

El quinto perfil de la enseñanza universitaria.

Actualizando el concepto del profesional en comunicación

Tanius Karam Cárdenas¹

Entrada: que 10 años no es nada

Hace poco más de diez años postulamos en un texto la existencia de cuatro modelos de enseñanza de la comunicación en los estudios y formación del comunicador o más propiamente del perfil de egreso en el profesional de la comunicación (Karam 2005), a veces también nombrado con el término “comunicólogo”.² Con nuestra reflexión intentamos precisar los significados sobre el profesional de comunicación, que puede conllevar, entre otros

1 Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Profesor-Investigador de la Academia de Comunicación y Cultura, Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, SNI, nivel I, Conacyt. tanius@yahoo.com, tanius.karam@uacm.edu.mx

2 El término suele referir a una persona o profesional versado con la comunicación, pero esto es muy inexacto. Entendemos por “comunicólogo” el científico, académico que tiene como objeto central de su reflexión a la comunicación y usa los métodos de las ciencias, de las humanidades y las ciencias sociales para generar un conocimiento básico sobre los problemas y asuntos vinculados a la comunicación.

beneficios, pensar otros aspectos del “campo de la comunicación”,³ las interrelaciones de las escuelas, centros de estudios o de investigación, espacios laborales y profesionales, así como un espacio para repensar las teorías de comunicación a la luz no de objetos o problemas básicos, sino de las implicaciones dentro del estudio de la profesión y sus espacios laborales.

Para este año 2015 la convocatoria del Anuario AMIC nos ha invitado a sus miembros a reflexionar sobre los acuerdos y la discusión del núcleo disciplinario. En ese sentido aunque este texto no es centralmente sobre teorías de comunicación, las supone desde un análisis aplicado a la reflexión sobre plan de estudios y perfil profesional. A nivel más amplio esta discusión se ubica dentro del concepto diseño curricular, lo que es algo que no vamos a realizar en detalle.⁴

El propósito de este trabajo es revisar el concepto de profesional de la comunicación; para ello en primer lugar proponemos vincularlo a la idea

3 Como es ampliamente conocido el concepto de “campo” proviene de la sociología de Bourdieu. Fuentes Navarro comenzó a adaptarlo desde los noventa al estudio de las escuelas de comunicación; para este autor, el campo es un “espacio socio-cultural específico, en el que concurren actores sujetos a las determinaciones y condicionamientos que definen su identidad y sus funciones sociales desde marcos mucho más amplios que los académicos por una parte y los comunicativos por la otra, pero que con su actividad, socialmente legitimada e institucionalizada, mantienen una cierta *autonomía relativa*” (Fuentes, 1992, pp. 16-26).

4 El diseño curricular es un espacio transversal de reflexión que va de las nociones básicas para definir la comunicación a las prácticas de la comunicación aplicada con toda la complejidad que ello tiene porque se organiza en torno a cuestiones estructurales y a los rasgos específicos del trabajo. Ello permite ajustar y revisar la idea de investigación en comunicación al menos en tres sentidos: la investigación curricular, la vinculada a la comunicación aplicada, y la de relaciones entre la situación del país, las instituciones proveedoras de servicios comunicativos y las características de las prácticas sociales donde se desarrolla la profesión. Cabe subrayar que de todos estos aspectos que incluye la noción currículo en comunicación, aquí nos centraremos en uno solo de sus componentes, el perfil de egreso, o perfil profesional como un ejercicio obligado de delimitación.

weberiana de “tipo ideal” que confrontamos en primer lugar por lo ya dicho por Fuentes (2001) con respecto a su tres modelos fundacionales de enseñanza de la comunicación. Por otra parte vale también la pena considerar, como prueba de la actualización del profesional de la comunicación, el estudio coordinado por Rebeil (2011), en el que señala la existencia, sólo en México, de más de 1000 programas de estudios. No conocemos si esos programas han sido objeto de alguna sistematización, balance o análisis que permita detectar más precisamente tendencias curriculares, perfiles o análisis de ejes formativos. Resulta difícil realizar este trabajo porque supone contar con un banco en planes y programas de estudio, información no siempre accesible.

Del perfil profesional como “tipo ideal”

El concepto de perfil profesional en comunicación lo vinculamos al de “modelo curricular”,⁵ concepto que si bien no desarrollamos en este texto, contiene al de perfil profesional, ya que le da fundamento y permite articularlo con otros niveles de la formación del profesional en comunicación. La concreción de dicho “modelo” es un documento que se puede conocer como “plan de estudios”, y una de sus funciones principales es que las escuelas-facultades logren el reconocimiento necesario —por la Secretaría de Educación Pública (SEP) o la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)— para impartir la licenciatura. Más aún este documento tiene que actualizarse. En algunos casos ciertas universidades ya tienen

5 Conjunto de estructuras que organizan premisas pedagógicas, su distribución de unidades de aprendizaje y las posibles agrupaciones derivados de ellos. Este modelo fundamenta el diseño curricular, es decir “el conjunto sistematizado de conceptos, objetivos, contenidos, series de asignaturas, metodologías y criterios de evaluación que definen una carrera universitaria y orientan la práctica educativa, la organización de los recursos pedagógicos de la institución, los procesos de enseñanza aprendizaje y el sentido de la práctica profesional de los egresados” (Fuentes Navarro, 1991, p. 49).

instaurados diagramas para este trabajo, pero por lo general no es así y los procesos pueden ser muy diversos. En nuestra concepción proponemos ver este “plan de estudios” como una “ruta de trabajo” de los equipos encargados de llevarlo a cabo. Por ello creemos que toda reflexión sobre el perfil de ingreso-egreso en comunicación, malla curricular, estado del conocimiento, discusión sobre campo académico tiene un valor estratégico no solo en la ejecución operativa de dicho plan o en el conjunto de actividades administrativas (conseguir maestros, llevar las rutas curriculares de los estudiantes, emitir calificaciones, certificados, etc.), sino que se convierte en un insumo para articular equipos de trabajo que aparte de solamente “dar clases” generen conocimiento y conectividad a partir de las tareas académicas y universitarias sustantivas.

Dentro de nuestra caracterización del profesional en comunicación, proponemos señalar a cada “perfil” mediante una noción metodológica que, si bien existen varias conceptualizaciones de este término,⁶ proponemos acuñar el concepto desde la sociología comprensiva de Max Weber y en concreto de su exposición en *La ética protestante y la formación del capitalismo* (2009) a partir de los tipos ideales. Así como uno de los papeles del sociólogo para Weber era generar instrumentos conceptuales que pudieran ser utilizados tanto por historiadores como sociólogos; los “tipos ideales” son uno de esos instrumentos que permiten agrupar en una noción distintos puntos de vista o la síntesis de fenómenos concretos difusos que se colocan a partir de una construcción analítica unificada, que es puramente conceptual (Weber, 2009).

Este “tipo” es una organización de relaciones inteligibles propias de una

6 Dentro de la literatura sobre diseño curricular hay una gran cantidad de fuentes. Quizá una de las autoras más conocidas sea Frida Díaz Barriga. En la Unidad 3, etapa 2, Díaz Barriga, Lule, Rojas-Drummond y Saad (2000) realizan una caracterización detallada del concepto tradicional de perfil profesional y los problemas asociados a este concepto.

serie de acontecimientos sociales. En Weber el concepto de “tipo ideal” es un instrumento que nos ayuda a explicar aspectos de la realidad social que se quiere abstraer; este concepto ayuda a unificar partes de esa realidad compleja, diversa y heterogénea, y permite una ordenación a través de seleccionar lo que desde una perspectiva dada se considere para los fines de la investigación. El contenido de dicho “tipo ideal” depende de cómo se posicione, de qué posición vital, qué cosmovisión, qué cultura, qué ideas guarde el sujeto frente al fenómeno. Con el concepto de “tipo ideal” se trata de conferir inteligibilidad a la materia, en nuestro caso en la compleja definición que relaciona la evolución del ejercicio de la comunicación, las necesidades sociales, las características del contexto (un diagnóstico, perfil de ingreso y egreso, unidades de aprendizaje, materias o asignaturas), un concepto curricular de comunicación como organizador (horizontal, vertical y transversal) de unidades de contenidos, materias, conjuntos de saberes; y finalmente un perfil de egreso que contiene la información básica del perfil de profesional. El reto principal es vincular —siguiendo la propuesta que aplicamos de Weber— la abstracción de los perfiles profesionales con el estudio empírico que pudiera hacerse en algunas escuelas o centros de estudios.

Hay que señalar que, así como en el mundo real no hay formas en estado “puro”, en el campo profesional no hay perfiles “puros”. El “ideal” en el profesional de la comunicación se realiza con base en las funciones sociales que se le confieren, el tipo de sociedad, a los contextos de trabajo, al valor en el tipo de conocimiento que se considera especializado para realizar funciones específicas. El objeto de una reflexión sobre la que intentamos promover es que ayude a generar nuevas ideas en la articulación del diagnóstico propio de todo plan de estudios, las tendencias educativas, las características del ejercicio laboral de la comunicación en relación al contexto y a la sociedad donde se presupone ese profesional se podría insertar.

Si bien creemos que la sociología comprensiva de Weber tiene una visión muy amplia y su proyecto teórico era mucho más extenso, quizá algunos de los “tipos ideales” que el autor generó y configuró pueden servir como puntas de lanza para cuestionamientos y preguntas; por ejemplo el “tipo ideal de acción” señalado por Weber y basado en las actuaciones de un actor determinado, como la acción de la influencia, puede ayudarnos en la identificación dentro del perfil de egreso en comunicación, para aislar algunos comportamientos y acciones particulares dentro de niveles de abstracción más básicos.

Si queremos recuperar dentro de lo que Fuentes (2001) ha llamado “modelos fundacionales” para la formación de comunicación, y dentro de éstos el “modelo de la formación de periodistas”, el ejemplo aplicado a nuestra lectura de Weber supondría no constituir un modelo único, sino reconstruir un tipo de profesional (“difusionista”) a partir de ciertos caracteres que parecen típicos y permiten una definición funcional.

Weber (2009) señalaba que los tipos no debían ser ni muy generales ni muy específicos, así que aboga por construcciones intermedias. Los “tipos” deben derivarse del “mundo real”, pero no son imágenes especulares del mundo; mejor, han de ser “exageraciones” (comillas nuestras) para que su utilidad sea mayor al vincularlo con datos históricos específicos. Los “tipos ideales” deben tener sentido en sí mismos, y el significado de sus componentes debe ser compatible y nos deben ayudar a dar sentido, en nuestro caso, a los perfiles profesionales de comunicación. Ahora bien, como la sociedad o el ejercicio profesional de la comunicación cambia, los tipos que identifiquemos a propósito de los modelos curriculares también; más aún, como ya lo sugerimos, estos “tipos-modelos” pueden ser instrumentos teóricos que nos ayuden a ubicar una cierta historia comprensiva de cómo ha evolucionado el ejercicio de la comunicación, su conceptualización y el

llamado campo académico de la comunicación, tanto a nivel de licenciatura o pregrado —que es el caso de nuestra reflexión— como el de los cada vez más frecuentes postgrados en comunicación que desde hace 30 años comenzaron una diversa proliferación en México y que en ocasiones no se les diferencia de las ciencias sociales.

Con frecuencia, al problematizar sobre perfiles profesionales en comunicación, se reprocha que la licenciatura tenga limitaciones a ser atendidas en estudios de postgrado. Es cierto que la función en el siglo XXI de las “licenciaturas” pide matices, así como las especificidades que en México tienen los programas de licenciatura —a diferencia muy claramente de lo que pasa en otros países como EE.UU.— muy preocupados por el vínculo laboral. Abundan los programas, se multiplican los estudiantes, los profesores con postgrado, los académicos que vienen con doctorados en comunicación de las universidades españolas y que tiene una incidencia en el campo mexicano.

Recuento y transformaciones

Desde Karam (2005) partimos de la división hecha por Fuentes (2001) y sus “modelos fundacionales” para la formación de profesionales en comunicación que de alguna manera articulan en el currículo los saberes de acuerdo a diversos perfiles y ciertas determinaciones socio-profesionales. Si bien no es el único que ha propuesto una especie de segmentos dentro de la historia de la profesión, sí es —o no tenemos noticia de que alguien más lo haya hecho para el caso mexicano— quien propone esos modelos y de alguna manera, aunque no los nombre así, establece una hipótesis para la construcción de “tipos ideales” dentro, no sólo de una representación, sino

—y somos cuidadosos con este manido concepto durante algún tiempo— un “imaginario”⁷ del profesional de la comunicación.

El primer modelo señalado por Fuentes Navarro era el de la *formación de periodistas*, se trata de una caracterización centrada idealmente en el manejo de técnicas y en cuyo horizonte de desarrollo se encontraban las industrias mediáticas; su época se vincula al desarrollo de industrias de televisión sobre todo, en donde la noción de comunicación se asocia al concepto de lo masivo y al *broadcasting* (un emisor, muchos receptores) con una perspectiva en la producción de mensajes. El segundo modelo es el del *comunicador como un intelectual* (2001, p. 141), aquí el “tipo ideal” se mueve sobre el “imaginario” de una persona “culta” que va poder transformar a los medios desde dentro, así en su formación se da peso a la filosofía, historia y literatura, al sentido ético de la comunicación, y a un uso de los medios que favorezca el desarrollo de la sociedad; la hipótesis del “tipo” radica en la incidencia que una persona con información y visión amplia puede generar en los espacios laborales donde se encuentre.

Finalmente el del comunicador como “científico social”, el cual se deslinda claramente de la “formación instrumental” (de hecho se coloca en franca oposición a ella), pone énfasis en las preocupaciones estructurales y

7 Es importante hacer una breve mención sobre este término que durante algún tiempo se uso no siempre sin la debida caracterización, cabe señalar que el concepto imaginario se introduce a las ciencias sociales desde la antropología vía el filósofo y psicoanalista de origen griego Cornelius Castoriadis (2001), quien señala que el imaginario no es “la imagen de”, sino un proceso más complejo, una “creación incesante y esencialmente indeterminada (social-histórica y psíquica) de figuras/ formas / imágenes, a partir de las cuales solamente puede referirse a algo”.

Importante subrayar que este concepto no se asocia con funciones representacionales cognitivas, sino con características psicológicas dentro de las cuales figuran deseos, imágenes, recuerdos, anhelos, estados de ánimo.

le da mucho peso a la sociología y la política como disciplinas vertebradas. Le preocupa la denuncia, la organización social, pero basado también en las técnicas que dan las ciencias sociales.

Hasta aquí, nuevamente de forma muy esquemática, se plantea lo dicho por Fuentes Navarro, en la idea central de cada “modelo de enseñanza”. En nuestra reflexión (Karam, 2005 y 2005b) propusimos la presencia de un “cuarto modelo”; ello tenía como contexto nuestra participación en una experiencia de diseño curricular en el que se hacía énfasis en la perspectiva cultural de la comunicación. De tal manera que encontramos elementos para caracterizar al profesional de la comunicación como un *mediador socio-cultural* y cuya definición tal vez se encuentra en eso que en los ochenta uno de sus ideólogos más identificables, Martín Barbero (1984), señalaba con respecto a que la tarea de los comunicadores era pensar “antropológicamente” en el sentido que los desplazamientos del capital y las innovaciones tecnológicas le estaban imponiendo a la cultura cotidiana de las mayorías. La tarea por tanto era diseñar estrategias de comunicación que vincularan mundos “separados”; para decirlo de manera casi poética: era necesario un profesional que hiciera “habitables” las paradojas, es decir, armonizar lo urbano con lo rural, lo popular con lo masivo, lo público con lo privado, lo local con lo regional, etc.; vincular lenguajes opuestos, como el discurso de la publicidad con el de la religión, el lenguaje de la política con el del amor; con el desafío de integrar las contradicciones entre vida pública y vida privada y estudiar sus interrelaciones.

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, la evolución de las ciencias cognitivas, las investigaciones sobre el cerebro, y ya en los noventa las investigaciones que para las ciencias sociales realizaran la “Comisión Gulbenkain” (Wallerstein, 1996) y la UNESCO en los noventa, dieron un marco de referencia casi enteradamente distinto para pensar la comunicación

y al posible profesional derivado de este nuevo enfoque. Las ciencias sociales y las humanidades entraron a una nueva etapa; de hecho ya desde los ochenta, sociólogos como Pierre Bourdieu o Anthony Giddens apelaban a una integración más dinámica entre lo macro y lo micro, lo objetivo y lo subjetivo de la reflexión sociológica; las propias ciencias sociales se habían de alguna manera “antropologizado” con la entrada de nuevas perspectivas como el gran desarrollo que tuvieron los estudios culturales. Los cambios a nivel político impactaron severamente los paradigmas de las ciencias sociales, y se sobrevino un aluvión de intentos con ánimos muy distintos, que más bien parecían algo característico de esas épocas de cambio. Con estas transformaciones hubo conceptos que emergieron lentamente como potenciales de nuevos objetos en la comunicación académica, como el caso de las redes (Nachmanovich, 2007) que suponen un proceso de metáfora muy distinta a las que la comunicación disponía para explicar algunos fenómenos.

Para el caso de la comunicación académica hay cambios particulares que conviene considerar. El primero de ellos fue la evolución tecnológica no solo como una realidad física de las mediaciones comunicativas, sino una revolución en sí misma. La tecnología (o más propiamente los nuevos medios, los celulares, las pantallas, etc.) dejó de estar en una parte específica y aislada de nuestra vida cotidiana, para convertirse en una mediación total presente en el mundo del trabajo, el ocio, las relaciones sociales, las finanzas, la política, el consumo y los afectos. Si alguien hubiera pensado de manera conservadora que la comunicación era necesariamente una hija directa de la sociología o que los medios tradicionales podían analizarse usando únicamente modelos sociológicos, las nuevas mediaciones tecnológicas interpellaron a estos juicios y llevaron necesariamente a la aceptación e incorporación de conceptos, nociones, procedimientos y métodos provenientes de otros saberes, tradiciones y metodologías que hoy se utilizan, por ejemplo, en la

etnografía de los usos del chat, en la tipología de usuarios de alguna red social o en las consecuencias cognitivas que promueve una tecnología educativa. Por otro parte, el concepto “medio de comunicación social” (con todo el listado de sinónimos que podemos reconocer) no puede aplicarse tal cual al de “nuevos medios”, “nuevas mediaciones” o “hipermediaciones” (Scolari, 2008). Las industrias, los flujos y las identidades generados por los consumos se han modificado sustancialmente, y si bien ciertamente es posible aplicar algunos conceptos de las teorías clásicas de comunicación social (la misma noción de “uso social”, “efecto” o “gratificación”), es necesario incorporar nuevas nociones y métodos para su estudio actual.

Estos cambios se pueden comprobar en movimientos al interior de los marcos de referencias. Por ejemplo, a partir de los noventa reaparece el pensamiento de Marshall McLuhan y los homenajes póstumos de los que empieza a hacer objeto en los noventa. Pero en el fondo de este cambio hay algo más que la reaparición del canadiense y revela un signo igualmente de redefinición de lo político en el campo de reflexión de las teorías de la comunicación, al menos en México. Se trata de reconocer la centralidad de los nuevos medios en el concepto de comunicación, y las prácticas de comunicación, cuando ya aparecen —aunque en este siglo XXI— nuevas profesiones y se suman competencias a las que otrora socialmente se le demandaban al profesional de la comunicación.

Visto a la distancia, a más de 20 años de la popularización del Internet o el desarrollo de la industria de telefonía móvil, contra lo que inicialmente pensábamos, en tanto que no era posible conciliar la evolución de las nuevas tecnologías con los modelos curriculares identificados por Fuentes Navarro o los perfiles profesionales “clásicos”, proponemos considerar las nuevas tecnologías y medios más que como un nuevo perfil en sí mismo (por ejemplo el del comunicador digital), como una especie de horizonte que ha

inter-penetrado los perfiles y modelos clásicos, y ello obliga más que a darlos por muertos, a revisarlos —como intentamos hacerlo— o actualizarlos. En este sentido, quizá esos “modelos clásicos” podrían verse no sólo como etapas dentro de una historia lineal de la carrera, la institucionalización de la comunicación o la profesionalización, sino estructuras o moldes que asoman acentos a lo que al menos en América Latina, dentro de una etapa de la Guerra Fría en el siglo XX, se le identificó como “profesional de la comunicación”.⁸ Si la hipótesis fuera cierta, eso podría reivindicar otro estatuto heurístico de dichos modelos y la recuperación de un modelo de profesional que no se supera o deja atrás, sino que integra una concepción más compleja dentro de entornos y ecologías específicas que ahora estamos viviendo.⁹

Un cambio, a nivel más amplio, tiene que ver con lo que ya hemos anunciado en tanto una recuperación de las ciencias cognitivas. La década de los noventa es considerada como las ciencias del cerebro, es decir, la información que sabemos sobre este órgano crece exponencialmente, al grado de contar con datos, investigaciones sobre cómo los seres humanos sentimos, percibimos, procesamos información; la manera como consideramos algo bello, deseable, cercano o verdadero. El cerebro nos permite también tener una perspectiva más compleja y diversa de la pedagogía y el aprendizaje, de las relaciones sociales y el amor, de los estilos

8 Conviene diferenciar claramente lo que entendemos por “comunicólogo” y la diferencia con “profesional de la comunicación”, en donde el primero es necesariamente alguien que reflexiona sistemáticamente y usa algún método para probar, constatar sus asunciones o principios; en cambio, el segundo es un actor que eventualmente podría coincidir con el primero, pero por lo general no, ya que es sobre todo quien se desarrolla dentro de lo legítimamente considerado como campo dentro de la comunicación en tanto espacio laboral.

9 Aquí generalmente puedo explicar la diferencia entre la “Generación X” y los “Millennium” (Generación Y) como consumidores que responden a necesidades contextuales distintas.

de gobernar y la forma como nos organizamos para resolver problemas. Claro, tener más información no supone resolver viejos problemas que aquejan a sociedades como la mexicana en el terreno de la corrupción, la inseguridad y la debilidad de sus instituciones, entre otras.

Las hoy famosas “ciencias del cerebro” tienen como deudor, entre otros al matemático y filósofo Norbert Wiener,¹⁰ quien daría las bases para aplicar las neurociencias a la comunicación humana. A ello, claro, hay que sumar la teoría de Claude Shannon y Stephen Weaver,¹¹ que facilitó la difusión lineal de la comunicación, y en los sesenta al tremendo *boom* de la teoría de sistemas con su impronta biólogo. En este mínimo recuento es necesario evocar ese reinvento de la ciencia de la comunicación que hizo la Escuela de Palo Alto con Paul Watzlawick a la cabeza y el padrinazgo intelectual de

10 El conocido matemático y filósofo es padre de una de las principales tradiciones de estudio en la comunicación. Su preocupación no fue centralmente “comunicológica”, pero sus principios y supuestos fueron muy importantes no sólo para los enfoques lineales o ingenieriles donde a veces se le ubicaba, sino y sobre todo para los enfoques sistémicos. Su obra data de los inicios de la segunda postguerra, y su obra más citada es *Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas* (1948); dos años después él mismo tiene que precisar, extender y aclarar en una obra donde procura hacer un puente con los estudios sociales (*The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society*, 1950) y de ahí una veta que por la traducción de Gregory Bateson hizo para la antropología, y la Escuela de Palo Alto para la comunicación humana.

11 Como es ampliamente conocido, esta referencia remite al celeberrimo modelo de comunicación, que surge en una publicación hecha por estos dos ingenieros en 1948, (*A Mathematical Theory of Communication*) y que tiene influencia de la cibernética de Wiener quien había sido maestro de Shannon. A esta teoría de corte ingenieril se le dio después el nombre de teoría matemática de la información y de alguna manera siembra las bases para esa caracterización lineal de la comunicación tecnológica, o mediada tecnológicamente. Esta teoría quería ofrecer elementos para medir los errores de la transmisión, la cantidad de información que soporta un canal, las formas para eliminar el ruido en la transmisión de comunicaciones electrónicas entre otros. Nada que ver con la comunicación humana de la que frecuentemente se volvió modelo y al que los científicos sociales que comenzaron a estudiar la comunicación se acogieron o reprodujeron.

Gregory Bateson; pero esto a nivel más amplio tiene el contexto de la “segunda cibernética”¹² y la obra de Heinz Von Foerster. En torno a este conjunto podemos identificar la influencia y presencia de autores cognitivistas que dieron una nueva concepción al peso del conocimiento como construcción y como operaciones que guardan una relación dinámica con la idea de realidad, es el caso del trabajo de Jean Piaget acerca de las relaciones entre las regulaciones orgánicas y los procesos cognoscitivos; o de Lev Vygotski en torno a los reflejos del cerebro como reacción ante los estímulos externos al organismo. En estos se tenían presente la comparación del sistema nervioso central humano con el de la máquina, pero subrayando diferencias que toman en cuenta el intercambio de sustancias en el tejido vivo cerebral. En los setenta los biólogos Maturana y Varela acuñaron el término “autopoiesis” para referirse a la química de automantenimiento de las células que iría a redundar en una concepción mucho más dinámica de la naturaleza.

En realidad, las posibilidades del pensamiento sistémico-constructivo de la comunicación se abren a las neurociencias e interpelan una visión necesariamente “multi” o, si se quiere, “transdisciplinaria” de las prácticas comunicativas; en ese sentido existe la posibilidad de un diálogo teórico de la comunicación con otras áreas o espacios conceptuales como por ejemplo la socio-biología, la biosemiótica propuesta por Thomas

12 Entendemos por la expresión la continuidad a la cibernética que hizo desde finales de los cincuenta Heinz Von Foerster, y que se distingue de la “primera cibernética” de Wiener de 10 años atrás. Una diferencia importante consiste en la separación que la “primera cibernética” realiza entre el sujeto que observa y la realidad observada; mientras que en su actualización, el sujeto que observa es parte de la realidad observada. Para Jiménez (2002, p. 73) la cibernética de segundo orden pretende investigar sistemas que incluyen aspectos tanto objetivos como subjetivos. Son sistemas en los cuales es la subjetividad la productora de la objetividad y, viceversa, es la objetividad la que genera la subjetividad. En tales sistemas, el objeto puede incluir sujetos que, a su vez incluyen objetos, y viceversa.

Sebeok,¹³ la socio-sistémica de Niklas Luhmann,¹⁴ o el pensamiento complejo de Edgar Morín.¹⁵ Todo este saber no puede ser abandonado en la definición del nuevo profesional de la comunicación, o por oposición, creemos debe estar integrado como un requisito para definir más sólidamente este “perfil-tipo-ideal” con respecto de lo que antes se *imaginaba* como un “profesional de los medios”.

¿Asomando un “quinto perfil” profesional en comunicación?

Existe una convicción extendida en muchos académicos de que hoy nuestros problemas son más grandes que nuestros conceptos y que la organización

13 Autor húngaro que hizo muchas aplicaciones a la semiótica; acuñó el término zoo-semiótica para dar una aplicación más amplia de los sistemas de signos por lo que se le considera el creador de la bio-semiótica que no suele estudiarse dentro de los estudios de comunicación, pero que para algunos como Carlos Vidales (2013) tiene derecho de pertenencia para el estudio de la comunicación humana. La referencia en nuestro texto viene en Sebeok un caso de diálogo abierto entre estudios sociales, humanísticos, biológicos y lingüísticos donde los fenómenos de la significación vertebran el origen de las grandes preguntas en torno no solo a la vida humana, sino al mundo natural.

14Luhmann es un autor, como frecuentemente sucede dentro de las teorías de comunicación, más citadas o referidas que propiamente analizado o aplicado a nuestras teorías. En *Veinte formas...* (Karam y Cañizalez, 2010) ya hicimos una aproximación a la originalidad sistémica de ese autor y al peculiar concepto de sistema comunicativo. A diferencia de otros autores, varios de los discípulos de Luhmann han generado distintos instrumentos, como diccionario y ensayos especializados donde explican aspectos de esta obra que supera mucho por mucho la visión de los medios y se erige como una teoría de lo social, en donde lo comunicativo juega un papel articulador fundamental.

15 Más que un filósofo, este famoso autor francés es una especie de “metodólogo” y epistemólogo que le ha preocupado las formas para nombrar y conocer la realidad. A su manera intenta dar una respuesta a la necesidad de conocimiento de la ciencia. Un ejemplo de esa respuesta lo tenemos en Morin (2005) publicado en 1990 y que refleja la necesidad de otro tipo de pensamiento, ciencia y organización de los saberes, y que constituye una introducción y fundamentación necesaria para esta nueva idea de perfil que desarrollamos en el texto.

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

Por tanto, este quinto perfil que queremos presentar a manera de hipótesis, ofrece diferencias con los anteriores. A nivel conceptual, este perfil es deudor de una concepción más “sistémico-constructivista”¹⁶ de la comunicación, donde éste no es solamente un medio de difusión. Creemos que la concepción del perfil del profesional en comunicación debe suponer nuevos conceptos y métodos para atender las demandas de la realidad social. No bastan las intuiciones sobre la realidad laboral o el recuento de experiencias sobre el trabajo en el aula —que muchas veces se convierte en el único insumo para renovar los planes de estudio—, pero tampoco la reflexión sin estar alimentada de datos, cuadros, gráficos e insumos cuantitativos y cualitativos. Veamos tres propuestas en lo general, donde avizoramos este perfil y para el cual la comunicación estratégica, la visión sistémica, compleja de la comunicación, los aportes de las ciencias cognitivas, se convierten en un insumo importante.

16 Entendemos por ello la tradición académica y científica de la comunicación de corte cibernético, cognitivista, y que parte una visión más integral, holística y sintética. Aquí tenemos una definición más “compleja” de la comunicación. Para Von Foerster (citado por Galindo, Karam y Rizo, 2005) la sistémica era el arte de ver, averiguar y especialmente reconocer conexiones entre las entidades observadas; se usa el término “arte”, para diferenciarla de la ciencia y su orientación positivista. La sistémica hace énfasis en las conexiones, o más propiamente en la multi-conexión entre elementos percibidos, como se resume emblemáticamente en los cinco axiomas de la comunicación de la Escuela de Palo Alto. A nivel epistemológico se quiere hacer una diferencia con una perspectiva más positivista y hermenéutica de la comunicación.

En primer lugar vemos la propuesta de J. Galindo denominada “ingeniería de la comunicación” y que promueve desde el Grupo de Ingeniería en Comunicación (GICOM). Galindo es un investigador particular en la meta-teoría de la comunicación y su relación con los perfiles curriculares (por ejemplo Galindo, 2008) y de los métodos de enseñanza (Galindo, 1985).¹⁷ Este autor fue de los primeros académicos, al menos en la producción biblio-hemerográfica mexicana, quien desde los noventa advertía ya de la necesidad sistémica, cognitiva (ver Galindo, 1994), constructivista en diálogo con la biología y la neurología, la teoría de memes y la ingeniería. Al mismo tiempo ha intentado, quizá como pocos, construir una teoría de la comunicación propia: “comunicología posible”, como el propio Moragas (2011) lo reconoce, así como las redes-grupos que organiza y coordina.

Galindo (2005) había acuñado un término extenso “comunicometodología” que recupera la idea de etnometodología” de Harold Garfinkel;¹⁸ este término es centralmente la articulación de los niveles “teoría / práctica” resumidos en la imagen de la intervención fundamental en este enfoque, de la visión altamente estratégica que supera por mucho el referente difusionista y se asoma hacia todas las formas sociales que puede asumir la comunicación y a su profesional.

17 En las referencias de la extensa bibliografía de este autor, proponemos ver Galindo 2008, 2005, 1985; además la importante compilación para el estudio del campo académico mexicano en Galindo y Luna, 1995, y el primer texto publicado con el grupo “Hacia una Comunicología posible” en Galindo, Karam y Rizo, 2005.

18 El enfoque de “etnometodología” (EM) es de corte fenomenológico e interpretativo. El concepto fue utilizado por primera vez por Harold Garfinkel (*Studies in ethnomethodology*. New Jersey: Prentice Hall, 1967) para denominar la forma de trabajo psicosociológico. La EM pretende describir el mundo social tal y como se está continuamente construyendo, emergiendo como realidad objetiva, ordenada, inteligible y familiar. La EM recomienda no tratar los hechos sociales como cosas, sino considerar su objetividad como una realización social. Considera además, que esta auto-organización del mundo social no se sitúa en el Estado, la política o cualquier superestructura abstracta sino en las actividades prácticas de la vida cotidiana de los miembros de la sociedad.

De unos años a la fecha, Galindo ha abogado con insistencia por un comunicólogo que es un “ingeniero social”, de la que quiere —creemos con razón— reivindicar una dimensión más del *saber-hacer*, que del *saber-saber*; es decir, una diferencia entre el hacer cosas con lo que se sabe, y otra, muy distinta —y más frecuente— es decir las cosas que se saben, con poca vinculación, con cierto poder transformador en las relaciones sociales. La ingeniería en Galindo surge así como un concepto que quiere superar esa connotación negativa que tuvo, y tiene en algunos ambientes, para señalar cómo este nuevo profesional es alguien sobre todo que restituye el “*communis*” y la impronta comunicológica, ahí donde se disuelven vínculos, relaciones, relatos, historias. La metáfora del ingeniero aplica a un profesional que justamente sabe generar “vínculos” y restablecer los flujos de información, contacto, asociación y afecto ente grupos y espacios. Lo que Galindo busca con su perspectiva es un modelo “científico”¹⁹ que permita entender a la comunicología como una ingeniería que pretenda diagnosticar y resolver problemas en la construcción de lo social. Se trata de un enfoque que toma distancia de cualquier pretensión difusionista, técnica, instrumental de la comunicación colectiva para estudiar ahora las estructuras complejas como redes sociales y sus tipos de vínculos. Aquí se recupera una noción más amplia del comunicólogo como un especialista de la comunicación humana, que pueda interconectar más fácilmente principios, teorías y enfoques que respondan a los grandes problemas de la comunicación en cada uno de sus niveles (interpersonal, grupal, institucional, social, hiper-mediático) y ámbitos (producción, difusión, expresión e interpretación).

19 O con información procedente de la ciencia desde una perspectiva más sintética que analítica. Justamente en su texto de 2005 ubicado en las referencias, que es una compilación de textos en torno a lo que por entonces era su proyecto original de comunicología posible, insiste en esta dimensión de un conocimiento más abierto pero sintético, más organizado y en diálogo con otras áreas y espacios conceptuales.

En sus “Apuntes de Ingeniería Social”,²⁰ Jesús Galindo (citado en Macías y Cardona, 2007) ve al profesional de la comunicación desde la ingeniería social, ve a la vida social como permanentemente constructiva, por ello se requiere un profesional que pueda realizar este objetivo con más elementos formales y técnicos, formado en una lógica de visión anticipada de los acontecimientos, a partir de una sistematización del pasado en conceptos y operaciones precisas. Galindo (citado en Macías y Cardona, 2007) la define como “la aplicación de conocimiento específico a lo social, sobre lo social, y para lo social, la invención, perfeccionamiento y utilización de reglas prácticas para construir formas de compañía, de asociación y comunidad” (p. 150) y para ello el profesional tiene que aplicar principios científicos a la construcción y diseño de comunidades en grupos sociales.

A diferencia de los otros perfiles del profesional, quizá con la ligera excepción del “humanista”, el “mediador socio-cultural”, en los que pudo haber existido una relativa visión programática de estos perfiles,²¹ el caso del “ingeniero social”, parte de una mirada más compleja de la realidad y no sujeta a una valoración moral *a priori* de los actores de la comunicación. Igualmente, a diferencia de los otros perfiles, en este contamos con una investigación y reflexión llevada por Macías y Cardona (2007) quienes a raíz de una experiencia de rediseño curricular en una institución donde laboraban, realizaron un texto en donde fundamentaban dicha perspectiva;

20 Hasta donde entendemos, Galindo no ha publicado esas notas y apuntes y solamente tenemos la referencia de Cardona y Macías, discípulas de Galindo, y ambas dirigidas en su tesis doctoral por él. Lo que sí ha publicado Galindo son distintos textos sobre ingeniería social aplicada al deporte sobre todo desde redes y grupos que analizar al deporte como práctica social y comunicativa. Dentro de los muchos textos se puede ver el número 69 de la revista electrónica Razón y Palabra dedicado a “Deporte, cultura y Comunicación” (<http://www.razonypalabra.org.mx/N/n69/index.html>).

21 Nos referimos para el modelo humanista, en la célebre carta del jesuita Sánchez Villaseñor, y en el cuarto, a las reflexiones de Jesús Martín Barbero que hiciera durante su trabajo en la Universidad del Valle de Cali, en Colombia.

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

En las respectivas tesis doctorales de Macías (2013) y Cardona (2013) se han acuñado y desarrollado conceptos como “comuniconomía” para nombrar o vincularla con modelos estratégicos para la Ingeniería en Comunicación Social. Se trata de que el profesional sepa no sólo producir mensajes o evaluar sus efectos, sino realizar diagnósticos de problemas sociales, a partir de un inventario de estrategias para resolverlos, y que después pueda reportar una evaluación que expone el nivel de una mejora sistémica, una vez implementadas las soluciones. En estos tres autores se considera central una visión estratégica en el “imaginario” profesional de la comunicación, en el cual la figura “*ingeniero*” parece una buena metáfora de lo que se espera que este profesional de la comunicación realice: intervenir en las visiones del mundo, para ello la base de la comunicación no son los modelos de comunicación, sino los rebautizados “modelos comuniconómicos” que brindan una posibilidad de análisis de la realidad. El profesional ya no es solamente un analista e intérprete de la realidad que estudia, comprende y eventualmente actúa, sino un agente que interviene, trascodifica lo complejo de la realidad en programas metodológicos y luego lleva éstos a “formas tecnológicas” de acción que tienen incidencia en las interacciones sociales específicas.

De manera adicional a lo que hemos comentado, ayuda a precisar lo que Massoni (2013) ha desarrollado en su concepto de “comunicación estratégica”, y si bien su contribución curricular es para estudios de postgrado y no de licenciatura, algunas de sus definiciones y planteamientos pueden sernos útiles para aclarar los rasgos de este perfil que presentamos. Cuando hablamos de comunicación estratégica, el adjetivo para Massoni (2013) supone una idea de resolver problemas situados, impulsar una nueva visión de la problemática y un concepto que el conocimiento “enactúa”²² para restituir el fluido comunicacional entre los actores.

Massoni (2013) ofrece explicaciones de procesos implicados en la comunicación estratégica y que incluyen tareas (generar una versión técnica del problema, hacer mapas y clasificaciones, generar árboles de soluciones) en los que trata de recuperar un punto de vista comunicativo de los problemas de relación e interacción dentro de cualquier entorno, es decir, ahí donde hay seres humanos queriéndose poner de acuerdo para resolver problemas e interactuar en un sentido particular.

La autora argentina ha realizado mucho trabajo de consultoría a organizaciones, oficinas de gobierno, por tanto en ocasiones su lenguaje no se distancia del desarrollo organizacional o la administración de recursos humanos, con la diferencia —y aquí un rasgo básico de la planeación estratégica en comunicación— que aquí se imprime una “epistemología

22 La palabra tiene relación con el verbo en inglés “to enact”, que quiere decir que algo existe y es determinante para el presente. El término se conoce desde la neurología a partir del famoso biólogo chileno Francisco Varela quien habla del carácter no tanto representacional como enactivo del conocimiento (Cf. Ojeda, 2001); es decir el conocimiento como medio de interacción con el mundo. Este conocimiento está construido, al cumplir una práctica, sobre las habilidades puestas en juego por quienes adquieren tal conocimiento.

comunicativa”.²³ Massoni (2013) parece concebir al profesional de la comunicación como alguien vinculado al conocimiento de esa especie de “fenomenología de la solución” en la cual los actores se mapean, se jerarquizan, se realizan tipologías de los tipos de problemas comunicativos y se generan estrategias en cuanto al manejo de flujos, medios, relaciones y entornos para hacer los espacios más habitables, más interconectados, o si quiere, dentro de un lenguaje que no es lejano, más complejos.

A manera de propuesta

Lo que llamamos el “quinto perfil” no es algo propiamente nuevo que emerge de la nada, sino una actualización de algunos rasgos ya señalados en perfiles anteriores, como el caso del *mediador socio-cultural*, quien ya deja ver aspectos de “estratega” y es cercano al concepto que manejamos de “ingeniero”.

El nuevo perfil que podemos llamar “estratega” o “ingeniero de la comunicación” pone más acento en el diseño, en la generación de instrumentos de planeación, que propiamente en generar mensajes, o bien estudiar el efecto de ellos en la audiencia; ve más el continente —la forma de la comunicación— que el contenido —el mensaje o sus técnicas para producirlos. Así, estos perfiles definidos como “tipos ideales” se pueden ver con acentos en algunas de las actitudes, habilidades, herramientas o

23 Entendemos el concepto en los términos de lo expuesto por Karam (2007) o Becerra (2004) de ver a la comunicación como un punto de vista, y no sólo como un objeto o herramienta. La contribución particular de los estudios de comunicación podría ser el desarrollo de este punto de vista que implica naturalmente el estudio de los modelos de comunicación, sus componentes y presupuestos, su desarrollo y aplicaciones, así como de los aportes que las teorías de comunicación hacen a los grandes problemas de la comunicación.

competencias tradicionales a las que ahora se suman o redefinen algunas vinculadas a una definición más técnica en la reorientación de patrones de interacción en espacios sociales.

De las diferencias que vemos en este quinto perfil con relación a los anteriores, es en primer lugar las disciplinas y saberes con los que dialoga, las genealogías dominantes de su reflexión, el concepto de comunicación que va más allá de aquellos desarrollados en nuestras teorías de la comunicación de corte más psicológico o politológico.

Consideramos que la claridad que se pueda ganar, a partir de problematizarlos o ponerlos a prueba, de los perfiles profesionales, puede tener, entre sus beneficios, avanzar en otro debate: ya que la teoría de la comunicación es un “subcampo”²⁴ que de alguna manera no puede presentarse de manera global o extensa dentro de un plan de estudios, es necesario tomar decisiones que delimiten cuáles son las teorías, escuelas, corrientes o enfoques más pertinentes de acuerdo a los énfasis que se señalen en el perfil de egreso. Es cierto que no existen perfiles puros y frecuentemente, al conversar con directivos y profesores en las distintas escuelas, reconocen que sus planes de estudio tienen un poco de todos los perfiles. Si bien esta información sería objeto de otro debate, reconociendo la presencia de diversos perfiles, creemos recomendable que los equipos

24 En la escritura teórica de la comunicación en México quizá quien más ha problematizado este aspecto y ha radicalizado algunos de sus hallazgos es Vidales (2013), quien señala que la teoría de la comunicación es un sub campo aparte, y de hecho es algo que al tradicional campo de la comunicación no le interesa. Más aún, dicho subcampo se realiza “por encima”, “a un lado” o de manera distante de ese amplio espacio de escuelas, centros de investigación, etc. De hecho, el problema entre el fenómeno de la comunicación, las teorías, la investigación es irrelevante, ya que como señala Vidales lo que llamamos investigación de la comunicación no tendría únicamente relación con lo que sucede dentro del campo de la comunicación, sino que se extendería a todo lo relacionado con el fenómeno y objeto de la comunicación.

de trabajo encargados de la definición de dicho plan de estudio, precisen, a través de cuadernos de trabajos, instrumentos de análisis o insumos, los aspectos relevantes de ese perfil o cómo se interrelacionan sus distintos componentes con la malla curricular, las asignaturas o los ejes formativos.

Creemos que las carreras de comunicación no tienen como obligación principal “enseñar todas las teorías” dentro de un perfil específico y, suponiendo que una de las finalidades de este tipo de cursos es dar el cuerpo básico de conocimientos a ese profesional con respecto a los problemas, conceptos, respuestas y métodos de la comunicación básica y aplicada, es necesaria esa reflexividad para lo cual proponemos generar equipos de trabajos que periódicamente realicen esa definición y establezcan los vasos comunicantes entre los elementos dispersos del plan de estudios. Entre las muchas tareas de esos equipos de trabajos está la definición del cuerpo de teorías dominante para resolver la pregunta sobre esos saberes básicos y aplicados. Por otra parte, estos grupos tendrían que alimentar su reflexión de insumos, datos, generados empíricamente por redes de investigadores coordinadas deseablemente desde instituciones como AMIC o CONEICC, pero también de grupos o redes que desde otras instancias se generen.

Un ideal de plan de estudios en comunicación podría ser aspirar a presentar todas las teorías agrupables bajo el membrete de “comunicación”. Matizamos la hipótesis. Sin dejar de reconocer el valor de los clásicos en el pensamiento académico en comunicación, una ubicación más sistemática y organizada de las teorías con relación a los perfiles permitiría tomar mejores decisiones curriculares sobre aspectos y áreas de los currícula en comunicación e ir más allá de modas o tendencias sin que éstas se problematicen o estudien.

Hace varios años Sánchez Ruiz (2002) realizó un texto interesante en el que intentaba zanjar el dilema de la teoría-práctica en la enseñanza y ejercicio

de la comunicación, y propuso algunas rutas que podrían intercomunicar de manera más fluida la enseñanza-aprendizaje, la producción-difusión del conocimiento científico y los usos, aplicaciones y modos de presencia del conocimiento científico en los espacios laborales, profesionales y productivos. La pregunta que intentó responder el célebre investigador tapatío es cómo generar pertinencias mutuas y correspondencias entre todos estos subcampos (enseñanza, investigación básica y aplicada, y campos profesionales), para ello Sánchez Ruiz enumera algunas interacciones posibles que por razones de límites de espacio ahora no desarrollamos. Creemos que este quinto perfil atiende de otra manera lo señalado por Sánchez Ruiz en el texto citado.

En realidad, el famoso dilema entre la teoría y la práctica de la comunicación parte de un planteamiento falso, ya que se ven como opuestos cuando son dimensiones de una misma realidad. Comunicación básica y comunicación aplicada, son así espectros de un continuum que requieren un criterio curricular más amplio, flexible y complejo al mismo tiempo, para interconectarlos por encima de una supuesta oposición entre un “concepto de” versus “aplicación de”.

Estos “perfiles ideales” o “tipos”, en el sentido weberiano antes descrito, son receptáculos de un conjunto de teorías que pueden ser centrales en los currícula de cada perfil y también acentos en el ejercicio de la comunicación. Ninguno es superior o inferior, responde a contextos, situaciones e incluso niveles de institucionalización o del desarrollo del propio campo académico de la comunicación.

El llamado documento que la escuela o facultad entrega a la SEP para su aprobación frecuentemente se realiza como una tarea administrativa, carente a veces de método y organización. Por ello, proponemos encuadrar

y redefinir estas tareas de revisión y actualización curricular como un tipo de actividad intelectual que realizan equipos de trabajo, donde al definir un perfil de egreso, éste funciona como un organizador de la “enacción” de los agentes que participan en la elaboración del plan. Nuestra hipótesis del “cuarto” o “quinto” perfil profesional tiene sentido si entre los agentes del campo, o de un espacio universitario acotado, se alimenta y facilita el diálogo, la investigación curricular, la generación de conocimiento sobre los espacios de la comunicación aplicada y productiva, y por tanto permite que dichos agentes generen una representación más dinámica y organizada de las relaciones entre el plan de estudios y el ejercicio laboral del profesional en comunicación, para abonar lo que creemos en parte tienen que hacer los investigadores: hacer que este mundo sea más complejo, o dicho en otros términos, denso, in-formado, intercomunicado o conectado a la manera que los “ingenieros sociales de comunicación” aspiran restituir la impronta del *communis*, ahí donde hay desfase o desconexión.

Referencias

- Aguirre, R. (2006). Cibernética, Neurociencias y Comunicación. *Revista Comunicología@: indicios y conjeturas*, (5). Recuperado de http://issuu.com/luly/docs/revista_comunicolog_a_-no5_cibernetica__neurocien
- Becerra, J. (2004). La comunicación: de objeto a categoría. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 10(19), 53-65.
- Cardona D. y Macías N. (2004). La formación del comunicólogo desde la ciencia aplicada. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC XI*, 73-83
- Cardona, N. (2013). *Comunicología y relaciones de pareja en mujeres del Distrito Federal*. (Tesis de Doctorado). UADEC / UNAM, Saltillo.

- Castoriadis, C. (2001). *Figuras de lo pensable (Las encrucijadas del laberinto VI)*. México: FCE.
- Díaz Barriga, F., Lule, M., Pacheco, D., Rojas-Drummond, S. y Saad, E. (2000) *Metodología de diseño curricular para educación superior* (1ª ed., 8ª reimp.). México: Trillas
- Fuentes, R. (2003). *Nueva sistematización académica del campo de la comunicación*. Guadalajara, ITESO.
- _____ (2001). Investigación y utopía de la comunicación. En *Comunicación, utopía y aprendizaje. Propuestas de interpretación y acción 1980-1996* (pp.139-145). Guadalajara, México: ITESO.
- _____ (1992). El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina. *Diálogos de la Comunicación* (32), 16-26.
- _____ (1991). *Diseño curricular para las escuelas de comunicación*. México: Trillas.
- Galindo, J. (2008). Hacia una comunicología posible en México. Los planes de estudio, la bibliografía y las teorías de comunicación. En Chávez G. y Karam T. (Comp.), *El campo académico de la comunicación. Una mirada reflexiva y práctica* (pp. 81-108). México: Universidad de Colima / Universidad Autónoma de Baja California / PRAXIS.
- _____ (2005). *Hacia una comunicología posible*. México: Universidad Autónoma de San Luis Potosí.
- _____ (1994) De comunicación y ciencia cognitiva. En *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. VI, N° 17, pp. 3-16
- _____ (1985). La universidad y la enseñanza de la comunicación. El caso de la Universidad Iberoamericana. En *Cuadernos del Taller de Investigación en Comunicación Masiva N° 37 (TICOM)*, México: UAM-X.
- Galindo, J. y Luna, C. (Coords.) (1995). *Campos académicos de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: CONACULTA.

- Galindo, J. Karam, T. y Rizo M. (2005). *Cien libros. Hacia una comunicología posible*. México: UACM.
- Rebeil, M. y Portillo S. (2011). Tendencias Generales de la enseñanza de la comunicación en México. *Revista ALAIC*, (11).
- Karam, T. y Cañizalez, A. (2010). *Veinte formas de nombrar a los medios. Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación*. San Cristóbal, Táchira Venezuela: Universidad de Los Andes. <http://www.cienciared.com.ar/posgradounlz/karamycañizales2010.pdf>
- Karam, T. (2007). Epistemología y comunicación: Notas para un debate. *Andamios*, 4(7), 97-124.
- _____ (2005). El cuarto modelo de la enseñanza en las ciencias de la comunicación. *Global Media Journal*, 1(2).
- _____ (2005b). Dos Debates para un Currículo en Comunicación y Cultura: El caso de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. *Razón y Palabra*, (47). Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- Macías, N. y Cardona, D. (2007) *Comunicometodología, Intervención social estratégica*. México: Universidad Intercontinental.
- Macías, N. (2013). *Ingeniería en comunicación social. Hacia la construcción de modelos comuniconómicos en las relaciones de pareja a partir del programa narrativo*. Tesis de Doctorado. Saltillo, México: UADEC / UNAM
- Martín Barbero, J. (1984). *Comunicación popular y modelos transnacionales*. Seminario. Movimiento popular y modelos transnacionales. España: CSUCA.
- Massoni, S. (2012). Mesa de Debate n° 1: Comunicación, sí: pero ¿de qué Comunicación estamos hablando? *Elogio de la comunicación estratégica como algoritmo fluido....* (17), 37-65. FISEC-Estrategias – Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Recuperado de <http://www.fisec-estrategias>

- _____ (2013). *Metodología de la comunicación estratégica. Del inventario al encuentro sociocultural*. Buenos Aires, Rosario, Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación: Estudios sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Morin, E. (2005) *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona. Gedisa.
- Nachmanovich, D. (2007) *La organización en redes de redes y de organizaciones*. México. UNAM (Colección Conceptos Fundamentales de Nuestro Tiempo 9).
- Ojeda, C. (2001). Francisco Varela y las ciencias cognitivas. *Revista chilena de neuro-psiquiatría*, 39(4), 286-295. Recuperado de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-92272001000400004
- Sánchez Ruiz, E. (2002). La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social. Notas para una agenda. *Diálogos de la Comunicación*, (64). Lima: FELAFACS. Recuperado de <http://www.alaic.net/santa-cruz/enrique-sanchez.pdf>
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, España: Gedisa.
- Vidales, C. (2013). *Comunicación, semiosis y sentido. El relativismo teórico en la investigación de la comunicación*. Salamanca, España: Comunicación Social.
- Wallerstein, I. (Coord.) (1996). *Abrir las Ciencias Sociales*, México: Siglo XXI/ UNAM.
- Weber, M. (2009). *La ética protestante y el espíritu capitalista* [Trad. Luis Legaz]. Madrid: Reus (Colección Clásicos del Derecho).