comunicación social como una industria y no como un servicio público.⁴

Ante estas evidencias, la idea de “mercado natural” comenzó a desvanecerse y en algunos centros académicos se trasladó la atención hacia lo que se denomina “comunicación alternativa”. Si la opción no estaba en los medios, había que volver la mirada hacia los conglomerados sociales.

Sin embargo, al analizar los procesos alternativos de intercambio simbólico, se pudo observar que incluso estos espacios estaban ocupados por agentes tradicionalmente identificados como comunicadores (maestros, merolicos, sonidistas, rotulistas, abogados, entre otros) con quienes había que competir, con la desventaja de que dichos agentes poseían un arraigo en sus respectivos campos de acción, del cual carecían los comunicadores salidos de la universidades y que ellos mismos debían construir si pretendían servir efectivamente a la comunidad.

4. Rojas Zamorano, A., *La formación y la práctica profesional de los recursos humanos en la comunicación social*, en Seminario de Comunicación Social, UAM-A, México, 1983, p. 88.

Si bien en el análisis y orientación de las prácticas comunicativas este enfoque continúa cultivándose en unas cuantas escuelas de comunicación, en general el grueso de estas instituciones educativas sigue encaminando sus esfuerzos en el sentido de formar cuadros para los medios.

En un diagnóstico llevado a cabo por el CONEICC en 1981 entre 24 escuelas de comunicación, se podían distinguir tres tipos de *curricula*:

- a) los de corte marcadamente profesional o práctico;
- b) los que hacen énfasis en los aspectos teóricos; y
- c) los que procuran equilibrar los aspectos teóricos y los prácticos.”⁵

De entre estos tipos de orientación, aproximadamente la mitad se ubican en la primera categoría que se caracteriza básicamente por la preeminencia del adiestramiento técnico que se supone es el que demanda el “mercado de trabajo”, es decir, los medios masivos.

El resto de las instituciones propone en sus “*curriculas* explícitos” ya sea la formación de estudiosos de la comunicación y los menos, buscan articular teoría y práctica sin que se logre expresar con claridad el tipo de profesional que pretenden formar.⁶

No se tienen datos más recientes respecto a qué estado guarda la enseñanza de la comunicación a nivel superior, pero si hiciéramos una proyección de las condiciones en que operaba hace ocho años, tomando en cuenta el deterioro que ha sufrido el sistema de educación superior durante la crisis económica, podríamos imaginarnos, no sin cierta consternación, las secuelas que ha dejado este fenómeno de crecimiento acelerado de la oferta educativa en el área de la comunicación.

En ese entonces las escuelas de comunicación se caracte-

5. CONEICC, *Diagnóstico de la enseñanza de la comunicación social en México*, Mimeo, México, nov. 1981, p.4.

6. CONEICC, *ibidem*; *passim* pp. 5-7.

rizaban por ofrecer una instrucción fundada en principios pedagógicos teórico-deductivos cuyo principal efecto consistió en separar arbitrariamente la teoría y la práctica. Con una planta docente inadecuadamente remunerada; graves deficiencias en su preparación pedagógica y académica; profesores contratados por asignatura cuyo único compromiso con la enseñanza apenas rebasaba el esquema de la transmisión mecánica e unilateral de contenidos académicos.

Asimismo, se advertían insuficiencias en materia de instalaciones y equipo técnico, saturación de salones y la ausencia evidente de políticas de investigación referidas no sólo a la producción del conocimiento, sino a su vinculación con las actividades docentes.⁷

En la actualidad, las cosas no son muy diferentes: existe una profunda desarticulación entre la formación de profesionales de la comunicación, y las necesidades sociales propias del momento histórico por el que atraviesa nuestro país.

2. El sentido de la enseñanza de la comunicación

Quizá una de las consecuencias más graves que ha dejado el acelerado crecimiento de las escuelas de comunicación sea la confusión respecto a la especificidad del quehacer profesional de los egresados. Aun hoy en día no existe en el medio académico un acuerdo, o cuando menos un consenso, en torno a lo que es y hace un licenciado en Comunicación; mientras tanto, un caudal incontenible de egresados continúa aventurándose al “mercado de trabajo” con el propósito de ejercer su muy particular concepto de profesión.

No se sabe a ciencia cierta cuál es y ha sido el destino y trayectoria de estos agentes; he aquí una tarea impostergable;⁸

7. CONEICC, *ibidem*; *passim* pp. 27-36.

8. Actualmente la Coordinación de la carrera de Comunicación de la UAM-X realiza una investigación que tiene como objetivo crear un sistema de seguimiento de estudiantes y egresados, a fin de conocer sus características sociales y culturales, así como su trayectoria en el campo profesional.

pero es probable que no estén concentrados en un solo sector, sino que se hayan dispersado por todo el espacio social.

La comunicación es un hecho social que se produce continua y permanentemente hasta en el último intersticio de la sociedad; constituye una función en la que participan todos los agentes al entrar en contacto entre sí. A partir de esta relación es posible comprender el proceso de producción y reproducción de la cultura y, al mismo tiempo, es un recurso costancial al ejercicio del poder.

Con base en estos presupuestos, es posible establecer la hipótesis sobre que los profesionales de la comunicación hayan encontrado ubicación en todo aquel espacio en el que se requiera de un agente que opere conscientemente sobre los mecanismos de interacción social, en el plano de los intercambios simbólicos, con la intención de legitimar una forma cultural determinada a través de medios y técnicas específicos. Seguramente estarán ahí, ocultos, encubiertos bajo la forma de sacerdotes, profetas o brujos; o en otros términos, de científicos sociales, periodistas, ideólogos, poetas, artistas, diseñadores, productores de radio y de televisión, y hasta de funcionarios públicos.

Contra todo lo que pudiera suponerse en razón del desprestigio de que ha sido objeto esta profesión,⁹ la licenciatura en Comunicación está llamada a convertirse en una carrera prioritaria en la consecución de las tendencias propias de la sociedad contemporánea.

Nos encontramos en un periodo de profundos cambios que nos conducen inexorablemente a la sociedad informatizada; ello entraña un viraje radical en la concepción de nuestro desarrollo. Si antes nos sentíamos privilegiados por ser un país de "inagotables" recursos naturales, transferibles al mejor postor; o bien por una ubicación geográfica que representa el cruce perfecto norte-sur-este y oeste, colindan-

9. Comúnmente se asocia a la licenciatura en Comunicación como una carrera femenina circunscrita al medio televisivo y cinematográfico.

te con el mercado más grande del mundo, hoy las cosas adoptan un rumbo distinto. La complejidad de los sistemas de producción e intercambio de manufacturas y servicios supone una fragmentación de las cadenas productivas hasta en sus elementos más simples; esto exige la coordinación y articulación de cada una de las partes del proceso, con la participación de todos los agentes económicos en nuestras diversas regiones. En lo sucesivo, una manufacturera competitiva, dentro o fuera de nuestras fronteras, será aquella que porte un alto componente de servicio, lo que a su vez supone la innovación de redes operadas por mediadores capaces de distribuir la información necesaria para la realización de los productos en los diferentes mercados.

Asimismo se requerirá información cada vez más especializada y oportuna respecto a los avances técnicos y científicos aplicados a cualquier esfera de la producción; y desde luego, será preciso mantenerse actualizado en torno al comportamiento de un número casi ilimitado de mercados.

En este sentido, la información se ha convertido ya en un insumo estratégico tanto en la concepción de productos como en su elaboración y distribución, de modo que la competitividad queda circunscrita a la capacidad de generación, abasto, proceso y distribución de información especializada y oportuna.

También desde una perspectiva política puede apreciarse el papel de la información en el ejercicio del poder. De hecho en la coyuntura actual, marcada por la necesidad de conducir las fuerzas sociales hacia un nuevo esquema de desarrollo, se hará imprescindible la construcción de una identidad fundada en la participación conjunta de los sectores sociales, donde es evidente la relevancia de profesionales que posean una amplia capacidad de lectura del comportamiento social.

La puesta a punto del país en las actuales circunstancias requiere crear las condiciones para promover relaciones

sociales más interdependientes orientadas al máximo aprovechamiento de los recursos disponibles. Esto conlleva a la intensificación de la lucha ideológica, así como a la diversificación de los métodos de ejercicio del poder. En adelante, tanto las conflagraciones como los consensos tienden a situarse en la esfera de lo simbólico. Hoy más que nunca se impone la apertura de los medios de comunicación y el uso intensivo de sistemas de información.

Así pues, concurrimos hoy al umbral de una nueva sociedad, más compleja y al mismo tiempo flexible, sostenida sobre una intrincada red de intercambios simbólicos, a la cual será preciso abastecer de cuadros capaces de cumplir una función de enlace e integración.

Con una formación consecuente con las características de la sociedad actual y sus tendencias, el profesional de la comunicación tiene en sus manos la posibilidad de modificar el prejuicio sobre el carácter frívolo y accesorio de la comunicación. Ahora deberá enfrentarse a problemas de increíble magnitud y trascendencia, pues será quien se sitúe en el centro de las contradicciones sociales y busque disolverlas para restablecer el flujo de los intercambios simbólicos en el conjunto del espacio social. Así pues, su ámbito de acción lo constituye la sociedad misma y le corresponderá a él decidir cuál será su campo de incidencia específico, de acuerdo con las determinaciones sociales a las que haya estado expuesto.

Si nos parece plausible esta serie de argumentos, podemos coincidir en la necesidad de redimensionar el sentido de la licenciatura en comunicación, esto es, romper con la noción restringida de mercado de trabajo, y concebir la práctica del profesional de la comunicación como un conjunto de formas de acción política, ideológica y cultural.

Dentro o fuera de las universidades, los egresados de las carreras de comunicación tendrán que aprender que su papel como profesionales no está definido de antemano, sino

que adquiere especificidad al enfrentarse a la resolución de determinados problemas comunicativos en el plano de abstracción en que éstos se ubiquen, por lo que necesitarán ser capaces de leer e interpretar la realidad social con precisión, a efecto de adaptarse a espacios de interacción en permanente devenir.

Es preciso formar especialistas en el “arte de establecer vínculos”; sujetos versátiles, con visión global de los procesos sociales, dispuestos a utilizar todos los recursos a su alcance (lenguajes, medios, técnicas) con el fin de mantener abiertos los múltiples canales de comunicación entre el conjunto de los agentes que componen el espacio social. En un mundo de especialistas se hará necesario contar con cuadros que cumplan la función de integrar y dar sentido a los procesos de producción y reproducción social.

Cabe ahora preguntarse sobre la forma de crear las condiciones para preparar este tipo de recursos humanos en el contexto del sistema de educación superior vigente en nuestro país.

Es indudable que el principal espacio de lucha será el terreno jurídico-político. La participación en la toma de decisiones, en lo que se refiere a las políticas del Estado en materia de educación superior, constituye una tarea impostergable. Se requerirá un mayor presupuesto y la reactivación de la planeación académica, así como la rearticulación de los patrones de acción y funcionamiento de las universidades, en especial de las carreras de comunicación.

Con instituciones de educación superior depauperadas, burocratizadas, sujetas a tradiciones arcaicas, tanto en sus métodos como en sus técnicas de enseñanza, difícilmente se logrará ajustar el rezago en que ha caído el proceso de producción de cuadros profesionales respecto a las actuales condiciones de desarrollo social, político y económico. No obstante, en el campo específicamente académico hay diversas acciones cuya realización es urgente.

En primer lugar conviene acabar con el mito de que el

licenciado en Comunicación tiene a los medios masivos como mercado exclusivo de trabajo; para ello es fundamental involucrarse en una lucha ideológica dentro de las instituciones, a través de diversas estrategias políticas y académicas que desemboquen en el rediseño de los modelos curriculares vigentes.

El perfil profesional que hemos esbozado sólo puede materializarse dentro de una *curricula* flexible y dinámica. Si de lo que se trata es de formar agentes sociales versátiles y adaptables, capaces de insertarse oportuna y eficazmente en los flujos de intercambio simbólico, tendremos que comenzar a pensar en modelos curriculares que enfatizen la capacidad de conocer el carácter social de la acción comunicativa.

Objetivos de esta naturaleza no se logran desde luego con cursos temáticos esparcidos arbitrariamente por la estructura curricular, pues ello propicia en el alumno una visión fragmentada de la realidad. Hay que explorar métodos didácticos innovadores que articulen la teoría y la práctica a través de la resolución de problemas concretos.

Es importante reformular el sentido de la enseñanza de la comunicación; transformarla en un proceso activo donde los estudiantes desarrollen proyectos de investigación que deriven en la producción de mensajes; de este modo, las técnicas adquieren su peso específico en el proceso comunicativo, esto es, como herramientas adecuadas a una estrategia de interacción social.

En efecto, resolver un problema de comunicación, en un contexto social específico, implica el adiestramiento en el pensamiento sistemático y el desarrollo de la creatividad, lo que conduce a la necesidad de integrar la investigación y la docencia.

Desde hace más de tres lustros, se viene discutiendo la pertinencia de este principio educativo, y hoy más que nunca adquiere vigencia para el caso de la formación de los profesionales de la comunicación.

El principal obstáculo para la instrumentación de esta propuesta como estrategia educativa, se ubica en la concepción teórico-deductiva del proceso de enseñanza-aprendizaje y su correlato en el diseño de modelos curriculares centrados en un enfoque disciplinario de las profesiones.

Si existe una práctica profesional que puede ser identificada como interdisciplinaria, ésta sería justamente la del comunicador, pues la explicación del fenómeno comunicativo obliga a la concurrencia del conjunto de disciplinas sociales. De ahí que si se quiere ser congruente con el esquema teórico-deductivo de enseñanza, para ser comunicadores primero tendríamos que ser sociólogos, luego lingüistas, después semiólogos y quizá algún día podríamos considerar que estamos en condiciones de entender lo que es la comunicación.

Esta falacia se refleja claramente en la mayoría de los planes de estudio de las carreras de comunicación¹⁰ que aparecen pobladas, o mejor dicho, rociadas de cursos introductorios de todas las disciplinas sociales imaginables. El resultado es que ni se forman sociólogos, ni lingüistas, ni nada parecido, y mucho menos se entiende qué tienen que ver todas estas formas de aproximación teórica con la práctica profesional.

La alternativa consistiría en trascender este viejo esquema de percepción y acción pedagógica para comenzar a pensar en la capacitación de profesionales a partir de la resolución de problemas concretos, esto es, que tengan relación directa con lo que sucede en el mundo real.

Los estudiantes de comunicación deben aprender, antes que nada, a comunicarse y esto sólo se logra enfrentándolos a situaciones comunicativas: creando las condiciones para que logren plantearse problemas de comunicación y busquen sus soluciones posibles.

10. *Cfr.* CONEICC, *op. cit.*, 1981.

De esta manera, cada problema comunicativo supondrá el análisis del contexto social específico en donde se verifica la relación de intercambio simbólico, lo que daría lugar a un proceso de investigación alrededor del cual se integren los contenidos académicos.

En estas condiciones, la investigación está en posibilidad de cumplir la función de eje articulador de la actividad docente, situando a los sujetos educativos (maestros y alumnos) en una posición que les permita:

1. Acudir al conocimiento teórico de manera intencional.
2. Desarrollar estrategias metodológicas acordes al objeto de conocimiento que supone el problema planteado.
3. Aprovecharse de la información empírica o documental suficiente para caracterizar el contexto problemático.
4. Sintetizar el conocimiento adquirido en función de un encuadre teórico metodológico preciso.

Una vez ubicado el problema comunicativo y reconocidas sus implicaciones teóricas y prácticas, los estudiantes estarían en condiciones de *decir* algo; consecuentemente, las actividades de aprendizaje tienen que orientarse a la construcción de una estrategia comunicativa.

La producción de mensajes queda así sustentada sobre la base de un conocimiento pormenorizado del contexto de la enunciación, de donde habrán de desprenderse los criterios para elegir los medios y las técnicas apropiados a la naturaleza del vínculo comunicativo que se está buscando crear.

“Los talleres” desde esta perspectiva, símbolos arquetípicos de las carreras de comunicación, pueden adquirir una dimensión distinta ya que dejarían de ser fines en sí mismos, para convertirse en instancias de apoyo a las que se acude con proyectos de producción específicos y programas de trabajo definidos.

Quedan así descartados los programas introductorios de fotografía, diseño, televisión, computación y demás

“cursos-talleres” contruidos, a su vez, bajo la lógica del saber disciplinario.

Como parte de un proceso de enseñanza-aprendizaje con estas características, los estudiantes adquieren la oportunidad de liberarse de su proverbial condición receptiva, para ir en busca del conocimiento, motivados por la certeza de que sus prácticas académicas tienen que ver con lo que se hace en el campo profesional, y que su trabajo está cumpliendo con una función social concreta que consiste, simple y llanamente, en comunicar algo a alguien en circunstancias reales.

Sólo entonces sabrán que su papel en la sociedad consiste en ser comunicadores, sujetos especializados en tender vínculos, nexos, integrar visiones de mundo, enlazar conciencias, en suma, agentes capaces de insertarse intencionalmente en los flujos de intercambio simbólico, a través de medios y técnicas específicos.

Corolario

Aun cuando la viabilidad de estas propuestas puede ser puesta en duda, el hecho es que las condiciones en que operan actualmente las escuelas de comunicación; el peso de la crisis económica; la dinamización de las relaciones sociales; e incluso el riesgo de una recesión mundial; son argumentos que pueden reforzar una visión pesimista del futuro, o bien motivar algunas acciones propositivas desde el campo de la comunicación.

De ser este último el caso, debemos tomar en cuenta que cualquier transformación se inicia en lo concreto de la realidad inmediata; es evidente que es la planta docente de una institución la que puede impulsar un proyecto académico congruente con las circunstancias de hoy.

Si fuera posible realizar nuestra utopía, tendremos que comenzar a trabajar con los maestros. La formación de

profesores debe ser el punto de partida, pues todo lo que se haga por ellos repercutirá necesariamente en el aula, es ahí donde se produce la acción pedagógica hasta traducirse en un conjunto de prácticas sociales que transmiten visiones del mundo, formas de ser, cultura.

Transformando las formas culturales, las maneras de proceder, de hacer las cosas en un determinado espacio social, como es el caso de las instituciones educativas, podremos transformar las reglas del campo en donde ejercemos nuestra actividad docente. Los modelos curriculares lo registrarán, y antes de lo que pensamos habremos cambiado el sentido y dirección del proceso curricular en que estamos inscritos.