



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

INTER-ACCIONES:

Apuestas regionales de la investigación en comunicación

2017

EISBN: 978-958-763-288-0

INTER-ACCIONES:

APUESTAS REGIONALES DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

2017

Inter-acciones: apuestas regionales de la investigación en comunicación 2017 / Raúl Fuentes Navarro, Francisco Bernete García, Carlos Aquila Barrera Hernández... (y otros 26); Compiladora Verónica Martínez Guzmán ; Editor Alejandro Cuervo Bojacá. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios. UNIMINUTO Virtual y a Distancia, 2018.

E-ISBN: 978-958-763-288-0

222 p. il.

1. Comunicación -- Aspectos sociales 2. Comunicación en educación -- Investigaciones 3. Cambio social -- Investigaciones 4. Medios de comunicación de masas -- Aspectos sociales 5. Cibercultura -- Estudios de casos 6. Investigación y desarrollo -- Congresos, conferencias, etc. i. Bernete García, Francisco ii. Barrera Hernández, Carlos Aquila iii. Martínez Guzmán, Verónica iv. Cabrera Durán, Jorge Iván v. Sánchez Meneses, Nini Faizully vi. Sierra Castillo, Karen Andrea vii. Garzón Forero, Adriana Patricia viii. Agudelo Olaya, María Camila ix. Gutiérrez González, Aura Johana x. Lesmes López, María Alejandra xi. Salazar Torres, Neyder Jhoan xii. Soto Ocampo, Frank xiii. Arenas Ceballos, Verónica xiv. Chávez Cabrera, Alejandra xv. Orozco Zapata, Daniela xvi. Rojas Reina, Nevis Paola xvii. Leyton Gordillo, Sandra Jeanneth xviii. Velásquez Martínez, Diana Paola xix. Sandoval Leyva, Viviana Patricia xx. Sánchez Peralta, Diana Alejandra xxi. Tristancho Cediel, Graciela xxii. García Martínez, Ingrid Marcela xxiii. Murcia Muñoz, Natalia Andrea xxiv. Pinilla Prada, Martha Yaneth xxv. Rodríguez Alfonso, Andrés Humberto xxvi. Peña García, Camilo Andrés xxvii. Rojano Bejarano, Nelson David xxviii. Vargas Cortés, Guadalupe xxix. Martínez Guzmán, Verónica (compilador) xxx. Cuervo Bojacá, Alejandro (editor)

CDD: 303.48 I57i BRGH

Registro Catálogo UNIMINUTO No. 93427



Presidente Consejo de Fundadores

Padre Diego Jaramillo Cuartas, cjm

Rector General Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

Padre Harold Castilla Devoz, cjm

Rector UNIMINUTO Virtual y a Distancia

Álvaro Campo Cabal

Vicerrectora General Académica

Marelen Castillo Torres

Directora General de Investigaciones

Amparo Vélez Ramírez

Directora General de Publicaciones

Rocío del Pilar Montoya Chacón

Vicerrectora Académica UNIMINUTO Virtual y a Distancia

Astrid Viviana Rodríguez

Decana (E) Facultad de Ciencias Humanas y Sociales UNIMINUTO Virtual y a Distancia

Luz Edilma Rojas

Director de Investigación UNIMINUTO Virtual y a Distancia

Fernando Augusto Poveda Aguja

Compiladora

Verónica Martínez Guzmán

Autores

Raúl Fuentes Navarro

Francisco Bernete García

Carlos Aquila Barrera Hernández

Verónica Martínez Guzmán

Jorge Iván Cabrera Durán

Nini Faizully Sánchez Meneses

Karen Andrea Sierra Castillo

Adriana Patricia Garzón Forero

María Camila Agudelo Olaya

Aura Johana Gutiérrez González

María Alejandra Lesmes López

Neyder Jhoan Salazar Torres

Frank Soto Ocampo

Verónica Arenas Ceballos

Alejandra Chávez Cabrera

Daniela Orozco Zapata

Nevis Paola Rojas Reina

Sandra Jeanneth Leyton Gordillo

Diana Paola Velásquez Martínez

Viviana Patricia Sandoval Leyva

Diana Alejandra Sánchez Peralta

Graciela Tristancho Cediel

Ingrid Marcela García Martínez

Natalia Andrea Murcia Muñoz

Martha Yaneth Pinilla Prada

Andrés Humberto Rodríguez Alfonso

Camilo Andrés Peña García

Nelson David Rojano Bejarano

Guadalupe Vargas Cortés

Editor

Alejandro Cuervo Bojacá

Corrección de estilo

Massiel Adriana Mossos

Diseño y diagramación

Fernando Alba Guerrero

Primera edición: agosto 2018

E-ISBN: 978-958-763-288-0

Inter-acciones: apuestas regionales de la investigación en comunicación

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO. Esta obra está protegida por el Registro de Propiedad intelectual. Los conceptos expresados en la misma son responsabilidad de sus autores y no comprometen la opinión de UNIMINUTO. Se autoriza su reproducción parcial en cualquier medio, incluido electrónico, con la condición de ser citada clara y completamente la fuente, siempre y cuando las copias no sean usadas para fines comerciales.

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO

Calle 81B No. 72B-70 piso 8, Bogotá, D. C.

Bogotá, D. C. Colombia

Tabla de contenido

Agradecimientos | 9

Introducción | 11

PARTE 1: REFLEXIONES

Transformación social, desarrollo y gestión de la comunicación en investigación

| 15

Vigencia y retos del estudio de la comunicación en América Latina: reflexiones en plural sobre la carrera del futuro

Raúl Fuentes Navarro | 16

La ciencia y la técnica de la comunicación en la universidad

Francisco Bernete García | 29

La investigación y la enseñanza en los semilleros de investigación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios

Carlos Barrera Hernández | 40

PARTE 2: PONENCIAS

Educación y comunicación en procesos de transformación cultural

| 49

Educomunicación y proyecto educativo etnográfico: apuntes para un currículo fortalecido.

Caso de estudio: San Basilio de Palenque
Verónica Martínez Guzmán | 50

VozActiva: una experiencia de radio escolar en el municipio de Mosquera

Sandra Jeanneth Leyton Gordillo | 68

Diagnóstico sobre la incidencia, la calidad y el mejoramiento del programa de comunicación social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Sede Neiva-Huila

María Camila Agudelo Olaya, Aura Johana Gutiérrez González, María Alejandra Lesmes López, Neyder Jhoan Salazar Torres | 82

Propuesta didáctica para fortalecer la lectura crítica con los jóvenes de primero y segundo semestre del programa de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO de Ibagué
Viviana Patricia Sandoval Leyva | 98

Sala de prensa: una estrategia didáctica para el desarrollo de las competencias del comunicador social en formación
Diana Alejandra Sánchez Peralta | 108

La gestión de la comunicación interna en la Corporación Universitaria Minuto de Dios
Graciela Trstancho Cediel, Ingrid Marcela García Martínez, Natalia Andrea Murcia Muñoz, Martha Yaneth Pinilla Prada, Andrés Humberto Rodríguez Alfonso, Camilo Andrés Peña García, Nelson David Rojano Bejarano | 117

PARTE 3: PONENCIAS **Medios, convergencia y cibercultura**

| 129

Conexión *on* y *off line* de videojugadores incide en el consumo mediático informativo del *status quo*
Frank Soto Ocampo, Verónica Arenas Ceballos, Alejandra Chávez Cabrera, Daniela Orozco Zapata, Nevis Paola Rojas Reina | 130

El *community manager*: un nuevo profesional en el campo de la comunicación social
Jorge Iván Cabrera Durán, Verónica Martínez Guzmán | 150

Una mirada a la virtualidad: espacios de participación y democracia en la red “ciudadanía digital”
Diana Paola Velásquez Martínez | 158

Cavernas digitales con ciudadanías primitivas
Diana Paola Velásquez Martínez | 171

Ítaca: una estrategia para el uso de las TIC en la alfabetización digital de adultos
Nini Faizully Sanchez Meneses, Karen Andrea Sierra Castillo, Adriana Patricia Garzón Forero | 191

Facebook: el coloquio mediático para
ciudadanías invisibles. Contexto colombiano
Guadalupe Vargas Cortés

| 203

Agradecimientos

A la Rectoría General, a la Vicerrectoría General y a la Dirección General de Investigaciones de UNIMINUTO, por el apoyo a la gestión en investigación en el programa de Comunicación Social modalidad Virtual y a Distancia, por facilitar los espacios académicos en esta materia y por potencializar con su apoyo el espíritu investigador de docentes y estudiantes del programa a nivel nacional.

A la Rectoría, Vicerrectoría Académica y a la Dirección Administrativa y Financiera de UNIMINUTO Virtual y a Distancia que apoyan estas iniciativas académicas y que las hacen posible.

A la decana de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Luz Edilma Rojas Guerra, el director de investigación de UNIMINUTO Virtual y a Distancia, Fernando Poveda, al director del programa de Comunicación Social, Jhon Jairo Rodríguez, quienes apoyaron constantemente el proceso de creación y publicación del libro. Además, un agradecimiento especial a Rocío del Pilar Montoya, Directora del Centro Editorial UNIMINUTO, y a Karen Grisales por sus valiosos comentarios y apreciaciones que guiaron esta publicación; y, por supuesto, a todos los autores y las autoras que nos facilitan sus reflexiones e investigaciones y por las cuales se hace posible esta publicación.

Introducción

Esta publicación articula tres temáticas fundamentales en comunicación: *Transformación social, desarrollo y gestión de la comunicación en investigación; Educación y comunicación en procesos de transformación cultural; y Medios, convergencia y cibercultura*. Además, responde a la pregunta: ¿qué líneas aborda la investigación en Comunicación Social desde la modalidad virtual y a distancia de UNIMINUTO? Lo anterior, con el objetivo de acoplar la investigación básica y aplicada desde el nivel de pregrado, en atención a los retos que afronta la formación del nuevo comunicador social con respecto al componente de investigación e innovación desde los semilleros de investigación; además, en consideración a que los semilleros son un espacio institucional para el fomento de la cultura investigativa institucional y de programas, propiciar la interacción entre la comunidad académica con miras al fortalecimiento de la excelencia académica, el desarrollo social y el progreso científico de la comunidad, así como la generación de la capacidad de trabajo en grupo, la interdisciplinariedad y el establecimiento de redes de investigación.

Los textos aquí relacionados son resultado del análisis contextual de la problemática regional en la que se circunscribe el programa de Comunicación Social a nivel nacional en tres ejes transversales a la disciplina: investigación, educomunicación y nuevas tecnologías. En dicha convocatoria, participaron los centros tutoriales del programa en Bogotá, Buga, Cali, Madrid, Ibagué, Barranquilla, Neiva, Pereira y Soacha; además de dos autores externos a la institución que pertenecen a las universidades de Guadalajara (México) y Complutense de Madrid (España). El tema de la convocatoria fue *Apuestas regionales de la investigación en comunicación*. Al cierre de la convocatoria se seleccionaron las conferencias magistrales y las mejores ponencias, las cuales fueron incluidos en este libro.

En vista de lo anterior, el libro se divide en tres momentos: una primera parte, sobre reflexiones en torno a la transformación social, desarrollo y gestión de la comunicación en investigación en la modalidad de ensayo, una


segunda parte, que versa sobre educación y comunicación en procesos de transformación cultural, y finalmente, una tercera parte denominada medios, convergencia y cibercultura, las tres partes logran consolidar un esbozo regional sobre el norte al que apunta la investigación en Comunicación Social.

La primera parte, *Transformación social, desarrollo y gestión de la comunicación en investigación*, está compuesta por tres capítulos: “Vigencia y retos del estudio de la comunicación en América Latina: reflexiones en plural sobre la carrera del futuro”, proporciona una serie de reflexiones en torno a las proyecciones futuras de los programas académicos en Comunicación Social; el segundo, “La ciencia y la técnica de la comunicación en la universidad”, concentrado en discusiones diversas entre sobre la visión de la comunicación como campo de estudios, su enseñanza y orientaciones teórico-prácticas; el tercer capítulo, “La investigación y la enseñanza en los semilleros de investigación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios”, plantea el abordaje de aspectos convencionales y no convencionales de los procesos investigativos generados desde el espacio académico que configuran los semilleros de investigación.

La segunda parte, *Educación y comunicación en procesos de transformación cultural*, está compuesta por seis capítulos: el primero, “Educomunicación y proyecto educativo etnográfico: apuntes para un currículo fortalecido. Caso de estudio: San Basilio de Palenque”, explica el proceso educativo etnográfico afrocolombiano como un proceso de comunicación basado en el diálogo, empatía y empoderamiento del ecosistema cultural y digital; el segundo, “VozActiva: una experiencia de radio escolar en el municipio de Mosquera”, está referido uso de la radio escolar como estrategia educ comunicativa en el municipio de Mosquera; el tercero, “Diagnóstico sobre la incidencia, la calidad y el mejoramiento del programa de comunicación social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Sede Neiva-Huila”, precisa un diagnóstico de la oferta académica en Comunicación Social de UNIMINUTO en el centro tutorial de Neiva – Huila de frente a las exigencias del entorno laboral local y regional; el cuarto, “Propuesta didáctica para fortalecer la lectura crítica con los jóvenes de primero

y segundo semestre del programa de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO de la ciudad de IBAGUÉ, expone una propuesta de secuencias didácticas para el fortalecimiento de la lectura crítica de los comunicadores sociales en formación; el quinto, “Sala de prensa: una estrategia didáctica para el desarrollo de las competencias del comunicador social en formación”, sistematiza la estrategia Sala de prensa, como una propuesta metodológica y didáctica para el fortalecimiento de las competencias específicas del comunicador social en formación; el sexto capítulo, “La gestión de la comunicación interna en la Corporación Universitaria Minuto de Dios”, trata sobre la implementación de las comunicaciones internas como factor estratégico en las instituciones de educación superior y se apoya desde la casuística en la estructura comunicativa de UNIMINUTO.

La tercera parte, *Medios, convergencia y cibercultura*, está compuesta igualmente por seis capítulos: el primero, “Conexión on y off line de videojugadores incide en el consumo mediático informativo del status quo”, este documento estudia el consumo mediático desde el escenario creciente de los denominados *gamers*; el segundo, “El community manager: un nuevo profesional en el campo de la comunicación social”, analiza el perfil del community manager desde una perspectiva integral de su origen, evolución y configuraciones futuras; el tercero, “Una mirada a la virtualidad: espacios de participación y democracia en la red “ciudadanía digital”, permite reconocer e identificar a partir del uso de plataformas TIC procesos participativos y democráticos en el contexto colombiano; el cuarto, “Cavernas digitales con ciudadanía primitivas”, expone la naturaleza sociopolítica de la red social Facebook; el quinto, “Ítaca: una estrategia para el uso de las TIC en la alfabetización digital de adultos”, conjuga comunicación, la educación y herramientas TIC para la reconfiguración del imaginario de vida en adultos mayores; y el sexto capítulo, “Facebook: el coloquio mediático para ciudadanía invisibles. Contexto colombiano”, discurre en torno al análisis de las dinámicas socio-política e interacciones ciudadanas en el entorno comunicativo de la red social Facebook.



Esta compilación textual motiva a la reflexión sobre la investigación en Comunicación Social desde las particularidades regionales a nivel país, ámbito en el que la academia juega un papel fundamental, que trasciende al aspecto figurativo de la existencia de una oferta académica en términos de innovación y transformación social.

PARTE 1:

REFLEXIONES

*Transformación social,
desarrollo y gestión
de la comunicación en
investigación*

Vigencia y retos del estudio de la comunicación en América Latina: reflexiones en plural sobre la carrera del futuro

Raúl Fuentes Navarro
raul@iteso.mx

Buenos días. Aprecio mucho esta oportunidad de conversación y agradezco, tanto la invitación que me han hecho, como la disposición y atención que me prestan ustedes para compartir algunas reflexiones sobre “la carrera del futuro”. Esas dos condiciones me comprometen a enfrentar con mis mejores recursos el desafío de compartir una experiencia larga y multidimensional sobre la carrera universitaria que se reconoce en México como “Ciencias de la Comunicación”, simplemente como “Comunicación”, recientemente como “Comunicación Pública” y como “Comunicación Social” en muchos países latinoamericanos. Hay toda una indagación histórica que emprender para interpretar, en sus contextos y comparativamente, las diversas denominaciones de estos programas educativos y de las tradiciones de investigación asociadas o no a ellos, que al menos indican matices diversos de una supuesta tarea común, pero que tal vez refuerzan la sospecha de que tantas etiquetas más bien ayudan a confundir lo que debería distinguirse y a ocultar lo que indica la diversidad de nombres.

Pero antes de entrar en materia, precisamente por ahí, por la hipótesis de la fragmentación de los estudios sobre la comunicación, quiero señalar una nota generacional. Todavía hace treinta años, me parece que era plenamente justificado y pertinente formular los desafíos y responsabilidades asociados a los estudios universitarios de comunicación con la “novedad”, con la emergencia del futuro, con las promesas implicadas en el empleo de los medios y los recursos comunicacionales para *Salvar al Mundo*, como tituló Emile McAnany en 2012 su libro sobre la historia de la comunicación para el desarrollo y el cambio social (McAnany, 2012). Las que entonces llamábamos “nuevas tecnologías” tenían, obviamente, facetas múltiples y ambivalentes que había que explorar y eventualmente

incorporar críticamente a los procesos educativos, al mismo tiempo como contenidos y como continentes, tarea que emprendimos con mucho interés en algunas de las escuelas entonces existentes.

Otros quince años atrás, cuando en 1970 fui aceptado como estudiante de Ciencias de la Comunicación en el ITESO, me dijeron que esta era y sería “la carrera del futuro” porque para eso se había fundado, y aprendí muy pronto que había dos imperativos complementarios en el proyecto subyacente, en la formación universitaria que nos habilitaría para sostener una postura crítica ante las realidades que se nos imponen, e inseparablemente, para proponer e impulsar alternativas a esas realidades, pues tanto en la constitución de las realidades como en sus alternativas, la comunicación tenía un papel importante, a veces determinante.

La persistencia de este sentido socioacadémico como eje central de los procesos de formación universitaria de profesionales de la comunicación, en el primero de los tres momentos en que divido esta exposición, me permite invocar la obra de tres autores latinoamericanos que nos han heredado concepciones éticas de la educación y la comunicación cuya vigencia práctica no hace, a mi juicio, sino crecer y que para mí está en la base de cualquier balance crítico al respecto. Esos tres autores son el educador brasileño Paulo Freire; su discípulo paraguayo, Juan Díaz Bordenave, fallecido hace apenas un par de años; y el argentino, afortunadamente vivo y todavía muy activo, Daniel Prieto Castillo. Con los dos últimos tuve la fortuna de trabajar, a fines de 1990, en una propuesta de FELAFACS orientada a la formación pedagógica de los profesores de comunicación de América Latina (Díaz-Bordenave, Fuentes-Navarro y Prieto-Castillo, 1990). En su homenaje, y porque ciertamente creo en su vigencia y en su resonancia con el proyecto académico de la UNIMINUTO, retomo hoy un par de implicaciones de lo que firmamos los tres bajo el título *Formación de comunicadores: de la enseñanza al aprendizaje*.

Primero, que cuando consideramos al estudiante como sujeto del aprendizaje, no lo hacemos en términos individuales sino en relación con los

otros, esto es, con el profesor, con sus compañeros y con la comunidad. “El aprendizaje es siempre un inter-aprendizaje”, me enseñaron Juan y Daniel que decía Simón Rodríguez, el maestro de Bolívar; y en términos freireanos, reconocemos así que el conocimiento se constituye comunicativamente. Segundo, la afirmación de que lo que define el núcleo de la identidad profesional del comunicador es precisamente un conjunto de operaciones comunicacionales, que son también las que operan en las interacciones educativas de donde surge el aprendizaje tanto en la vida como en la universidad, que para los universitarios es la manifestación principal de la vida.

Esto significa que solo podemos hacernos comunicadores comunicándonos, y que la labor docente consiste en intervenir comunicativamente sobre el aprendizaje de los estudiantes para modularlo y orientarlo, no para sustituirlo o imponerlo. Creemos, por tanto, decíamos entonces y lo repito ahora, que la metodología educativa debe propiciar la emergencia del sujeto en cada estudiante, de manera que pueda hacerse responsable de su propio aprendizaje, ya que solo si el sujeto es capaz de integrar el conocimiento con el proceso de su construcción, a través de la interpretación, la discusión, la argumentación, podrá apropiárselo y hacerse competente para significarlo y ponerlo en práctica críticamente.

Esta concepción de la educación universitaria, que nunca he considerado como una norma inmutable y menos aún como una práctica generalizada, creí durante algún tiempo, que dependía fundamentalmente de definiciones institucionales o de disposiciones curriculares, es decir, del plan de estudios o de los recursos disponibles para su ejecución, independientemente de los sujetos. Estaba, si no totalmente equivocado, medianamente confundido. Ahora me queda más claro que, así como muchos, cada vez más, procesos de comunicación fluyen, o no, a través de soportes institucionales, tecnológicos y culturales, muchos, cada vez más, procesos educativos aparecen condicionados por factores institucionales, por el poder o por los mismos soportes tecnológicos y culturales, sin que eso signifique que no sean procesos esencialmente intersubjetivos, y por lo tanto, en buena medida indeterminados, es decir, de los que se puede aprender al intervenirlos.

La educación es, en mucho, un proceso de apropiación (asimilación, construcción) del conocimiento y, como lo señalaba Freire, “conocer es tarea de sujetos, no de objetos. Es como sujeto, y solamente en cuanto sujeto, que el hombre puede realmente conocer” (Freire, 1973) .

Pero al mismo tiempo y por mismas razones, la educación no es ni puede ser un proceso neutro o puramente técnico, una concatenación de apelaciones a competencias para el empleo, por ejemplo, sino una práctica social de trascendencia política. En consecuencia, la opción pedagógica en favor de una educación problematizadora y crítico-participativa, significa un compromiso en favor de la transformación de la sociedad y la cultura, en el que los estudiantes adquieren un carácter protagónico en el proceso educativo para formarse como profesionales competentes y ciudadanos participantes, si así lo deciden. Pero tampoco creo que baste la voluntad, por más lúcida que fuera. Otro ingrediente indispensable es la capacidad, que bien podemos llamar estratégica, y que hay que elaborar con un gran sentido crítico ante el autoritarismo o el dogmatismo, no solo ajenos sino también propios. Y de ahí parto para exponer el segundo momento de mi reflexión de esta mañana.

En una versión distinta, originada en otra geografía y otros idiomas, en otros tiempos también, pero me parece que plenamente coincidente con la que aludí antes, el investigador danés Klaus Bruhn Jensen ha insistido en las últimas dos décadas en que la comunicación, o la educación en estos mismos términos de práctica social, no puede ser entendida como un fin en sí misma, sino que es siempre “un medio semiótico para un fin social”. La versión más reciente de este argumento es contundente y la cito textualmente: “El fin de la comunicación es finalizar: idealmente, habiendo sido iluminados y empoderados por la comunicación, los individuos, los grupos y las instituciones, así como las sociedades y las culturas, actúan. La democracia política es un ejemplo de ello” (Jensen, 2012, p. 370).

Teóricamente, la comunicación es acción y viceversa. Como base de su propuesta metodológica sobre la performatividad y la interactividad en

los medios de primero, segundo y tercer grado, Jensen recupera a Bateson y su discípulo Watzlawick, al señalar que toda acción humana, intencional o no, puede ser considerada comunicación en tanto significa socialmente, por lo que “es imposible no comunicar”. Pero también recupera a Austin y Searle y su teoría de los actos de habla, para la que toda comunicación es una forma de acción, al ocurrir en un contexto para un propósito: “decir algo significa hacer algo”. Nos convendría, para enfrentar con mejores herramientas de pensamiento las prácticas y los discursos comunicativos actuales, regresar a fundamentos de nuestro saber específico desarrollados en los años cincuenta y sesenta del siglo pasado, como estos por ejemplo, y pensar con esa ayuda sobre la realidad de las “realidades” que enfrentamos hoy. Cito textualmente a Jensen de nuevo, cuando completa la triada conceptual:

La comunicación anticipa a la acción. La comunicación es una forma de acción auto-reflexiva y recursiva: tiene que ver con acciones que comunican y con comunicaciones en acto. La comunicación explora las relaciones entre lo que es y lo que podría ser, lo que se ha llamado en varios campos de estudio, ‘mundos posibles’. Son concebibles muchas realidades diferentes, (...) pero solo algunas de esas realidades son posibles en un sentido material o lógico. (2012, p. 14).

...Y socioculturalmente deseables o aceptables, agregaría yo, en términos de un proyecto social del trabajo universitario, que hace algunos años vengo extrañando en el campo académico de la comunicación en México. Sintetizo la referencia, porque no hay razón para pensar que quienes me escuchan hoy estén al tanto de mi trabajo: lo que conocemos como “la carrera de comunicación”, de la cual hay actualmente cientos de versiones en México, puede considerarse que fue fundada tres veces el siglo pasado: en la década de los cincuenta, como licenciatura en periodismo; en la de los sesenta, como un programa humanístico orientado hacia los medios masivos; y en la de los setenta como una especialidad de la ciencia social crítica. Cada uno de esos tipos ideales que llamo “modelos fundacionales” integraba fuertes, aunque diferentes, referencias utópicas, como parte del

contexto cultural de la época, del “espíritu del tiempo” según Edgar Morin (1966). Bajo los tres modelos, “comunicación” implicaba trabajo colectivo y solidario para cambiar el mundo circundante, y para construir otro inexistente, pero necesario y posible. (Fuentes-Navarro, 2008, pp. 99-181).

Lamentablemente, las representaciones utópicas asociadas originalmente a las carreras de comunicación como referentes del futuro deseable y posible (un periodismo independiente, influyente y responsable; unos medios que difundieran contenidos culturalmente ricos, basados en valores humanísticos; una sociedad estructuralmente transformada en términos de equidad y de progreso democrático), fueron perdiendo presencia y fuerza de orientación como propuestas de sentido en los proyectos de formación universitaria, conforme creció el número de instituciones y de estudiantes a partir de mediados de los años ochenta, y se intensificaron las evidencias inmediatas de la prevalencia progresiva de “realidades” aparentemente opuestas. Y digo “aparentemente”, no porque dude de que sean opuestas, sino porque a casi nadie parece importarles cuestionarlas y verificarlas.

El “inmediatismo superficial” que puede constatarse como patrón de conducta o criterio de valoración de la comunicación contemporánea, como incapacidad y desinterés por la historicidad y contextualización de los acontecimientos, que se vuelven así indistintamente efímeros, y que proviene quizá de un cierto tipo de periodismo mercantil, de una cierta política demagógica y de una educación burocratizada, está seguramente relacionada directamente con el vaciamiento referencial de los proyectos utópicos y el descrédito del pensamiento crítico, así como con los desafíos educativos, políticos y culturales, asociados a las redes digitales y demás recursos contemporáneos de “comunicación”, entre comillas.

Desde este punto de vista, debido a que lo que se ha impuesto como “realidad” es muy distinto a lo que se quería, se buscaba y se creía desde nuestros modelos utópicos, sostengo que probablemente las consecuencias representadas de los factores tecnológicos de la comunicación son el mayor disruptor de nuestro campo de estudio, además de ser indudablemente

uno de sus principales impulsores, en tanto modificadores del “objeto”, y en cuanto a apoyos para la construcción y el mantenimiento de las tensiones que hacen un campo de interacción, otra realidad imaginaria y no por ello menos influyente: un “proceso”.

Espero que este planteamiento no se confunda con alguna especie de fobia simple contra la tecnología, que no padezco. Lo que me preocupa y trato de combatir no es la adopción de innovaciones tecnológicas, sino el ingenuo optimismo que nos hace supeditar, conceptual y prácticamente, el desarrollo de la comunicación/ interacción social a la adquisición y renovación constante de los dispositivos y las lógicas que median muchos de sus procesos y sistemas. Ese conjunto de procesos sociales-culturales, que algunos autores llaman “mediatización”, es notable por su velocidad de desarrollo y por su alcance, aunque también por la concentración de poderes (político-económico-culturales) de la que es indisoluble.

La gran paradoja del desarrollo tecnológico de “las comunicaciones”, es que sus valores (otra vez, políticos, económicos, culturales) y capacidades de ampliación de las fronteras espaciales y temporales, reducen al mismo tiempo, para los sujetos interactuantes, los costos y esfuerzos necesarios para la comunicación (y para muchas otras “operaciones” constitutivas de la vida social) y las opciones de significación y participación, especialmente las que se refieren a la interpretación del sentido de la interacción misma, subsumida por la “interactividad” que viene pre-programada en el aparato, y muchas veces está también pre-pagada, se use o no. Es decir, por un lado y por el otro, la comunicación se vuelve un acto banal, insignificante, instrumental, y son las nociones menos críticas, eso que se puede llamar “teorías cotidianas”, las que prevalecen sostenidas por intereses comerciales y sectarios, desde donde paso a la tercera y última fase de mi exposición.

Es muy obvio que los procesos de estructuración de campos académicos, disciplinas y profesiones de la comunicación, están directamente relacionados con las maneras como se han representado y han evolucionado los procesos de institucionalización de los medios, los sistemas y las políti-

cas de comunicación en determinados países. En el origen de los estudios de comunicación, la descripción y la comprensión de los medios, los sistemas y las políticas para intervenir en ellos, eran centrales, pero después se fueron relegando, porque creímos que ‘lo que importa es la comunicación, y no los medios’. Ahora hay que recuperar, al menos, la noción de que lo que tenemos enfrente viene de una serie de relaciones construidas, muy compleja y contradictoriamente, en referencia a esa esfera de la mediatización de las sociedades contemporáneas. Es decir, podría tratarse de pasar de los medios a las mediaciones y de las mediaciones a las mediatizaciones, pero en operaciones reversibles, como decía Piaget que se hacía reconocible la inteligencia.

Otro investigador danés como Stig Hjarvard Jensen (2012, pp. 27-34), ha señalado dos desarrollos del campo de la comunicación, que hasta ahora se han apoyado uno al otro, pero que pueden entrar en conflicto: la institucionalización académica, y la mediatización de la cultura y la sociedad. Es decir, el campo académico existe y se ha desarrollado institucionalmente, debido a la importancia crecientemente reconocida a sus objetos de estudio, especialmente la comunicación mediada, pero cuando la influencia formal y la mediación comunicacional crecen de tal manera que determinan a otras actividades sociales-culturales, –políticas, económicas, educativas, religiosas, etc.–, la mediatización del entorno cotidiano no solo afecta a los objetos de estudio, sino también al estudio mismo, además de presionar a la universidad como institución social que es. La mediatización, dice Hjarvard, “(...) no solo implica un cambio en el grado en que los medios influyen los asuntos culturales y sociales, sino también en la manera misma en que conceptualizamos la relación medios-sociedad”, generando más fragmentación e instrumentalización que las que, de por sí, han caracterizado al campo académico.

En términos que introdujo Denis McQuail (2010), y que Jensen ha retomado, es preocupante que las teorías cotidianas, culturales e incluso operativas de la comunicación, que tienen creciente crédito y sustento en los medios y la publicidad de dispositivos tecnológicos, tiendan a ocupar

todo el espacio disponible para las teorías, sin que los proyectos científicos o normativos puedan prosperar en los sitios destinados a la investigación y la formación profesional especializada y autónoma, comprometida con la sociedad como conjunto y no con alguno de sus sectores dominantes. Puede leerse así, una creciente proporción de los discursos académicos, producidos y consagrados en los circuitos internacionales. En la literatura actual del campo de estudios de la comunicación, hay algunas preguntas a las que hay que poner mayor atención, como la de las nuevas figuras profesionales que emergen del entorno de las 'convergencias' y de la reestructuración de la 'ecología de los medios'. Pero también habría que meter ahí, por ejemplo, la crítica a la demagogia de la 'libertad de los usuarios', el problema de la fragmentación de las audiencias, y el de la re-contextualización de los términos del problema de la responsabilidad social, el problema ético de las prácticas.

Reviso por eso, una obra, ya no tan nueva, del francés Dominique Wolton (2006), que tiene un título inquietante, quizá exagerado: "*Salvemos la comunicación*", un libro que prácticamente no tiene que ver directamente con la epistemología o con la ontología de la comunicación, pero sí con esta preocupación ética, urgente para él. Wolton hace su recuento —y sería interesante ver cómo coincide y cómo difiere de otros de los muchos análisis disponibles— de las contradicciones de esta 'sociedad de la información'. Él subraya cinco. Uno: *¿quién paga, quién financia? Nada es gratuito*. Dos: *el reforzamiento del individualismo y la segmentación*. Tres: *la necesidad de intermediarios humanos*. Cuatro: *la trazabilidad*. Cinco: *'demasiada información mata la información'*. Subrayo el punto tres, la necesidad de intermediarios humanos, porque es un elemental punto de confrontación de ese tecnologicismo que nos invade y que tiende a atender a los sistemas como si fueran sujetos.

El punto es tan elemental como que los sistemas tecnológicos no funcionan solos; están diseñados para someternos como sujetos a esa lógica de operación: a veces como manifestantes de una opinión, a veces —casi siempre— como clientes, consumidores, a veces como votantes, a veces

como fieles potenciales de una nueva secta, etcétera. Es decir, el sujeto está, por supuesto, incorporado instrumentalmente en el diseño de los sistemas de operación, como en cualquier tecnología. Pero ¿qué consecuencias tiene la proliferación de maneras de estar conectados? La ‘trazabilidad’, punto cuatro de Wolton —tema central de uno de los libros más recientes de Armand Mattelart (2009), “Un mundo vigilado” y objeto de un fascinante análisis publicado hace dos años por el *Surveillance Studies Centre* de la Universidad Queen’s en Canadá, dirigido por David Lyon (2015) — es un asunto sobre el que hace falta todavía mucha claridad, pero que no deja de ser enormemente inquietante. Los derechos a la privacidad y a la comunicación están en cuestión, pero habrá que reservar para otra ocasión su discusión, al igual que una revisión más fina de lo que propone Wolton sobre los viejos y los nuevos oficios de los comunicadores, en términos de cómo se están imponiendo necesariamente redefiniciones de las responsabilidades.

Por lo pronto, en mayo de 2012, el colega Larry Gross en su discurso presidencial en la conferencia de la *International Communication Association* (ICA) en Phoenix, propuso “abrocharse los cinturones y convertir la crisis en oportunidad” (Gross, 2012, p. 919), pues para él el campo de la comunicación, como la mayor parte de la educación superior, está enfrentando una serie de crisis generadas por cambios económicos, políticos y tecnológicos que afectan a todos los segmentos de la sociedad. “Nos debemos a nosotros mismos, nuestros estudiantes y nuestras sociedades enfrentar esos desafíos y repensar nuestra misión y nuestras prácticas de manera que contribuyan con soluciones” (Gross, 2012, p. 919).

Comparto algunas de sus formulaciones, que él mismo señala, que remiten a su experiencia en Estados Unidos, y que quizá podemos comparar con las nuestras. Gross comenzaba por cuestionar si los programas de doctorado en los que se forman los investigadores de la comunicación deberían flexibilizarse para que los egresados pudieran encontrar empleo fuera de la academia, asunto que me parece muy improbable que prospere en Estados Unidos, y bastante fuera de lugar para México o Colombia, hasta donde sé. Un segundo tema es la centralidad propuesta de las habilidades

comunicativas en la formación general universitaria, lo que va en contra, aparentemente, del énfasis excesivo en la formación para el empleo. Pero Gross es claro al resaltar la importancia de las dos. Para él “(...) los estudios de comunicación bien pueden reclamar un papel central no solo en la educación básica general de una ciudadanía informada, sino también en la comprensión y clarificación de muchos de los desafíos centrales de nuestro mundo rápidamente cambiante (Gross, 2012, p. 924), en lo que concuerdo. Una tercera idea es el rescate del cultivo del compromiso social en el trabajo académico, porque “(...) los debates sobre la política pública están teniendo lugar hoy en Estados Unidos con muy escaso aporte significativo de los investigadores de la comunicación, y por lo tanto, muy frecuentemente con muy poca investigación y datos empíricos socialmente contextualizados y teorizados para informarlos, (Gross, 2012, p. 927), situación que no difiere demasiado de lo que sucede en cualquier otro país del mundo y de la que en América Latina hay ejemplos múltiples.

Finalmente, Gross propuso “proteger el ambiente cultural”, que “debería ser el fundamento de un estudio de la comunicación éticamente responsable y comprometido públicamente”, pues “así como el ambiente físico ha sido dañado como subproducto de la producción industrial, también el ambiente cultural ha sido contaminado como subproducto del efecto acumulativo de nuestra inmersión en medios comercialmente motivados y producidos” (Gross, 2012, p. 930). Para Gross, el nuevo alfabetismo digital es estratégico para que las universidades puedan contribuir educativamente a contrarrestar la contaminación cultural, un propósito ético que puede ser una “verdad inconveniente”, paráfrasis de Gross a Al Gore.

Concluyo. A pesar de todo, apelo a que los estudiantes de comunicación se asuman como protagonistas de tareas y propósitos que, aun teniéndolos claros, no hemos logrado convertir en realidades apreciables por sus consecuencias. Y cada vez es más difícil tener claro qué hacer o qué pensar. Estos países nuestros, como otros, son cada vez más ricos en “realidades” ajenas e inconvenientes, realmente y sin eufemismos, peligrosas. Y la comunicación no puede pensarse, disfrutarse o sufrirse como si

no tuviera nada que ver, como si fuera solo proeza o diversión tecnológica. Una consecuencia real, aunque no tan nueva, del debilitamiento de la capacidad crítica, del inmediatismo superficial y de la fragmentación académica en el estudio de la comunicación, es la creciente distancia entre los conceptos de comunicación y los conceptos de democracia que siempre, desde el origen de nuestro campo, se ha intentado integrar. En las campañas electorales, pero también en muchas otras situaciones de nuestra vida pública, se manifiesta la extendida incapacidad, entre los diversos agentes sociales, de apreciar y respetar los derechos comunicativos de los ciudadanos, indisociables de los demás derechos individuales y sociales, y condición fundamental para su ejercicio. Si nos hiciéramos cargo del rol de protectores del ambiente cultural o simbólico, siguiendo la metáfora de Gross, tendríamos que contrarrestar, desde nuestros entornos más cercanos, la reducción en la práctica de la comunicación a sus manifestaciones más instrumentales, que contribuyen más al predominio de mediaciones sociales autoritarias que democráticas, porque se enraízan como cultura. Y si asumimos ese compromiso, podremos quizá enriquecer, por sus consecuencias, esta realidad múltiple y contradictoria en la que vivimos, también en las universidades. Lo que he visto en estos días en UNIMINUTO me hace creer que todavía hay tiempo disponible. Todavía hay futuro.

Muchas gracias por su atención. Conversemos.

Referencias

Díaz-Bordenave, J., Fuentes-Navarro, R. y Prieto-Castillo, D. (1990). *Formación de comunicadores: de la enseñanza al aprendizaje*. Documento de trabajo elaborado para FELAFACS.

Fuentes-Navarro, R. (2008): *La comunicación desde una perspectiva socio-cultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007*. Guadalajara: ITESO, 99-181.

Freire, P. (1973). *¿Extensión o Comunicación? La Concientización en el Medio Rural*. México: Siglo XXI.

- Jensen, K. B. (2012): *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and Quantitative Methodologies. Second Edition.* London & New York: Routledge.
- Harvard, S. (2012). Doing the Right Thing. Media and Communication Studies in a Mediatized World. *Nordicom Review, Supplement*, 33,27-34.
- Gross, L. (2012). Fastening Our Seatbelts: Turning Crisis Into Opportunity. *Journal of Communication*, 62, 919-931.
- Lyon, D. (2015). *Surveillance after Snowden.* Cambridge UK: Polity Press.
- Mattelart, A. (2009). *Un mundo vigilado.* Barcelona: Paidós.
- McAnany, E. (2012). Saving the World. A brief history of communication for development and social change. Urbana, Chicago and Springfield: University of Illinois Press.
- McQUAIL, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.) London: Sage.
- Morin, E. (1966). *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas.* Madrid: Taurus.
- Wolton, D. (2006). *Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial.* Barcelona: Gedisa.

La ciencia y la técnica de la comunicación en la universidad

Francisco Bernete García
fbernete@ucm.es

Estimados profesores, estudiantes, amigos de UNIMINUTO Virtual y a Distancia:

Tengo el gusto de estar en esta Universidad desde el pasado lunes y de finalizar hoy la estancia, dirigiéndome especialmente a los estudiantes. En los días pasados he podido compartir horas de trabajo con los profesores y responsables académicos y aprovecho para agradecer a todos su recibimiento y su cálida acogida en esta casa.

En el día de hoy, tenemos la ocasión de reflexionar sobre algo que, con toda seguridad, importa mucho a quienes nos encontramos aquí. Nos importa en nuestra condición de universitarios, tal vez de comunicadores profesionales y, en todo caso, de ciudadanos preocupados por la enseñanza de la comunicación. Espero que sea una oportunidad para compartir nuestras visiones sobre lo que está sucediendo en este campo de estudios y lo que puede y debe hacerse al respecto. Una ocasión para compartir nuestras ideas acerca de por qué son relevantes y necesarios en la sociedad actual los estudios sobre comunicación, tanto los que están más orientados a las prácticas como los que están orientados a la teoría y la investigación. Pretendo defender aquí que no existe ninguna oposición entre teoría y práctica; y que la Universidad no debe ofrecer solamente saberes técnicos, sino todo tipo de saberes.

Adaptación a los cambios en el entorno social donde la universidad se inserta

Lógicamente, cualquier programación de la actividad universitaria debe hacerse conociendo y tomando en cuenta lo que sucede fuera de los campus universitarios: los cambios en el entorno social donde la universidad se inserta y, particularmente, las transformaciones en las tareas profesionales

e investigativas que se llevan a cabo en espacios no universitarios. La Universidad no puede mantenerse enclaustrada respecto al exterior que la circunda; muy al contrario, debe estar atenta a lo que sucede extramuros y ayudar a su interpretación. Todo esto es una obviedad en la Universidad Minuto de Dios, caracterizada precisamente por su compromiso con el entorno.

Nos interesa conocer los cambios en el entorno por dos razones principalmente:

- a) La primera razón es que esos cambios pueden hacer necesarias ciertas transformaciones en los contenidos y en los procedimientos de los estudios, a los que voy a referirme más adelante. Son adaptaciones necesarias y recomendables para la puesta al día de los conocimientos.
- b) La segunda razón es que los cambios sociales, políticos, económicos o tecnológicos, entre otros, condicionan el trabajo universitario de variadas maneras. Una de las más evidentes es el control de los recursos financieros que se destinan a la universidad.

Lo que debe y puede hacerse en la docencia universitaria de la comunicación, depende en gran medida del modo de hacer frente a las adaptaciones necesarias y convenientes para el progreso del saber, y también del modo de afrontar esos otros condicionamientos sobre las labores de docencia e investigación universitarias que se ejercen desde otras instancias sociales, guiadas por fines distintos al progreso del saber.

Me referiré seguidamente a esas intervenciones sobre la universidad, recordando que es misión reconocida de esta institución la búsqueda desinteresada de la verdad y su enseñanza racional, manteniéndose como instancia crítica del funcionamiento de las sociedades. Ello supone trabajar con suficiente autonomía como para no verse subordinada a las modas, los intereses políticos, comerciales o de otra índole. La Universidad se debe solo al progreso del saber en todos los terrenos, incluidos los no competitivos o rentables en términos financieros.

Creo que en las universidades del mundo desarrollado se está experimentando un proceso similar, caracterizado por reformas sin tregua, sobre las cuales opinan e intervienen diversos agentes sociales, más que la propia comunidad universitaria. Esta comunidad está viendo limitada su autonomía a la administración de los recursos asignados y está viendo incrementada su dependencia de otras instancias en lo económico, lo normativo y los fines de las titulaciones oficiales. Quienes controlan los recursos destinados a la universidad pueden fijar prioridades, procedimientos de aprendizaje (presencial, semi-presencial, etc.) y procedimientos de evaluación de los resultados que se van obteniendo. Últimamente, instancias ajenas a la universidad están influyendo ya en la elaboración de los planes de estudio, en los criterios de admisión del alumnado y en la selección y categorización del profesorado.

Giro en los fines, los procesos y las estructuras universitarias

Aclarado el primer punto, podemos pensar si se está produciendo (o no) un giro importante en los procesos de gestión de la universidad y en los fines que se persiguen. En mi opinión, sí se está produciendo.

Se espera que las competencias, habilidades, etc. –igual que los contenidos– se actualicen o reprogramen según las necesidades. Los atributos “flexible” y “dinámico/a” se asignan a cualquier cosa: los materiales, la organización, los actores del sistema educativo, etc. Se espera que el sujeto que aprende y el que enseña, estén predispuestos a reciclarse, cambiarse, adaptarse permanentemente. Y sin embargo, las condiciones laborales no ayudan, porque no facilitan el reciclaje formativo en la propia institución, ni la estabilidad necesaria en el empleo: la movilidad, los bajos salarios, los empleos intermitentes, la precariedad, largas jornadas, etc., que son características de otros ámbitos de trabajo, también se dan dentro de la Universidad. No sólo se espera que la educación universitaria esté conectada con los negocios extra-universitarios, se privilegia esa conexión, y se vende como parte de lo que obtiene el estudiante consumidor a cambio

de su matrícula. Además, la propia Universidad cada vez se gestiona más como lo hacen las empresas. En esta dirección se está produciendo el giro.

Este giro se expresa, en parte, en los términos que se utilizan: ya saben, se trata de desarrollar competencias, habilidades, destrezas y no tanto contenidos. Se diga o no explícitamente, ya no se espera de la U, la creación y transmisión de conocimiento valioso en sí mismo. Ya no es el ámbito donde se puede acoger a los intelectuales que pudieran transmitir sus formas de pensar el mundo, y con ello el deseo de saber. Ahora se contrata por tiempo limitado a quienes enseñen aplicaciones concretas y destrezas para hacer cosas.

En las Facultades de Comunicación (de todas partes, en general), se procura enseñar el ejercicio profesional del periodismo, la publicidad, las relaciones públicas, la realización o la producción de radio, cine y televisión, actualizando en lo posible las herramientas y las aplicaciones en el entendido de que los alumnos y alumnas obtendrán un título universitario en comunicación, pero necesitan integrarse en el mundo laboral. En consecuencia, las Facultades no contribuyen mucho a construir la disciplina científica "Comunicación" (ni se confía en poder construirla), pero sí creen atesorar un objeto de máxima importancia (para la cultura, la política, el consumo, etc.). Estas ideas se desarrollan a continuación.

La paradoja de que se considere un objeto estratégico y, al tiempo, no delimitado

Se considera que la comunicación es de enorme trascendencia en entornos de distinta naturaleza: las relaciones personales, familiares, comunitarias; la remodelación de la opinión pública para el consumo, la política, la imagen corporativa; la preparación de la acción en los movimientos sociales; o la justificación y legitimación de la acción en las invasiones imperialistas, por citar solo algunos de los ámbitos. Precisamente, el hecho de que la comunicación parezca estar en todas partes, es una de las razones alegadas para señalar que no tiene límites definidos.

Ciertamente, se abusa del término “comunicación” desde hace bastante tiempo y continúa haciéndose sin miramientos. Jesús Martín-Barbero (1990) asoció la “inflación” del concepto “comunicación” a la imposibilidad de recortar, no solo las figuras profesionales, sino también los objetos de investigación, a pesar de que en América Latina el estudio de la comunicación debe mucho a que las ciencias sociales la han considerado un objeto estratégico, según afirmó Raúl Fuentes (2001).

En efecto, los límites de la comunicación no son tan convencionales como los de otras disciplinas y, por ello, no resulta fácil encuadrarla sólo entre las Ciencias Sociales (o entre las Ciencias Naturales, o entre las Humanidades). El profesor Martín Serrano ha mostrado que se trata de “una actividad que ha participado, y lo sigue haciendo, tanto en la evolución natural como en los cambios históricos. Por lo tanto, el objeto de estudio de las ciencias de la comunicación es de la Naturaleza y es de la Cultura. En la especie humana es ambas cosas al mismo tiempo”. (Martín-Serrano, 2007). Pero esto no significa que sea imposible recortar los objetos de investigación¹.

Aún es necesario construir el marco teórico que necesitan los estudios de la comunicación para estar en donde están las ciencias. “La teoría cumple con ese cometido epistemológico, cuando clarifica cómo están articulados en la comunicación, el mundo natural con el social y ambos con el de los símbolos”. (Martín-Serrano, 2007).

Divergencia entre investigación y enseñanza

Se comprende que la mayoría de los estudiantes de comunicación, cuando se titulen, van a desarrollar labores profesionales en empresas privadas u organismos públicos. Aun así, parece lógico que adquieran conciencia de que los estudios sobre comunicación también tienen dimensiones científicas. Sin embargo, lo que observamos es que se avanza en los análisis científicos de la comunicación en diversos ámbitos, al tiempo que los estudios sobre la comunicación se van reduciendo a enseñanzas instrumentales,

¹ Ocurre que no son objeto de la misma atención los trabajos que se desarrollan en todos los lugares. Aquí se nota la penalización que supone publicar en la lengua propia y no hacerlo en inglés.

so pretexto de que los estudiantes necesitan aprender haciendo cosas, no teorizando sobre las cosas. Pero todos nosotros tenemos la responsabilidad de procurar que los procesos de enseñanza-aprendizaje no se degraden a un programa de técnicas de manipulación de instrumentos, que finalmente pueden orientarse a manipular las mentes.

No existe una oposición entre teoría y práctica. Cuando se hacen cosas prácticas se aplican teorías, aunque no se diga explícitamente. Se trata pues, de una falsa oposición que sirve para ocultar una oposición verdadera. Es necesario aprender Teoría de la Comunicación porque “Un planteamiento de la comunicación que teoriza –ha señalado Martín Serrano– solo se opone a otro que instrumenta. El planteamiento teórico lo desmonta (al planteamiento instrumental) y lo relativiza, en la medida en que la teoría relaciona el uso profesional de los medios y las técnicas de la comunicación, con los fines que persigue esa mediación y con los efectos que genera”.

Defendemos que se mantenga la teoría en la enseñanza de la comunicación para enriquecer la formación de los universitarios con enfoques que les permitan entender de qué manera se aplican los conocimientos sobre comunicación y cuáles son sus posibles consecuencias sobre las mentalidades, la cultura o la educación de los ciudadanos. De otro modo, la docencia de la comunicación quedaría reducida a lo que ahora se llama *know how*, es decir, formación técnica, habilidades, más o menos sofisticadas, al servicio de objetivos pragmáticos específicos (diseñar una imagen corporativa, crear una marca, vender un producto) y orientadas a conseguir que otros hagan algo igualmente concreto (p. e., comprar, alquilar, vestir) de una cierta manera.

A los estudiantes se les puede enseñar a ser productores de comunicación que manipula a sus receptores; y se les puede enseñar a hacerlo sin remordimientos de conciencia, dotándoles de un léxico que mistifica su actividad con bellas palabras que disfrazan la manipulación. También, en estos casos existe un abuso y un uso indebido del término “comunicación”.

El enfoque a-teórico empobrece, igualmente, la investigación y la labor mediadora de los comunicadores. Armand y Michèle Mattelart observaron una generalización de la investigación administrativa en las últimas décadas del siglo XX. Según ellos, los saberes sobre la comunicación no escapan a la misma tendencia que caracteriza otras mediaciones: “todo mediador está hoy afectado por el positivismo gestor, ese nuevo utilitarismo que estimula la búsqueda de instrumentos epistemológicos que permitan neutralizar las tensiones a través de soluciones técnicas.” La función explícita de las actividades de comunicación consiste –al entender de estos autores– en legitimar estrategias y modelos de organización empresariales e institucionales (Mattelart, 1997, p. 126).

“Paradójico oficio el de un ‘comunicador’” –decía Martín-Barbero en 1990– al que la lógica mercantil acaba convirtiendo en su mejor cómplice, al reducir su tarea a la de empaquetador de productos culturales o lubricador de los circuitos del mercado. (Martín-Barbero, 1990).

Desde esa fecha, se ha incrementado la influencia de las corporaciones y agencias multinacionales, que están desembarcando directamente en las universidades. Patrocinan cursos, en algunos casos títulos completos, donde se prepara a los estudiantes para que sean manipuladores de la información, capaces de diseñar la penetración de productos diversos, capaces de lubricar no sólo circuitos comerciales, sino también políticos o de otra naturaleza.

Como ya se ha indicado, los planes de estudio se diseñan actualmente en torno al concepto de “competencia”, en el sentido de “pericia, aptitud o idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado” (RAE).

Los estudiantes quieren y necesitan “saber hacer”. Los profesores y la Universidad como institución tienen la misión de “hacer saber” la verdad y expresarla con claridad. Ahora que se ha puesto de moda el término de “pos-verdad” e importantes líderes políticos de grandes países del mundo desdeñan la verdad de los hechos, hay que redoblar los esfuerzos en pro

del conocimiento científico y el desenmascaramiento de la mentira y la manipulación informativa.

Como señala el profesor Martín Serrano (2007) “la autonomía del alumno crece en la medida en que pueda saber lo que la comunicación hace que otros hagan. Descubrirá que el uso que haga de sus competencias comunicativas va a afectar a su existencia y la de los demás (...) Hacer saber incluye que los destinatarios estén capacitados para detectar lo que pretenden hacerles hacer los controladores que ahora les forman y luego les contratan. De aquí el carácter crítico que es consustancial con toda teoría que se ocupe de saberes que van a ser aplicados profesionalmente”.

El desarrollo de las TIC permite que se canalicen por internet las orientaciones más instrumentales de la enseñanza de la comunicación. La universidad también concurre *on line* con este tipo de ofertas. Pero previsiblemente va a dejar de ser la opción formativa más importante. En cambio, en internet están ignorados, desatendidos u obsoletos- y por lo general mal implementados- los contenidos básicos de las ciencias de la comunicación. Por ejemplo: en la enseñanza en red son inexistentes los estudios que están en consonancia con los enormes avances científicos en curso; son escasísimas las materias que toman en cuenta las dimensiones sociales de los usos de la comunicación.

Se confirma la necesidad de que la Universidad siga siendo el espacio donde se mantenga la tensión teórica e investigativa, para atender demandas científicas y sociales tan importantes. Una tarea que desde hace setecientos años es parte de sus señas de identidad.

Resumen

1. Para adecuarse al estado de los conocimientos, en primer lugar, hay que seguir atentos a lo que aportan los científicos y los profesionales que, trabajando en distintos campos, abordan la comunicación desde puntos de vista diferentes: etólogos, antropólogos, lingüistas, sociólogos, politólogos, etc. Y también:

profesionales del periodismo, la publicidad, la imagen corporativa, las relaciones públicas, el marketing, la comunicación en las organizaciones, etc. Para entender la comunicación –en segundo lugar– es tan importante mirar el pasado (incluyendo los procesos de comunicación animal) como al presente y al futuro. Solo una mirada enmarcada en el tiempo y el espacio, nos permitirá entender los cambios experimentados anteriormente, los que estamos experimentando en la actualidad y los que se anuncian para el porvenir.

2. El actual giro en los fines, los procesos y las estructuras universitarias, se lleva a cabo al tiempo que se produce una muy trascendental transformación en las infraestructuras con las que se maneja la información: el desarrollo de las TIC, cuyo protagonismo las convierten en mucho más que recursos, son también materia de estudio desde múltiples perspectivas en nuestras sociedades.

Se conoce que las tecnologías actuales han cambiado todas las fases de los procesos comunicativos: producción, almacenamiento, intercambio, recepción y uso de la información. Y que, además de los procesos comunicativos, están transformando también otras dinámicas sociales y de la existencia. Como es sabido, se integran en los sistemas educativos, tanto en la gestión, como en la propia actividad docente e investigativa (no se sabe bien cómo evaluar la docencia, pero ya se valora positivamente que utilicemos el campus virtual, y cuanto más, mejor).

Concretamente, los especialistas en comunicación (profesionales, docentes o investigadores) deben estar atentos a:

1. Lo que se transforma en la información y la comunicación (no solo la infraestructura tecnológica).

2. Lo que cambia al mismo tiempo en otras dimensiones sociales (educativas, políticas, laborales, etc.).
3. Las conexiones entre las transformaciones infocomunicativas y esos otros cambios sociales
4. El efecto de los cambios sobre la reproducción social, o, dicho de otro modo, la posible trascendencia de ese cambio para el conjunto de la sociedad. Piensen lo que está suponiendo el avance en digitalización, realidad virtual, aumentada, etc. Tomen, por ejemplo, el juego de *Pokemon Go*, para hacerse una idea de que estamos en los comienzos de la creación de un mundo híbrido (material-virtual).

Solo me cabe recomendarles que el diseño de los planes de estudio se haga científicamente. Y si hay que proponerse que los estudiantes adquieran competencias, retomen las señaladas por Raúl Fuentes, profesor del ITESO de Guadalajara, como centrales para la formación universitaria de los profesionales de la comunicación, y exijan a su vez su empleo como recursos reflexivos en la propia enseñanza: 1) dominar el lenguaje para ubicarse en el entorno sociocultural; 2) controlar la información, sus códigos y canales de producción y circulación social; 3) relacionar los medios con los fines, en una perspectiva ética, y 4) operar educativamente la comunicación, como mediación constitutiva de un proyecto social en y mediante la producción social de sentido (Fuentes, 2001).

Y tras esta cita a Raúl Fuentes, solo me queda invitar a los estudiantes, profesores y todo el personal de UNIMINUTO, a que aprovechen los espacios que les abre la ciencia y todo tipo de saberes, para continuar desarrollando el compromiso con el conocimiento y con el entorno social donde esta Universidad desarrolla su trabajo, que es inseparable del compromiso con la paz y la democracia.

Referencias

- Fuentes, R. (2001). La renovación del proyecto social de la formación universitaria de profesionales de la comunicación. *Reglones*, (48).
- Martín-Barbero, J. (1990). Comunicación, campo cultural y proyecto mediador, en *Diálogos de la Comunicación*, (26), FELAFACS, Lima, pp. 6-15.
- Martín-Serrano, M. (2005). *¿Para qué sirve estudiar Teoría de la Comunicación?* Conferencia final del Curso de Teoría de la Comunicación en la Universidad Complutense de Madrid.
- Martín-Serrano, M. (2007). *Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw Hill.
- Mattelart, A. y Michèle. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

La investigación y la enseñanza en los semilleros de investigación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios

Carlos Barrera Hernández
cbarreraher@uniminuto.edu.co

Resumen

El presente documento aborda aspectos convencionales y no convencionales de los procesos desarrollados al interior de los semilleros de investigación de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, en la modalidad virtual y a distancia. Respecto a ello, se presentan algunos apartes que se demostraron a lo largo del tiempo en el que se estuvo realizando este ejercicio, y en el que se encontraron algunos resultados, como se mencionara más adelante. Este ejercicio es parte del proceso realizado con los estudiantes, miembros del semillero de investigación “Comunicación, Ciudadanía y Política”, el cual se estuvo realizando durante alrededor de un año, en el cual se hallaron elementos de análisis relacionados con el tema central de investigación ‘la comunicación y su papel en la sociedad’, que de cierto modo, no será abordado en este trabajo, pues no resulta ser la intención del mismo. Finalmente, es relevante comentar que esta ponencia es de tipo expositiva, y en esta se presentan aspectos parciales de la pesquisa llevada a cabo en el proceso anteriormente mencionado, pero en el cual se hace énfasis en la importancia de demostrar lo que conlleva hacer investigación bajo esta modalidad.

Lo que llamamos investigar

La investigación se ha llevado a cabo para comprender la realidad; claro que no de forma tan estructurada y formal como la conocemos en la actualidad, pero siempre se presentaron formas muy discretas que posibilitaron la realización de esta actividad. Se indagaba para comprender y conocer ciertos acontecimientos que se presentaban tanto en la naturaleza como en el mundo social; es decir, desde la misma explicación de los fenómenos de la naturaleza, los fenómenos climáticos, las cosechas, la vida y

la muerte, entre otros; al igual que en las interacciones humanas, desde las formas de relacionamiento humano, hasta la comprensión de las diversas formas de organización social y las instituciones que el ser humano ha creado para representarse. En sí, la investigación es un proceso muy complejo que en varias ocasiones no es fácil de explicar, así como de comprender; a fin de cuentas, cada vez que se intenta comprender, conocer y explicar una situación extraña, recurrimos a diversos procesos de indagación que relacionamos con la “investigación”, entre comillas investigación, ya que esta conlleva un proceso diferente al indagar, porque lo último comprende el acceder a cierto tipo de conocimiento a partir de presunciones o conjeturas para llegar a un punto sin comprobación, mientras que el primero, está íntimamente relacionado con procesos más estructurados y complejos, propuestos en varios manuales que toman la rigurosidad y objetividad para lograr la validez e imparcialidad, pero con prudencia para una posibilidad de replicabilidad.

En esta ponencia, se hará presentación y se intentará exhibir el proceso desarrollado en torno al ejercicio investigativo mismo, ya que de esto depende la comprensión y planeación por parte de los docentes, tutores en el acompañamiento realizado a la actividad investigativa misma, al igual que facilitar la comprensión que los estudiantes deberán tener acerca del ejercicio a realizar o el que estuviere realizando. Lo anterior como una simple postura de reflexión crítica frente a todo el proceso que involucra el esfuerzo conjunto del quehacer investigativo, más aun teniendo en cuenta la modalidad en la que en este momento nos encontramos y la que se alcanza a vislumbrar para el futuro.

Respecto a lo anterior, esta ponencia la presentaremos en dos partes. En un primer momento se mencionaran segmentos o puntos del ejercicio realizado frente al proceso investigativo; en este se presentarán las orientaciones generales que se alcanzan a impartir o a suponer desde el nivel de los tutores, que a su vez tiene replica y aceptación o controversia por parte de los estudiantes, y es allí donde se da inicio a una gran travesía, confusa al principio, pero la cual siempre se espera que tenga aceptación e impacto

como modelo alternativo de trabajo de grado. Más allá de ello, se presentarán algunos resultados y experiencias del ejercicio en mención, en el que se encontrarán aciertos y dificultades en el proceso llevado a cabo.

Los cazadores del arca perdida

A partir de este momento, con este abre bocas, daremos inicio a la presentación de lo que significa investigar en esta modalidad. Pero, para partir, debemos tener en cuenta los siguientes puntos:

1. En primer lugar, se confunde la idea de investigar con el indagar.
2. Se cree que el tipo de enseñanza apto, es el tradicional; es decir, el tutor se encuentra con su estudiante todos los días para orientar.
3. No se imagina que el estudiante sea un poco mayor incluso que nuestro maestro estrella, no hablo de Gonzalito, hablo de cada uno de nosotros.
4. Tampoco imaginamos que nuestros estudiantes trabajen y que tengan familia.
5. Directa o indirectamente, se exige que los estudiantes, en algunos casos, abandonen sus obligaciones y se dediquen a estar con nosotros.

Puede que salga un decálogo, pero partiremos con estas premisas. Al mejor estilo de Indiana Jones, tanto en lo estético como en lo simbólico: salimos en busca de grandes tesoros, sin tener en cuenta los retos que esto conlleva, como el proponer un tema o líneas de investigación vigentes y llamativos para todos, seguido de una serie de actividades que en algunas ocasiones ni siquiera alcanzamos a dimensionar en cuanto a grandes y complejas, pero en las que los únicos que alcanzan a enfrentar y sobrellevar este reto, son los estudiantes, sujetos con grandes expectativas frente

al ejercicio que van a realizar, lo que conlleva a sacrificar tiempo, espacios, ritmos y rutinas, que estén dedicadas cien por ciento al ejercicio investigativo. Por último, proponer una serie de lecturas introductorias, referentes al tema de investigación; probablemente estas puedan ser inicialmente la primera tortura del estudiante, pero lo que ellos no alcanzan a comprender es que esta no es la dificultad, la dificultad es, en la gran mayoría de las veces, el monstruo del tutor, quien cree que tiene en frente un estudiante a tiempo completo, que no trabaja, que se consagra únicamente al estudio, y que tiene la posibilidad de dedicarse de lleno a este proceso, de asistir a todos los encuentros y de cuanta alegría posea su tutor.

Los estudiantes, inicialmente este grupo de sujetos, parte con unas bases mínimas de lo que puede ser este gran proceso, y es aquí donde me atrevo a mencionar, que es donde el ejercicio investigativo se convierte, en un primer momento en indagación, porque por más que el estudiante haya escogido su propio tema de investigación, parte con unos supuestos básicos de los que cree que puede estar sucediendo, pero que cuando se enfrenta al monstruo teórico, es donde puede iniciar la aguda tortura, el enfrentarse a leer en una cultura donde la lectura es mínima, donde se lee para saber qué es lo que se va a recibir o que es lo que se va a firmar, o simplemente porque es obligación, porque en algunos casos cree saber que tiene la razón, pero no puede explicar el por qué. Es como intentar salir de la caverna del mito propuesto por Platón y retomado de cierto modo por Saramago, o intentar salir de la minoría de edad para tener el poder de sentarse en algún establecimiento público e ingerir bebidas alcohólicas y debatir sobre cómo se salvará al mundo. Sobrepasada esta situación, cuando el estudiante es más accequible, cuando se involucra en la lectura, construye los más emotivos y profundos discursos, casi en forma de verso, pero que la gran mayoría de las veces conmueve escucharlos, pues es ahí cuando decimos, "este muchacho es de mi semillero ¡y cómo le han servido las lecturas que le he dado!"

Es ahí cuando conocemos la capacidad que puede llegar a tener un estudiante con disciplina, que comprende y transforma los aspectos teóricos

presentados, cuando encuentra en un primer momento, un argumento para poder explicar la realidad que se le ha presentado, un momento en el que articula un pensamiento común en uno teóricamente construido.

Seguido de ello, encontramos, en algunos casos, la confusión por parte nuestra, los tutores, frente al modelo de enseñanza-aprendizaje, en el cual hallamos muchas herramientas de la educación tradicional que aplicamos en esta modalidad de educación, pero con resultados un poco cuestionables y no esperados. Es decir, que para esta modalidad, lo tradicional, no aplica en todos los casos. Para esta particularidad, se debe recurrir a elementos fuera de lo convencional, que sean llamativos y de impacto, pero que sobre todo se relacionen con los tiempos que pueda llegar a manejar cada uno de ellos, porque debemos entender que según esta circunstancia de educación, estos estudiantes suelen ser mayores, con vida propia, con altos niveles de responsabilidad laboral y con manejo de un ritmo de trabajo específico; por tal motivo, las lecturas, actividades de encuentro o de socialización, deben ser muy significativas, prácticas y concretas, sin descuidar sus ritmos y niveles de lectura que alcancen a realizar.

Por último, otra exigencia que hacemos a los estudiantes, es solicitarles, en algunos casos, que “abandonen” o tomen prioridades respecto a sus obligaciones, y se dediquen a estar con nosotros, como medida para asegurar el éxito del proceso investigativo. Considero que esto, no se hace tan solo por este fin, sino que se aplica teniendo en cuenta la imagen y nombre del tutor frente a sus pares y frente al proceso llevado a cabo.

Analizar los hechos: con el santo grail y buscando la eterna juventud

A fin de cuentas, estos son unos apartes de lo que significa enseñar a investigar en este modelo de educación no tradicional, un modelo que cada vez, busca ser más innovador e incluyente, sobre todo que tenga en cuenta las diversas funciones, tiempos, actividades y demás, que pueda tener un estudiante que se matricula bajo estos lineamientos. No se trata de presentar las dificultades de este proceso, pero sí de demostrar los retos a los que

nos enfrentamos en conjunto y tratar con ello, de buscar algunas soluciones que beneficien y redunden al grupo conformado.

Se quiere decir, que tenemos acceso a las herramientas, pero que en algunos casos, hacemos caso omiso a ellas y decidimos aplicar teorías pasadas, buscando la comodidad y el confort que esto nos ha traído siempre.

A modo de consejo, retomo los cuatro acuerdos toltecas:

Haz siempre lo mejor...

No supongas, ni des, nada por hecho...

Honra tus palabras... y

No tomes nada personal...

Teniendo en cuenta la educación disruptiva, que se sale fuera de lo normal, pero que tiene el propósito de formar y de que se obtenga un aprendizaje significativo, como lo diría Ausubel, hay que ser innovador, buscando crear cosas para la vida de cada uno y de los demás. La clave del éxito en investigación, se basa en comprender lo que sucede afuera, en la realidad, para aplicarlo, independientemente del resultado, tan solo porque es un accidente o una consecuencia de una acción. Ese fue el secreto con el grupo de semillero de investigación, un grupo que reflejo lo aplicado en los diferentes encuentros y que obtuvo comentarios positivos al respecto.

A pesar de las limitaciones que se pudiesen presentar, es necesario que se tengan en cuenta aspectos muy básicos pero importantes, como el saber impartir buenas orientaciones e instrucciones frente al proceso, desde el mismo momento en el que se ingresa a un grupo de semillero, con el fin de tener claridad del proceso y permitir establecer unas expectativas del ejercicio a realizar. Ser muy concreto con los objetivos que se quieren lograr; es decir, la finalidad de este proceso y el papel que jugará cada uno de ellos. Además, tener en cuenta los tiempos y espacios tanto de los estudiantes como los propios mismos, para los encuentros y disertaciones

frente al proceso. Este es uno de los que más trascendencia tiene porque es el espacio sobre un escenario en el que se resuelven muchas interrogantes, entre otras, como autores y lecturas sugeridas para el desarrollo del proceso. Finalmente se podría decir: el éxito del ejercicio del semillero se ve materializado en la construcción de todo un proceso, evidente en una publicación, participación en una ponencia o en otro tipo de actividad académica, en el cual se dé cuenta de una teoría consolidada, que revalide o que sea algo alternativo e innovador, que sustente el proceso realizado, así como que demuestre la efectividad de un proceso metodológico, en la recolección y análisis de la información.

Como conclusión: una breve arqueología del conocimiento

Enseñar e impartir un conocimiento, no es una tarea fácil, considero que se debe tener vocación y pasión por lo que se hace, no tan solo por la responsabilidad de lo que se imparte, sino por la sensibilidad que se tenga en la formación humanista. Formar un ser humano, es una tarea compleja; creo que se debe ir un poco más allá, moldeando y contribuyendo a la formación de pensamiento crítico, que redunde en la transformación social, buscando una inclusión y determinando una participación ciudadana en los diferentes contextos donde se encuentre. Retomando la idea, es importante mencionar, bajo este proceso de enseñanza-aprendizaje, que es imprescindible tener en cuenta el conocimiento del contexto donde se realiza esta labor, además del de la población misma que asiste a este tipo de institución o a cualquier otra, porque a partir de allí, es donde se puede dar inicio a la formación y construcción de un sujeto integral que responda a las necesidades de su comunidad o grupo social. En este sentido se consolidan todos los planteamientos anteriormente expuestos, cuyo fin era mostrar y presentar el desarrollo de un ejercicio realizado a partir de una experiencia pedagógica, o como bien lo presenta la misión de esta institución, presentar procesos donde todos sirvamos y tengamos un propósito social, "Que nadie se quede sin servir".

Bibliografía

- Arfuch, L. (Comp.). (2002). *Identidades, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires: Ed. Prometeo.
- Ausubel, D. (1976). *Psicología educativa*. México: Trillas.
- Berger, P. y Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Carr, N. (2016). *The Glass Cage: How our computer are changing us*. New York: W. W. Norton & Company.
- Durkheim, E. (1964). *Las reglas del método sociológico*. Buenos Aires: Ed. Dédalo.
- Fals-Borda, O. (1985). *El problema de cómo investigar la realidad para transformarla por la praxis*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Giménez, G. (1996). La identidad social o el retorno al sujeto en sociología. En *III Coloquio sobre Identidad organizada por el Instituto de Investigaciones Antropológicas*. México: UNAM.
- _____ (1999). La importancia estratégica de los estudios culturales en el campo de las ciencias sociales. En R. Cruz, y R. Fuentes-Navarro. (Coords.), *Pensar las ciencias sociales hoy. Reflexiones sobre la cultura*. México: ITESO
- Heller, A. (1987). *Sociología de la vida cotidiana*. Barcelona: Ediciones Península.
- Jodelet, D. (2012). La representación social; fenómenos concepto y teoría. En S. Moscovici, *Psicología social, II*. Barcelona: Paidós.

- Kranzberg, M. (1985). Science-Technology-Society: It's as Simple as XYZ! *Theory into Practice*, 30(4), pp. 234-241. Recuperado de: https://www.jstor.org/stable/1476820?seq=1#page_scan_tab_contents
- Leibrandt, I. (2009). *Narrar en la era digital*. Navarra: Instituto de Idiomas-Universidad de Navarra.
- Von Mises, L. (1968). *La Acción Humana*. Madrid: Editorial Sopec, S. A.
- Talcott, P. y Shils, E. (Dirs.). (1968). *Hacia una teoría general de la acción*. Buenos Aires: Editorial Kapeluz.
- Touraine, A. (1993). *Crítica de la modernidad*. Madrid: Ediciones tema de hoy.
- Vilches, L. (2011). *La investigación en comunicación, Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Wallerstein, I. (1996). *Abrir las ciencias sociales*. México: S. XXI Editores.

PARTE 2:

PONENCIAS

*Educación y comunicación
en procesos de
transformación cultural*

Educomunicación y proyecto educativo etnográfico: apuntes para un currículo fortalecido. Caso de estudio: San Basilio de Palenque

Verónica Martínez Guzmán
vmartinezg2@uniminuto.edu.co

Resumen

En términos generales, este estudio pretende explicar el proceso educativo etnográfico como un proceso de comunicación basado en el diálogo, empatía y empoderamiento del ecosistema cultural y digital, enfocado en el desarrollo de competencias para la vida, en los estudiantes de educación media de la Institución Educativa Técnico-Agropecuaria *Benkos Biohó*. En consecuencia se formula la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo se potencia la idea de una educación étnica fortalecida desde una construcción curricular que impulse el espíritu emprendedor y el pensamiento empresarial con enfoque tecnológico I+D+i al interior de la comunidad académica de la Institución Educativa Técnico Agropecuaria (IETA) Benkos Biohó de San Basilio de Palenque?

Los referentes teóricos que aborda esta investigación, se encuentran referidos al siguiente contenido temático: a. Comunicación, educación y TIC: ruta epistemológica para la consolidación de un currículo étnico fortalecido; b. La educación desde la comunicación: reflexiones para un posible modelo; c. La comunicación educativa como puerta de entrada al aprendizaje tecnológico y científico de la educación; y d. Las tecnologías de la información y la comunicación como vehículo hacia una educación pertinente. Mientras que en el estado del arte se realiza un recorrido temático en torno a: 1. Generalidades de proceso de etnoeducación en Colombia; 2. La etnoeducación como política pública; 3. El despertar palenquero; y 4. Fundamentos para un currículo étnico.

Se considera que este proyecto es de gran utilidad para el reconocimiento de comunidades educadas en un sistema diferencial, y aporta sustancialmente al discurso de afrodescendientes, calidad educativa y principales retos del sistema intercultural educativo en Colombia, articulándose así con lo dispuesto en el *Plan Nacional Decenal de Educación 2006 - 2016*.

Para la comunidad de San Basilio de Palenque, esta investigación se convierte en una oportunidad de repensar estrategias de abordaje de su proyecto educativo etnográfico, atendiendo a que, de acuerdo con la Ley 1014 de 2006, es necesario que todos los establecimientos educativos desarrollen acciones pedagógicas, articuladas e intencionadas, que mediante el desarrollo de las competencias básicas y ciudadanas, promuevan el desarrollo de actitudes emprendedoras en los estudiantes y contribuyan a la consolidación de la cultura del emprendimiento.

Esta investigación es un estudio de carácter cualitativo de corte etnográfico. La población seleccionada para ello está compuesta por directivos, docentes y estudiantes de educación media (10.º y 11.º) de la Institución Educativa Técnico Agropecuaria (IETA) Benkos Biohó, de San Basilio de Palenque - Sede Principal.

Entre los resultados de investigación propuestos para este estudio, se encuentra el diseño de una estrategia educomunicativa I+D+i, con enfoque étnico, que permita el uso inteligente de las TIC en el proceso de enseñanza-aprendizaje en territorio afrocaribe; además del fomento de una cultura de innovación y emprendimiento social entre los niños y niñas de la Institución Educativa Benkos Biohó, de San Basilio de Palenque.

Palabras clave: Proyecto educativo etnográfico, comunicación social, educomunicación, currículo, emprendimiento e innovación educativa.

Introducción

El estudio propuesto pretende mostrar a la educación como elemento de construcción de nación cívica, y elemento de desarrollo en torno a

la conciencia de lo propio, amparado en la premisa de que no es posible mejorar la calidad de la educación a espaldas del desarrollo de la ciencia y la tecnología, ni al margen de la realidad sociocultural de cada institución educativa. Esto, atendiendo a que todas las actividades curriculares, principalmente las relacionadas con la tecnología e informática, son el eje de innovación en aspectos sociales-culturales propios del entorno pedagógico, así:

1. En el ámbito de la educación, las NTIC pueden ser una herramienta útil para complementar el sistema de educación escolar tradicional, acrecentar sus posibilidades y adaptarlo a las diferentes necesidades de formación y aprendizaje social.
2. Las NTIC pueden ampliar la cobertura del aprendizaje, superando los límites tradicionales de espacio y tiempo, y las fronteras del sistema educativo actual.
3. Las NTIC crean nuevas posibilidades de acceso, distribución y difusión de la información científica, y además permiten el establecimiento de redes académicas nacionales e internacionales.
4. Las NTIC posibilitan la protección de la diversidad lingüística y cultural, el fomento del pluralismo, la promoción del diálogo intercultural y estímulo de la creatividad artística y economía de la cultura, así como la promoción del patrimonio cultural e inmaterial, permitiendo un desarrollo más equitativo y pluralista de la educación.
5. El desarrollo de las NTIC no solo abre la puerta al debate sobre sus repercusiones a nivel educativo frente a las dinámicas cambiantes del proceso enseñanza-aprendizaje, sus contenidos, e interacción entre profesores y estudiantes, sino en la adquisición de competencias para la vida.

En consecuencia, el aporte teórico que realiza esta investigación a la línea educocomunicativa, se concentra en una reflexión sobre el contexto educativo en la comunicación, no como un hecho aislado, sino como un hecho vivencial y específicamente popular, invitando a la transición de una sociedad con sistema educativo, a una sociedad educativa, que se articula en torno a dos ejes fundamentales: competencias para la vida y pedagogía experiencial, un espacio que gira en torno a tres conceptos: *academia*, *transdisciplinariedad*, e hibridación. Esto con el propósito de ampliar y dar un nuevo significado al campo de práctica del educador y del comunicador.

Objetivos

Objetivo general

Explicar el proceso educativo etnográfico como un proceso de comunicación, basado en el diálogo, empatía y empoderamiento del ecosistema cultural y digital, enfocado en el desarrollo de competencias para la vida en los estudiantes de educación media (10.º y 11.º) de la Institución Educativa Técnico-Agropecuaria Benkos Biohó.

Objetivos específicos

- Proponer un marco de referencia en comunicación educativa con énfasis I+D+i, que aporte elementos epistemológicos para la construcción de un proyecto educativo etnográfico fortalecido en un contexto institucional de emprendimiento TIC.
- Identificar elementos fundamentales para la construcción de un currículo étnico de educación media, que impulse el desarrollo de metodologías y pedagogías de enseñanza-aprendizaje apoyadas en las TIC con enfoque I+D+i.

Metodología

Tipología de investigación y enfoque

Esta investigación es un estudio de carácter cualitativo, de corte etnográfico, teniendo en cuenta los referentes conceptuales, teóricos, legales y contextuales trabajados con anterioridad, ya que se caracteriza por

mostrar la particularización y no la generalización de resultados. Se sitúa en el estudio de caso, debido a que ofrece una perspectiva contextualizada útil para la descripción y el análisis de una situación social determinada.

Martínez-Carazo (2006) indica que el método de estudio de caso es una estrategia metodológica de investigación científica, útil en la generación de resultados que posibilitan el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de las teorías existentes o el surgimiento de nuevos paradigmas científicos; por lo tanto, contribuye al desarrollo de un campo científico determinado. Razón por la cual, el método de estudio de caso se torna apto para el desarrollo de investigaciones a cualquier nivel y en cualquier campo de la ciencia, incluso apropiado para la elaboración de tesis doctorales.

Parafraseando a Yin (1994, citado por Martínez-Caraz, 2006), se argumenta que el método de estudio de caso ha sido una forma esencial de investigación en las ciencias sociales, así como en las áreas de educación. Martínez-Carazo (2006), por su lado, indica que tradicionalmente el estudio de caso fue considerado apropiado sólo para las investigaciones exploratorias. Sin embargo, algunos de los mejores y más famosos estudios de caso han sido tanto descriptivos como explicativos; un ejemplo de ello, fue el estudio etnográfico *Street Corner Society*, de 1943, que estableció un modelo urbano de sociedad realizado por William Foote White.

Población

“Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones” (Levin y Rubin, 1996, citado por García, 2016).

La población seleccionada para esta investigación está compuesta por directivos, docentes y estudiantes de educación media (10.º y 11.º) de la Institución Educativa Técnico Agropecuaria (IETA) Benkos Biohó de San Basilio de Palenque - Sede Principal. Lo anterior, debido a la interesante propuesta pedagógica que se implementa en esta comunidad y su pertinencia social y cultural, que no la circunscribe solo al contexto escolar, sino

que se proyecta a otros ámbitos, especialmente al familiar, convirtiéndose así en una herramienta fundamental para fortalecer la identidad y reafirmar el significado de lo que es ser palenquero. Además de la incidencia de la comunidad palenquera en la administración educativa del departamento, su fuerte liderazgo social y la evidencia de un avanzado grado de posicionamiento político a nivel nacional.

Categorías de análisis

Las categorías identificadas en la investigación son: Comunicación para el desarrollo y cambio social (Planificación de la comunicación); Proyecto Etnoeducativo (Integralidad, Diversidad lingüística, Autonomía, Participación comunitaria, Interculturalidad, Flexibilidad, Progresividad y Solidaridad); Práctica Pedagógica con TIC (Contexto Institucional TIC y Experiencias significativas) y emprendimiento (Innovación Social).

Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas empleadas en este estudio son: la observación, las entrevistas y los cuestionarios. Para la recolección de la información, y respondiendo a los objetivos, se plantearon los siguientes instrumentos: lista de chequeo para la revisión del proyecto etnoeducativo, elementos básicos y sus características; cuestionario aplicado a docentes de la media; cuestionario aplicado directivos; cuestionario aplicado a estudiantes; diario de campo para acompañamiento de los maestros.

- a) **Lista de chequeo:** “Las listas de chequeo son dispositivos metodológicos y nemotécnicos, que reducen la complejidad para comprobar solamente los elementos importantes, con ello reducen errores de omisión [...]. Es un instrumento exploratorio descriptivo. Su objetivo no es estadístico. Verifica la presencia o ausencia de determinadas características” (Florez y Valle, 2013).
- b) **Cuestionario:** según Muñoz (2003), el cuestionario es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la obtención y registro de datos. Su versatilidad permite utilizarlo como

instrumento de investigación y como instrumento de evaluación de personas, procesos y programas de formación. Es una técnica de evaluación que puede abarcar aspectos cuantitativos y cualitativos. Los datos que se pueden obtener con un cuestionario pertenecen a cuatro categorías: hechos, opiniones, actitudes y motivaciones, y sentimientos y cogniciones. Finalmente, el objeto del cuestionario es obtener, de manera sistemática y ordenada, información acerca de la población con la que se trabaja, sobre las variables objeto de la investigación o evaluación.

- c) **Diario de campo:** Martínez (2007), señala que el diario de campo permite enriquecer la relación teoría-práctica. La observación es una técnica de investigación de fuentes primarias, que necesita de una planeación para abordar un objeto de estudio o una comunidad, a través de un trabajo de campo (práctica). La teoría como fuente de información secundaria, debe proveer de elementos conceptuales para que la información no se quede simplemente en la descripción sino que vaya más allá, en su análisis. Así las cosas, este instrumento permitirá no sólo recopilar información, sino acceder a la elaboración de un informe con tres aspectos fundamentales: descripción, argumentación e interpretación.

Resultados y discusiones

Generalidades del proceso de etnoeducación en Colombia

La etnoeducación se entiende como un proceso social permanente, inmerso en la cultura propia, que permite, conforme a las necesidades, intereses y aspiraciones de un pueblo, formar a sus individuos para ejercer su capacidad social de decisión, mediante el conocimiento de los recursos de su cultura, teniendo en cuenta los valores del grupo étnico que permitan un reconocimiento y a la vez relación con otras culturas y con la sociedad hegemónica en términos de mutuo respeto. (Patiño, 2004).

La etnoeducación (Educación Intercultural Bilingüe/ EIB o Educación Bilingüe Intercultural/ EBI), se comienza a abrir camino en Colombia a

partir de la Constitución de 1991, en la medida en que la carta constitucional reconoce a los grupos étnicos (indígenas, afrocolombianos y gitanos) como sujetos de derecho, razón por la cual las entidades públicas de orden nacional, realizan ajustes a la legislación y se producen nuevas propuestas legislativas que buscan garantizar la protección de dichas comunidades.

No obstante lo anterior, se puede decir que la etnoeducación comenzó su vida legal a partir de Decreto 1142 de 1978, mediante el cual se visibilizan y ponen en práctica una serie de experiencias escolares en comunidades de grupos étnicos, tomando como fundamento la cosmovisión, territorialidad, diversidad, usos y costumbres y pedagogía; siguiendo los principios de integralidad, diversidad lingüística, identidad, autonomía, participación comunitaria, sustentabilidad y viabilidad económica, progresividad, interculturalidad, flexibilidad y cohesión, y control social.

En lo que respecta al establecimiento de estándares, se tienen en cuenta los siguientes aspectos: los parámetros culturales de socialización, el desarrollo cognoscitivo de los niños y niñas ligado al entorno cultural, las formas propias de relación con la naturaleza, y todos los aspectos en general del grupo étnico particular. En consecuencia, los trabajos realizados hasta ahora en esta materia se articulan en torno a tres aspectos fundamentales: políticas, efectos en la vida de los grupos étnicos y la identificación de parámetros en la etnoeducación en el país.

La etnoeducación como política pública: un marco normativo de la política educativa para comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras

- Procesos organizativos propios.
- Decreto 1142 de 1978.
- Ley 21 de 1991 (Convenio 169 de la OIT).
- Constitución Política de Colombia de 1991.
- Ley 70 de 1993 (Desarrolla art. 55 de CPC).

- Ley General de Educación (Ley 115 del 1994).
- Decreto 804 de 1995.
- Jurisprudencia de la Corte Constitucional (AUTO 005 de 2009).
- Conpes 3660 de 2010 PND 2010–2012.
- Ley 1454 de Plan de Desarrollo 2010–2014.
- Decreto 2500 de 2010.
- Decreto Ley de Víctimas.
- Programa de Garantía de derechos.

Es pertinente aclarar que, además de todo el panorama general internacional y nacional citado anteriormente, los hechos que anteceden a la consolidación del proyecto etnoeducativo en San Basilio de Palenque son: La declaratoria de Palenque como *Bien de Interés Cultural Nacional* el 2 de noviembre de 2004, La Resolución 1472 del Ministerio de Cultura, y La Declaración del Espacio Cultural de San Basilio de Palenque como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad por la Unesco el 25 de noviembre de 2005.

En concordancia con lo anterior, existen las siguientes instancias de concertación para el fortalecimiento de la política etnoeducativa para comunidades negras, afrocolombianas, raizales y palenqueras:

- Comisión Consultiva de Alto Nivel (Decreto 3770 de 2008).
- Comisión Pedagógica Nacional de Comunidades Negras (Decreto 2249 de 1995).
- Consejos Comunitarios.
- Organizaciones de Base (Inscritas en el MIJ).
- Comisiones Consultivas Departamentales.

Una propuesta etnoeducativa para San Basilio: el despertar palenquero

En el contexto de los años ochenta, un grupo de jóvenes de la comunidad palenquera, estudiantes de bachillerato en la ciudad de Cartagena, se dieron a la tarea de crear la Asociación Cultural de San Basilio de Palenque, con el propósito de recuperar y fortalecer la cultura palenquera a través de la realización de actos culturales periódicos en la comunidad, como concurso de lengua palenquera, concurso de peinados, narración de cuentos, etcétera.

De la misma manera, se inició un proceso organizativo en San Basilio de Palenque que en ese instante se llamó Cimarrón, conocido hoy en día como Proceso De Comunidades Negras PCN, con el propósito de reivindicar los derechos étnicos de los afrodescendientes. Después de muchos años de trabajo y de sensibilización de las instituciones, en 1998 se elaboró un proyecto para incluir la asignatura *Lengua Palenquera*, *Historia Afroamericana* y *Cultura Palenquera*, en los establecimientos educativos de la población.

En los inicios de este proyecto de etnoeducación, se observó en los estudiantes y muchos padres de familia, una actitud confusa, ya que la educación venía completamente de espaldas frente a la realidad cultural circundante. Este proceso se inició a partir de la mera necesidad sentida en el seno de la comunidad, ni siquiera existía un marco legal que favoreciera a ese proceso comunitario, situación que trajo consigo dificultades en el orden institucional, barreras que se han ido sorteando hasta el día de hoy.

El Ministerio de Educación Nacional, apoyó la propuesta de etnoeducación para Palenque de San Basilio en 1998, con el nombramiento de docentes para desarrollar la lengua palenquera en los establecimientos educativos de la población, e incorporar, a partir de ese momento, a otras comunidades afrocolombianas interesadas en este tipo de programas, que a su vez se presentaba como innovación educativa, que obedece a una iniciativa comunitaria en pro de un proceso de reestructuración de la

educación, apoyado en la reconstrucción de la historia general y local de la comunidad, en el fortalecimiento de las relaciones internas y externas para la proyección de la cultura propia.

A partir de ese momento, el proceso de recuperación y fortalecimiento cultural-educativo de la comunidad palenquera adoptó el nombre de Programa de Etnoeducación, que en su inicio planteó los siguientes objetivos:

- a) Fortalecer la identidad étnica, histórica y cultural, recuperando y revalorando los elementos esenciales, a través del proceso de etnoeducación en la comunidad palenquera.
- b) Incentivar a la comunidad para el estudio e investigación de sus valores, tendiente a la recuperación y desarrollo de su identidad.
- c) Afianzar valores propios que le permitan ir logrando un proceso de interculturalidad con el resto de la sociedad.

Un componente básico del programa de etnoeducación, ha sido la investigación, para la cual se ha venido construyendo un método propio, que permite entender la lógica en la mentalidad palenquera, el método de la consulta a la memoria colectiva. Esta ha sido una de las grandes metas alcanzadas hasta ahora.

A partir del proceso de investigación, se han conseguido grandes logros conceptuales que sirven de insumo al diseño curricular, avanzando en el diagnóstico de la realidad comunitaria, los fundamentos de la educación palenquera, propuesta de nuevos enfoques de áreas, vinculación de nuevas asignaturas como la historia afroamericana y la lengua palenquera y el desarrollo de proyectos pedagógicos.

La experiencia de Palenque sirvió para iniciar procesos en otras zonas del departamento de Bolívar y el Distrito de Cartagena, Costa Atlántica, extendiéndose a otros lugares del país con población afrodescendiente.

Fundamentos para un currículo étnico

Los grupos étnicos han construido una pedagogía propia que soporta en cada caso el modelo etnoeducativo comunitario. Para el caso palenquero, esta pedagogía consiste en: oralidad, observación, la práctica dentro de determinados espacios comunitarios (el velorio, la cocina del patio, las actividades en torno a la fabricación de dulces, el kuagro y las relaciones afectivas y familiares), el aprendizaje lúdico, y la tríada consejo, regaño y castigo.

Sobre la fundamentación curricular de la propuesta etnoeducativa de San Basilio, se estudian dos aspectos fundamentales: pedagógico y antropológico.

El fundamento pedagógico de la etnoeducación en territorios afrocolombianos se encuentra cimentado en la Constitución de 1991, a partir de la cual, la diversidad cultural se convierte en un saber que debe ser socializado e integrado como eje transversal en las propuestas curriculares de los estamentos educativos; mientras que a nivel antropológico, el proceso etnoeducativo se encuentra centrado en el ámbito identidad étnico-cultural. De hecho, la escuela ha venido institucionalizando el kuagro como estrategia pedagógica para el fortalecimiento de éste y su aprovechamiento en el contexto educativo.

La educación desde la comunicación: reflexiones para un posible modelo

Esta sección promueve una reflexión sobre el contexto educativo en la comunicación, no como un hecho aislado, sino como un hecho vivencial y específicamente popular. Este contexto está moldeado por tres factores claves: academia, transdisciplinariedad e hibridación. Esto con el propósito de ampliar y dar un nuevo significado al campo de práctica del educador y del comunicador, en una línea orientadora que, como lo indicara Parra (2000), cual conjunto estructurado de elementos teóricos y metodológicos, está destinada a apoyar el ejercicio de la decodificación de los mensajes, así como el desarrollo de los aprendizajes, para actuar sobre la realidad

cultural y pensar la correspondencia comunicación-educación como una relación y no como áreas que deban tener su objeto de estudio disputado, tal como lo sugiere Barranquero (2006, citando a Huergo, 2000).

En concordancia con lo anterior, autores como Martín Barbero (2003), comunicólogo colombiano, en su libro *La educación desde la comunicación*, desarrolla apartes definitorios para la aprehensión de “La primera teoría latinoamericana de la comunicación”, con una base además educativa, dando cuenta de cómo Freire propone pasar de una educación idealista, construida de palabras huecas, de nostalgias y voluntarismo estériles, a una educación-praxis, ‘dialectizadora’ de la palabra y la acción, en la que la palabra surge al ritmo del esfuerzo constructor de la propia realidad, y la acción revierte posibilitando una palabra inédita, creadora, donde la educación termina definiéndose como un acto social que construye ciudadanía.

La comunicación educativa como puerta de entrada al aprendizaje tecnológico y científico de la educación

Una plataforma educativa es un intento avanzado de reproducción a través de una interface gráfica, con la finalidad de socializar la utilización de espacios virtuales; para este caso en concreto funciona como una representación del aula tradicional. Estas plataformas, generalmente, funcionan utilizando un sistema de doble web (uno para usuarios y otro para administradores).

Dichas plataformas son susceptibles de ser categorizadas así: comerciales, creadas por empresas de software que cobran una licencia anual, semestral o mensual. Ej.: WebCT, Blackboard, eCollege; A medida, desarrolladas por empresas particulares educativas o empresariales que desean manejar desde dentro una línea de formación. Ej.: Portal de Universidad de Columbia, IBM Global Campus, Portal de MIT y; de código abierto, sin fines de lucro. Ej.: Moodle, Caroline.

Dicho lo anterior, es pertinente indicar que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC), son un conjunto de servicios, redes, *softwares*, aparatos que tienen como fin el mejoramiento de la calidad de vida de las personas dentro de un entorno, y que se integran a un sistema de información interconectado y complementario. Esta innovación servirá para romper o volver permeables las barreras que existen entre cada sujeto.

En la actualidad, son cada vez más las instituciones o agentes educativos que emplean las NTIC en el aula, dicho cercamiento es gradual y está sujeto a necesidades particulares y del entorno. No obstante, el desprecio algunos educadores por las TIC, sumado a la indiferencia y búsqueda de aspectos negativos a los fenómenos de la globalización, se constituyen en los principales problemas que afronta la entrada definitiva, concreta y eficiente de estas herramientas, a las aulas de clase, evitando una relación cooperativa entre educación, comunicación y herramientas educativas web, partiendo de la afirmación de que la tecnología es el principal motor de cambio de la educación.

Las tecnologías de la información y la comunicación como vehículo hacia una educación pertinente

Ramón Escontrela y Lily Stojanovic (2004), haciendo referencia sobre la integración de las NTIC a la educación, indica que para que pueda haber un verdadero impacto de las TIC en la configuración de nuevos modos de enseñanza y aprendizaje, se requiere de una visión integradora de las políticas educativas, la organización de la institución, recursos materiales y actores involucrados que se inscriban en el desarrollo de un proyecto educativo claramente definido y compartido.

Por otro lado, “sostiene que el aprendizaje no puede ser transmitido, sino que debe ser construido por el propio individuo (constructivismo), resaltando la importancia de los sistemas innovadores de enseñanza, tales como la enseñanza basada en el aprendizaje de oficios (Collins et al., 1989); el aprendizaje basado en problemas (Bridges, 1997); escenarios dirigidos a un objetivo (Shank, 1992); y estructura anclada (Cognition & Technology

Group at Vanderbilt, 1990, citados por Vizcarro y León, 1998)” (Morales y Landa, 2004).

Este postulado conlleva cambios sustanciales en la concepción del aprendizaje y las enseñanzas dirigidas a promoverlo, privilegiando una participación más activa del estudiante “enseñanza centrada en el estudiante” o “aprender a aprender”, al tiempo que motiva procesos de crecimiento personal del educando en el marco de la cultura del grupo al que pertenece.

Conclusiones

En lo que respecta a la articulación modelos pedagógicos y comunicacionales con el Internet y otras tecnologías en el campo educativo, se debe indicar que los cambios en los modelos pedagógicos y comunicacionales han tenido una relación más débil con los cambios tecnológicos que lo que suele pensarse; tal como lo expresa Kaplún (2011) en los siguientes términos: el vínculo educación y tecnologías de la información y la comunicación, no es nuevo, aunque el uso de la red como herramienta de comunicación, potenciando las interacciones educativas, ha sido hasta ahora restringido. De hecho, para los enfoques pedagógicos tradicionales, lo prioritario de toda actividad educativa es la transmisión de contenidos, empero las TIC proporcionan no sólo un medio para transmitir contenidos, sino también un sistema para estandarizar los procesos educativos, que pueden programarse desde un centro y aplicarse homogéneamente a gran escala.

Desde este enfoque, las interacciones son claves en los procesos de aprendizaje. Debido a esto, se podía deducir que a esta concepción educativa corresponde un modelo comunicacional dialógico. El papel del educador en este tipo de enfoque no será entonces sólo el de un transmisor de conocimientos, sino principalmente el de un facilitador de procesos de aprendizaje personales y grupales. Además, la re-fundamentación de la incidencia tecnológica en el hecho educativo se puede sustentar a partir de los siguientes supuestos:

- No hay tecnología sin contexto.
- No hay uso neutro de la tecnología.
- Debe establecerse un principio de ética tecnológica.
- El surgimiento de nuevas desigualdades.
- La vinculación a la discusión del uso social de la tecnología.
- La negociación cultural.
- La construcción de una capacidad científica y tecnológica.

Precisamente de esa refundamentación de las NTIC surgen algunas dificultades generales:

Presencia (cantidad, calidad y actualización de los equipos; mantenimiento; *hardware* y *software* adaptado a contenidos curriculares y necesidades educativas), formación de los profesores para utilizar esta tecnología (comprender el medio y relacionarlo con los presupuestos ideológicos y políticos que transmiten).

Cultura escolar (conservadora y tradicionalista, centrada en el profesorado; creencia tradicional respecto a cómo se produce el aprendizaje), modelo organizativo del centro educativo (tipo de medio que será insertado y funciones que puede desempeñar).

Finalmente, pueden identificarse al menos ocho tendencias básicas en la introducción de las TIC en el sistema educativo:

- De la instrucción global a la instrucción individualizada.
- De la clase magistral y la exposición oral al entrenamiento y la instrucción.
- De trabajar con los mejores alumnos a trabajar con los menos aventajados.
- De estudiantes aburridos hacia estudiantes más comprometidos con la tarea.

- De una evaluación basada en exámenes a una evaluación basada en productos, en el progreso y en el esfuerzo del alumno.
- De una estructura competitiva a una cooperativa.
- De programas educativos homogéneos a la selección personal de contenidos.
- De la primacía del pensamiento verbal a la integración del pensamiento visual.

Sobre el caso puntual de San Basilio de Palenque, se debe indicar que los palenqueros entienden que cualquier proceso de desarrollo debe comenzar por la conservación y puesta en valor de su cultura; sin embargo, existe una disociación entre activos culturales y desarrollo productivo. Aunque existen algunos ejemplos como Festival de Tambores y Expresiones Culturales de San Basilio de Palenque, la reforma institucional y normativa, y la activa participación en escenarios de impacto afrodescendiente, que han permitido la expansión de la práctica etnoeducativa a escenarios distintos de la escuela.

Referencias

- Barranquero, A. (2006). Comunicación/educación para el desarrollo en Latinoamérica. Memorias de una fértil confluencia. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, 8(3). Recuperado de www.eptic.com.br.
- Escontrela, R. y Stojanovic, L. (septiembre 1 de 2004). La integración de las TIC en la educación: Apuntes para un modelo pedagógico pertinente. *Revista de Pedagogía*, 481-502. Recuperado de http://www.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-7922004000300006&lng=en&tlng=en.
- García, J. A. L. (2016). Reuso de finos de catalizador gastado de FCC: metodología. *Revista Vinculando*. Recuperado de <http://vinculando.org/empresas/reuso-finis-catalizador-gastado-fcc-etodologia.html>

- Kaplun, G. (2011). Educación y comunicación en tiempos de Internet: burocráticos, aburridos, desesperados y creativos. *Conexiones*, 3(1). UAB, Barcelona.
- Martín-Barbero, J. (2003). *La educación desde la comunicación*. Bogotá: Grupo Editorial Norma. Recuperado de www.caeip.org.
- Martínez, L. (2007). La observación y el diario de campo en la definición de un tema de investigación. *Revista Perfiles Libertadores*, 4, 73-80.
- Martínez-Carazo, P. (2006). El método de estudio de caso. Estrategia metodológica de investigación científica. *Pensamiento y Gestión*, 20, 165-193.
- Morales, P., y Landa, V. (2004). Aprendizaje basado en problemas. *Theoria*, 13(1), 145-157. Recuperado de <http://www.redalyc.org/html/299/29901314/>
- Muñoz, T. G. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. España: Almenjandrelo.
- Oliva, P. (2009). *Listas de chequeo como técnica de control*. Recuperado de <http://www.minsal.gob.cl/portal/url/item/7cf9e499a55c4c-c7e-04001011f016c69.pdf>.
- Patiño, P. E. (2004). *Estado del arte de la etnoeducación en Colombia con énfasis en política pública*. Colombia: Ministerio de Educación Nacional.

VozActiva: una experiencia de radio escolar en el municipio de Mosquera

Sandra Jeanneth Leyton Gordillo
sleytongord@uniminuto.edu.co

Resumen

La presente investigación es de carácter cualitativo, con enfoque descriptivo, en torno al ejercicio de radio escolar como estrategia comunicativa en el municipio de Mosquera. El *Corpus* seleccionado para esta investigación, estuvo representado por estudiantes de educación media (10.º y 11.º) de los Colegios Sagrados Corazones (COLSACRO) y Salesiano San José, vinculados al proyecto VozActiva.

Esta investigación abordó tres ejes temáticos fundamentales: comunicación para la transformación social, educomunicación y narrativas radiofónicas. Las técnicas e instrumentos aplicados a los participantes fueron: relatos de vida y entrevistas (retrospectivas y prospectivas).

Entre los resultados obtenidos, se observa que los participantes lograron transformaciones personales, manifiestas en el interés demostrado a partir de temas sociales. Del mismo modo, se pudo evidenciar el desarrollo de un discurso más elaborado, puesto que, a partir de esta experiencia, los jóvenes se empoderaron del espacio radial y construyeron un programa dinámico que provocó en ellos cuestionamientos sobre su rol como ciudadanos y su futuro como profesionales socialmente responsables.

Palabras clave: Educación, mediática, radio, cambio social, narrativas, comunicación, experiencia, educación, ciudadanía, nuevas tecnologías.

Introducción

La radio en Latinoamérica ha sido de vital importancia, no solo para difundir información, sino como instrumento para la práctica educativa. Esto se ve reflejado en las experiencias que recorren el continente, sobre todo en las zonas de difícil acceso y cobertura. La red de Radios Mineras de Bolivia,

por ejemplo, creada en 1949 en el distrito de Catavi, zona de auge minero por esa época, cumplía con el rol de difundir a los trabajadores los mensajes enviados por sus familiares. De igual manera, fue tan grande la empatía que se construyó con la población de esta zona, que se logró la construcción de una propia identidad cultural alrededor de la radio, que fomentaba también las costumbres y el fortalecimiento de su lengua (quechua).

Otro ejemplo susceptible de ser mencionado para el caso colombiano, es Radio Sutatenza, desarrollado en la década de 1950, que se constituyó en primera instancia como modelo educativo regional, pero transitó rápidamente a modelo nacional, y no tardó en ser admirado y reproducido a nivel internacional por países como México.

A partir de las bases de esta última experiencia, en 1994 nace en medio del conflicto armado de la zona comprendida entre los departamentos de Sucre y Bolívar, el “Colectivo de Comunicaciones Montes de María”, en reconocimiento del ejercicio de la producción radial, un espacio cultural en donde los jóvenes se alejaron de la realidad de la violencia, y se vincularon a la comunidad, a través de programas que fortalecieron el tejido social de la zona y el proyecto de vida particular, en torno al diálogo y participación ciudadana, principios básicos de la estrategia propuesta para el proyecto VozActiva, tal como se describe a continuación:

VozActiva, iniciativa de un espacio radial en el municipio de Mosquera, abierta al aprendizaje significativo, creativo e innovador, con énfasis en el desarrollo de habilidades comunicativas, resolución de conflictos, participación ciudadana, desarrollo comunitario e individual, entre los participantes y líderes realizadores del proyecto.

Cabe aclarar que para esta investigación solo se tuvo en cuenta el equipo de trabajo que rodeo la experiencia del programa y que no tuvo alcance mayor en su audiencia, dado el tiempo y los costos que acarrearán estos estudios.

Objetivos

Objetivo general

Proponer una estrategia educomunicativa de formación de público juvenil en los colegios Sagrados Corazones y Salesiano San José, en el contexto de un programa de radio llamado VozActiva emitido por la emisora Asoam Estéreo del municipio de Mosquera.

Objetivos específicos

- Generar un espacio de participación juvenil para los estudiantes de educación media de los colegios Sagrados Corazones y Salesiano San José, que complemente su proceso de enseñanza-aprendizaje, en torno a temas de paz, participación ciudadana y medio ambiente.
- Diseñar e implementar una serie de talleres formativos, en la línea de medios de comunicación y desarrollo social, para sensibilizar a los estudiantes de educación media de los colegios Sagrados Corazones y Salesiano San José, que participan en la construcción del proyecto VozActiva, en temas de preproducción, producción y postproducción.
- Realizar un ejercicio de co-creación con los estudiantes de educación media de los colegios Sagrados Corazones y Salesiano San José, que participan del proyecto VozActiva, que conduzca a la producción y emisión periódica del programa VozActiva en la emisora Asoam Estéreo.

Metodología

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo con diseño descriptivo, y se desarrolló bajo tres ejes de análisis: sociedad, educación y medios de comunicación. El estudio incluyó las siguientes fases: diseño metodológico, recolección de datos, selección de técnicas y diseño de instrumentos (historias de vidas, entrevistas y testimonios), análisis de datos y elaboración de informe final.

Diseño de investigación

Esta investigación sigue el enfoque descriptivo, el cual se desarrolló bajo los ejes Sociedad, Educación y Medios de Comunicación, durante dos

fases: producción y sistematización de la experiencia. El análisis realizado se construye sobre un diseño narrativo.

Los diseños narrativos pueden referirse a toda la vida de un individuo o grupo, una experiencia particular o varias, esta información sirve para proveer a la investigación en el entendimiento sobre la relación que existe entre los eventos, lugares, secuencia y los resultados. En este proceso, el investigador reconstruye la historia, para que posteriormente, bajo su óptica, describa e identifique las categorías en los relatos de los participantes.

Técnicas de investigación

Talleres del grupo focal: para efectos de esta investigación, el grupo focal fue el equipo de trabajo que durante la I y II fase, tuvieron diversas actividades, en las que el objetivo fue construir un diálogo alrededor de temas actuales, y de esta manera, se evidenció la evolución en cuanto a discurso y habilidades comunicativas. También sirvió para que el grupo se hiciera participe de actividades referentes a su propio territorio.

Entrevista ejercicio retrospectivo y prospectivo: para efectos de esta investigación, este instrumento se estructuró para recolectar la información a través de la siguiente pregunta: ¿qué significó para usted el Proyecto VozActiva? Se pidió a cada uno de los participantes parametrizar la respuesta en el antes, durante, después, y entre todos construir un solo texto continuado con la idea del compañero.

Historia de vida: para efectos de esta investigación, este instrumento se orientó a través de un texto en el cual cada participante hablara sobre aspectos de su vida que no conocía el equipo: sus proyectos, miedos, etc., y luego, en grupo, se leyó en voz alta y se hicieron preguntas alrededor de la narración de cada persona. Este ejercicio arrojó ciertas características que les identificaba como colectivo sin perder la individualidad.

Fases de recolección de datos: la recolección de datos para esta investigación, se realizó en dos fases: al aire y sistematización de la experiencia.

Primera fase: Al aire

En esta fase se realizaron cinco talleres para que cada participante desarrollara habilidades comunicativas y discursivas, que iban acompañados de ejercicios que los invitaban a reflexionar sobre la realidad de su territorio:

- Taller Contruyendo la radio.
- Taller manos verdes.
- Taller ¿Qué es la paz?.
- Taller Reflexión sobre la narrativa audiovisual.
- Taller Participación ciudadana: el valor del voto.

Segunda fase: Sistematización de la experiencia de VozActiva

Se realizaron tres talleres después de la experiencia del programa, cuyos ejercicios están enmarcados en descubrir qué cambios hubo en los jóvenes del equipo de trabajo, sus expectativas, sus proyectos de vida, etc.

- a) **Taller 1. ¿Qué es la radio?** El objetivo de este taller fue conocer las apreciaciones de los integrantes del equipo VozActiva, sobre la radio. En esta actividad participaron tres miembros del equipo: Sara Espitia, Andrés Muñoz y Milena Triviño. Se pidió a los jóvenes que realizaran un par de entrevistas y preguntaran en la calle qué es la radio, y luego, en un collage reunieran esas apreciaciones junto a las propias.
- b) **Taller 2. ¿Qué significó para usted VozActiva?** El objetivo de este taller fue conocer las experiencias que obtuvieron los jóvenes del equipo de trabajo. En este participaron cinco miembros del equipo: Sara Espitia, Andrés Muñoz, Milena Triviño, Andrés Cuervo, Ana Sofía Robayo. Se pidió a los jóvenes hacer un texto colectivo en el cual narraran el antes, durante y después de la experiencia de Voz Activa.

- c) **Taller 3. Un poco de mi historia.** El objetivo de este taller fue conocer sobre la vida de los jóvenes del equipo de trabajo de VozActiva e identificar relaciones entre sí. En este, participaron cinco miembros del equipo: Sara Espitia, Andrés Muñoz, Milena Triviño, Andrés Cuervo, Ana Sofía Robayo. Se pidió a los jóvenes hacer un texto individual breve sobre cómo se definían como personas y cuál era su proyecto de vida.

Resultados y discusiones

Comunicación para el cambio social

La relación que existe entre el desarrollo y la comunicación está directamente ligada a la transformación de la sociedad, como medio y estrategia, como vehículo e instrumento para el empoderamiento y el fortalecimiento de las comunidades y no vinculada al aspecto económico, como inicialmente se consideró cuando se implementaron el “Plan Marshall” y el “Plan Nuevo Progreso” por los Estados Unidos, después de la II Guerra Mundial, en una carrera para legalizar el modelo de modernización y expansión de mercados para el consumo de los países tercer mundistas (África, Latinoamérica y Europa Oriental), considerando la información y el conocimiento como dos factores para el desarrollo, y las tradiciones y cultura como barreras para alcanzar los niveles de vida de los países industrializados. Evidentemente, esta consideración marcó una brecha grande entre las sociedades y los gobiernos, que en el intento de continuar estas políticas, aceptaron la explotación indiscriminada de los recursos naturales, la desaparición forzada de comunidades aborígenes y la homogenización de una cultura impuesta a lo largo de estas casi seis décadas.

Los planteamientos desarrollistas, asumieron que la tecnología resolvería todo y el desarrollo estaba determinado por el crecimiento económico, negándose el papel de la cultura y los vicios de la democracia, el clientelismo, por ejemplo.

Paralelamente, por circunstancias sociales, Latinoamérica toma otro camino, asociando la comunicación con la cultura, las relaciones sociales y

por supuesto la política, para vincular al individuo como un sujeto cultural y participativo en asociaciones significativas, a través del uso de la palabra ligada a un cambio ideológico de la comunicación no instrumental, basada en una construcción subjetiva y objetiva que se transforma a través del mismo.

En consecuencia, se inicia un rechazo al modelo lineal de transmisión de información, y se propone un modelo de interacciones que facilitan el conocimiento y la acción colectiva, en la cual se busca distintos niveles de cambio, que incluyen las acciones de saber escuchar, saber crear, saber compartir, etc., entendiendo que la comunicación implica procesos sujetos a la resignificación a partir de las experiencias que se relacionan entre los códigos culturales, el territorio como espacio vivo y el momento como proceso histórico.

Una segunda concepción, se entreteje entre las necesidades y complicaciones de los países latinoamericanos. En trascurso de las dictaduras, inicia un camino para reconocer y catapultar el otro desarrollo, el cual concibe una asociación entre las acciones comunicativas que se construyen entre la cultura, las prácticas políticas y la producción simbólica. Entre los participantes de la comunicación hay complicaciones mutuas, pero en los medios de comunicación hay un reconocimiento entre el discurso cotidiano y la información que acontece en el territorio.

El mundo de la comunicación para el cambio social, se debe entender hacia el principio de un proceso de diálogo en el cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren ser y cómo pueden obtenerlo. Este planteamiento surge en respuesta al silencio y la marginalidad de las comunidades olvidadas.

Los medios de comunicación y los periodistas, los apoderados de la palabra forjando una construcción de discurso pasivo y justo, en el cual se corrijan las connotaciones que a la sociedad hace tanto daño. El reto con la nueva comunicación va más allá de un cambio, es el camino hacia una

ciudadanía empoderada de su rol que visualiza a la paz como insignia de desarrollo y riqueza.

Son estrategias orientadas a la articulación de la ciudadanía, para fortalecer o reconstruir el tejido social, prácticas hacia la no violencia y el fin del conflicto, incluyendo la utilización de los medios de comunicación y formatos mediáticos con fines educativos.

Comunicación para la educación

El campo de la comunicación-educación tiene un papel transformador y formador de sujetos en espacios no formales en el proceso de aprendizaje, que se construye en una dinámica distinta, a través de prácticas que provocan la participación, interacción en el territorio y en los entornos escolares.

Se concibe la educación como una práctica liberadora que, a través del diálogo se aprende colectivamente. Las enseñanzas de Paulo Freire (1993) y luego Mario Kaplún (1985), con sus propuestas de educación popular, son las premisas de este campo, que abren la posibilidad de crear nuevas dimensiones para el aprendizaje significativo y trasversal, ahondando a partir de los modelos de comunicación y educación en una nueva propuesta, en la cual todos son actores que pueden enseñar y aprender.

La comunicación-educación, reconoce al sujeto como emisor colectivo, capaz de ejercer el papel EMIREC, concepto de Mario Kaplun (1985), para referirse a que la comunicación no es lineal, sino que se nutre a través del diálogo grupal, que permite el diálogo de conocimientos. De esta manera, el aprendizaje es significativo y tiene la finalidad de transformar el mundo. Más adelante, este concepto será tomado como referente para dimensionar la actuación del hombre con la web 2.0 como prosumidor (Castells, 2009), procesos de producción y apropiación del valor, que consume y produce información, y apela a sus propias convicciones.

A partir del desarrollo tecnológico, tanto la comunicación como la educación tienen el reto de construir nuevos espacios de aprendizaje, a partir del aprovechamiento de estas herramientas, que han impactado profundamente a la sociedad en cuanto cómo perciben el mundo, su realidad y la información, “La sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser mera instrumental para convertirse en estructural” (Martín-Barbero, 2002). Con este señalamiento, es claro que no se debe caer en el error de dotar de tecnología y continuar con la misma manera de enseñar.

Indica Scolari (2005) que las transformaciones tecnológicas y culturales de las últimas tres décadas, han generado en que los individuos no actúen de la misma manera. Estos ecosistemas de medios, han provocado que la sociedad se digitalice y ejerza una nueva forma de ciudadanía que ha fortalecido su participación colectiva y ha sufrido una transición de lo oral al escrito y del escrito a la imagen.

La interactividad ha permitido otras maneras de obtener conocimientos, y así mismo, los medios de comunicación han migrado a formas en las cuales la participación es cada vez más activa por parte de la audiencia.

Así mismo, esta evolución ha permitido que la educación de una manera más abierta acepte que los modos de pedagogía se adapten y aporten al desarrollo de una nueva enseñanza. “El desordenamiento de los saberes y los cambios en los modos de narrar, están produciendo una fuerte estabilidad de los moldes escolares de la sensibilidad y la creatividad” (Martín Barbero, 2002). Para esto, la educación debe ser dialógica, permitiendo el surgimiento de la conversación a distintos modos del conocimiento, de tal forma que permita nutrir la experiencia en la academia, y prepare un nuevo capital social desde el empoderamiento del sistema cultural y digital.

Narrativas radiofónicas

Al iniciar el siglo XX, con los fenómenos sociales, políticos y bélicos que llegaban con la revolución económica e industrial a gran escala,

surgió el interés por la comunicación sin cables. Así fue que para 1901 a Marconi se le atribuye el mérito de ser el pionero de la radio, que combinado con los descubrimientos de otros genios como Hertz, Tesla y Lodge, descubren quizá el medio más versátil que ha existido. Este italiano luego migra para Argentina, en donde en 1921 funda la primera radio estación en Latinoamérica.

Esta invención tuvo un sentido educativo desde el inicio. Esto se puede apreciar en las experiencias que se tuvieron en los primeros radio escuchas con relación a las transmisiones. Con la aparición de la televisión, se atribuyó la desaparición, y se manifestó el poco alcance que tenía con fines pedagógicos; sin embargo, en países “subdesarrollados”, pasó lo contrario, puesto que la radio se convirtió en algo cotidiano, como es el caso de las escuelas para campesinos, que, a través de los programas, desarrollaban temas de interés cultural; como sucedió con Radio Sutatenza en el caso colombiano, la cual durante casi 30 años fue un modelo educativo innovador.

En Latinoamérica, la radio ocupa el primer lugar en consumo de medios, por lo que se generaron movimientos para empoderar estos espacios en la construcción de ciudadanía y tejido social, favoreciendo la democracia, transformándoles en espacios de pedagogía participativa. Este desarrollo ayuda a que la ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica), manifieste que el ejercicio radiofónico evolucione a la educación, y abra espacios no formales que, junto a la educación popular, conciben sistemas educativos vinculados a la realidad de la comunidad.

La magia de la radio tiene todo un ambiente de sensaciones, que enamora a los estudiantes y a los profesores. La creatividad se toma un sencillo montaje con micrófonos en un cuarto en medio de libros y aulas. Se inician transformaciones pedagógicas, cambiando el chip de la instrumentalización de la comunicación. Desde esta perspectiva, tal como diría Omar Rincón (2009) “Somos silencio, somos orales, somos espontaneidad y flujos”.

Por esta razón, Thomas Tufte (2008) menciona que estos ejercicios son una estrategia que maximiza el potencial de los medios que tiene para generar los procesos de cambio social, por lo que permite formar una opinión pública, construyendo una ciudadanía deliberante, y generar una movilización social, fundamental para los procesos de democracia. Es así como una herramienta sencilla se vuelve en el mejor aliado para educar de una manera no convencional. En esta misma línea, podría indicarse que los estudios de la Escuela de Frankfurt, dan inicio al análisis crítico sobre la influencia de los comportamientos de la población, a partir del consumo de la industria cultural, aunque con una visión positivista y marxista. Los aportes de los estudios de medios fueron de gran pertinencia, puesto que descomponen el entorno mediático hasta reflejar el estatus de poder que tienen los medios sobre la sociedad.

Marshall McLuhan (1996) sostiene que los medios de comunicación transforman la cultura y la manera de hacer las cosas, y no se limitan a describir los tradicionales, sino también a las interacciones que surgen con la tecnología. La radio es una extensión de nuestro oído, la fotografía una extensión de nuestros ojos, la televisión de nuestra piel y el internet, de nuestro cerebro. Estas nociones dan paso a la aparición de la escuela de Toronto, llamada La ecología mediática, que ha observado durante todo este tiempo, la relación que existe con los medios y la percepción del hombre y sus efectos.

En Latinoamérica, las experiencias radiales están relacionadas con la comunicación popular; esa que surge como contra respuesta a lo comercial y mercantil. Son múltiples las experiencias que autores como Gumucio, han recopilado en sus investigaciones, enfatizando el poder que tiene este medio en comunidades que promueven sus propias oralidades y mantienen su memoria colectiva. Lejos de las ciudades y con el olvido del estado han hecho de la radio el mejor pretexto para mantener el tejido social.

Conclusiones

La estrategia educomunicativa VozActiva, como espacio radial de la emisora Asoam Estéreo, del municipio de Mosquera; en el que participaron jóvenes de los colegios Sagrados Corazones y Salesiano, permitió el desarrollo de aprendizajes significativos en torno a temas de Paz, participación ciudadana y cuidado del medio ambiente, que además orientaron los proyectos de vida de los participantes.

El diseño del programa se trabajó bajo tres enfoques de la comunicación: comunicación para el cambio social; educomunicación y narrativas radiofónicas, no solo fue un programa de radio; particularmente, la producción radiofónica era el último eslabón de un gran proceso que involucraba investigación, ejercicios de periodismo ciudadano, reconocimiento de territorio, formación vocacional y cultura ciudadana.

El desarrollo de la investigación, resalta a la comunicación como un proceso en el cual se reconoce el valor del otro como sujeto activo, productor y consumidor de conocimiento que le permite interactuar desde el lenguaje construido, a partir de su propia realidad sociocultural (sus ritos, sus imaginarios, sus costumbres y sus experiencias), haciendo del diálogo, el poder del cambio y la transformación.

Este programa radial se convirtió en un espacio que les permitió a los jóvenes participar e interactuar activamente en temas de su interés propio, compartiendo con otros actores del territorio, a partir de la importancia de explorar el valor del diálogo con el otro.

Se evidenció la necesidad de desarrollar nuevos contenidos para la emisora local, que es un espacio potencial para otros proyectos radiofónicos que involucren a toda la comunidad

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, pueden ser excelentes instrumentos a la hora de orientar a los jóvenes y a la comunidad

en general, para que se empoderen de su rol en la sociedad, contribuyendo activamente a la construcción del tejido social.

Los retos que se consideran a partir de esta experiencia, se enmarcan en narrar de otra manera la producción radiofónica, a partir de la utilización de nuevas tecnologías y nuevos escenarios como las redes sociales, que tienen gran influencia actual en la cotidianidad de los jóvenes.

Se propone con esta investigación, avanzar hacia la construcción de nuevos escenarios, en los cuales se involucre el desarrollo de aprendizajes, a partir de la realidad de los estudiantes de los mencionados colegios, y el buen uso de los medios de comunicación.

Finalmente, se recomienda a las futuras investigaciones que se hagan alrededor de la radio escolar y su potencial para el desarrollo de prácticas de participación ciudadana en los jóvenes estudiantes, contar con el apoyo de las instituciones y gubernamentales, pues se considera que es un espacio que aún no está completamente aprovechado y estudiado por parte de los profesionales del campo de la comunicación.

Referencias

Freire, P. (1993). *Pedagogía de la esperanza : un reencuentro con la pedagogía de la esperanza*. Recuperado de <http://copiarypegarya.blogspot.com.co/2015/09/pedagogia-de-la-esperanza-paulo-freire.html>.

Kaplún, M. (1985). *El comunicador popular*. Recuperado de http://www.aader.org.ar/admin/savefiles/352_Mario%20Kaplan.pdf.

Martín-Barbero, J. (2002). *La educación desde la comunicación*. Recuperado de <http://eduteka.icesi.edu.co/pdfdir/SaberNarrar.pdf>.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

- Rincon, O. (2009). Comunicar entre lo techno y lo retro: activismo y estéticas en experimento. *Signo y Pensamiento*, 24(47), 41-53. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliouniminutosp/detail.action?docID=10306408&p00=comunicar+entre+lo+techno+lo+retro%3A+activismo+est%C3%A9ticas+experimento>.
- Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Recuperado de <http://site.ebrary.com/lib/bibliouniminutosp/reader.action?docID=11410670>.
- Tufte (2008). Eduentretenimiento buscando estrategias comunicacionales contra la violencia y los conflictos. Presentación dada en UNIR, La Paz, Bolivia, 19 de noviembre 2008. Recuperado de <http://orecomm.net/wp-content/uploads/2009/01/uniredutainment>.

Diagnóstico sobre la incidencia, la calidad y el mejoramiento del programa de comunicación social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Sede Neiva-Huila

María Camila Agudelo Olaya
magudeloola@uniminuto.edu.co

Aura Johana Gutiérrez González
agutierrez22@uniminuto.edu.co

María Alejandra Lesmes López
mlesmeslope@uniminuto.edu.co

Neyder Jhoan Salazar Torres
nsalazartor@uniminuto.edu.co

Resumen

El programa de Comunicación Social de la UNIMINUTO, sede Neiva, pertenece a la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Surgió en el primer semestre del 2012 como proyecto educativo, bajo la modalidad de distancia tradicional, con perspectiva pedagógica, investigativa y científica praxeológica, justificado en el proyecto social del Minuto de Dios. Se enfoca en la proyección del ciudadano y de la acción comunitaria, fortaleciendo la comunicación participativa y el periodismo ciudadano, que constituyen la identidad del programa en el ámbito de los estudios de la Comunicación Social.

Un programa que se justificó como pertinente dada la demanda de la región; sin embargo, seis años después, con el primer corte de egresados, no existe aún un diagnóstico que permita determinar su pertenencia académica, la caracterización de los estudiantes, y las necesidades actuales del profesional. Por lo tanto, se hace prioritario un proceso de diagnóstico que permita reconocer la situación real y el estado actual del programa. En consecuencia, esta investigación arrojará insumos necesarios para la autoevaluación, que implica el reconocimiento continuo del quehacer del programa en cuanto a su incidencia, calidad educativa e impacto en el

entorno, para así establecer planes de mejoras que respondan a las necesidades y requerimientos de la demanda y situación actual. Así mismo, arrojará información de análisis para determinar si la educación que reciben los estudiantes del programa de Comunicación Social de la UNIMINUTO, influye en el desempeño de sus habilidades y demostración de sus capacidades, y si es acorde a las necesidades del perfil profesional y el mercado laboral existente en el departamento del Huila.

Teniendo en cuenta que no se ha realizado un diagnóstico participativo del programa en la ciudad, se hace necesario un proceso de investigación sobre la situación actual del programa. Esto es necesario para el establecimiento de una base sobre la cual se tomen las decisiones del proyecto educativo, y que permita implementar acciones de manera más acertada; así mismo, determinar y planificar las líneas de mejoramiento para un proceso formativo pertinente.

Palabras clave: Comunicación social, pertenencia de programa, deserción estudiantil, diagnóstico participativo, perfil profesional, planificación estratégica curricular, calidad académica.

Introducción

El programa de Comunicación Social de la UNIMINUTO sede Neiva, pertenece a la Facultad de Ciencias de la Comunicación y lleva seis años ofertando su carrera profesional en la capital del Huila. Hasta el momento, según el sistema Banner, son 120 estudiantes matriculados y dos egresados. Sin embargo, esta población aún está sin caracterizar, para determinar de manera acertada su procedencia, rango de edad, necesidades y expectativas.

Es necesario que el programa de Comunicación Social y Periodismo de la UNIMINUTO sede Neiva, realice un diagnóstico que parta de reconocer a sus estudiantes, determinar sus necesidades, establecer la calidad del programa y su incidencia en la región, para que de esta forma, se establezcan planes de acción-mejora pertinente; y que además se genere un proceso de autoevaluación con mayor efectividad. En este orden de ideas, resulta

preciso un diagnóstico que permita conocer mejor la realidad y situación actual del programa en cuanto a su incidencia, calidad y mejoramiento. Se hace necesario identificar la existencia de debilidades y fortalezas, entender la relaciones entre los distintos actores sociales (docentes, estudiantes y contexto), para así determinar acciones de intervención o cambios que permitan la mejora, y que, de esta manera, se generen acciones orientadas a identificar las necesidades y requerimientos del entorno laboral, local y regional.

Por lo anterior, es necesario que, a partir de un diagnóstico participativo, como proyecto macro de articulación del programa, se recojan elementos base, y se recopilen una serie de insumos que posibiliten el proceso de autoevaluación y mejoramiento continuo.

El proceso de autoevaluación de este programa, implica un reconocimiento continuo del quehacer del mismo, en cuanto a su incidencia e impacto, lo que permite trazar líneas de mejoramiento respondiendo a las necesidades encontradas. Por lo tanto, hacen falta elementos, información y metodologías que permitan el análisis de lo que ha sido el programa, como realidad de estudio para un proceso de autoevaluación y un plan de mejoramiento efectivo. Esto posibilita el diseño de estrategias, la identificación de alternativas y la generación de acciones planificadas.

Esta investigación pretende determinar cuál ha sido el impacto del programa en el entorno, como resultado de las actividades de sus estudiantes en prácticas profesionales, proyectos de extensión o proyección social, desarrollados por el programa en cuestión; así como identificar las competencias propias del ejercicio que demanda el entorno laboral, el perfil profesional y ocupacional en los territorios, de acuerdo a tendencias nacionales, regionales e internacionales. Además, indagar en las categorías que conforman el perfil del comunicador social que se necesita en el departamento y así establecer las necesidades del entorno y la incidencia del programa en ese perfil profesional. En consecuencia, es necesario preguntarse por la situación actual del programa de Comunicación Social

de la UNIMINUTO sede Neiva, en cuanto a su incidencia, calidad, pertinencia y mejoramiento.

Objetivos

Objetivo general

Determinar el estado actual del programa Comunicación Social de la UNIMINUTO sede Neiva, en cuanto a su incidencia, calidad, pertinencia y mejoramiento.

Objetivos específicos

- Caracterizar a la población de estudiantes y docentes del programa de Comunicación Social de la UNIMINUTO sede Neiva, a partir de sus necesidades, problemas y expectativas frente al programa.
- Analizar la calidad del programa a partir de su pertinencia y calidad curricular, necesidades de mejoramiento, y cambios que se plantean desde los planes de inversión, mejora y autoevaluación.
- Identificar el impacto del programa, a partir de los requerimientos y necesidades del contexto laboral de la ciudad y el departamento del Huila, con referencia a las prácticas profesionales, el desempeño y perfil profesional, y proyectos de investigación y de proyección social.

Metodología

Esta investigación es de carácter analítico-descriptiva, ya que parte de la descripción de la realidad actual del programa, y el análisis e interpretación sistemáticas de las características de lo estudiado. El diseño es de metodología mixta. Se hará un diagnóstico, incluyendo la participación de la población en el estudio y elaboración de este. La población acoge a la comunidad académica, compuesta por estudiantes, profesores y directivos. Por lo tanto, esta investigación se hará con el método del diagnóstico participativo, en el que el diagnóstico es asumido como proyecto macro del programa, que implica la participación de los docentes desde sus diferentes áreas, y el rol activo de los estudiantes para el análisis.

La población de la investigación será censal, con una población finita, ya que se conoce el total de 120 individuos, cuya característica común es que son estudiantes matriculados de Comunicación Social a distancia sede Neiva, esto como resultado de la aplicación de instrumentos cuantitativos como la encuesta, para caracterizar a los estudiantes con referencia a aspectos sociodemográficos, y establecer percepciones frente al programa, necesidades, problemas y expectativas. Sin embargo, con relación a las técnicas de investigación cualitativa por medio de talleres grupales y entrevistas, se realizará con una población muestra no probabilística o dirigida, cuyos actores serán los estudiantes de la población diversa, docentes, egresados y miembros del sector productivo. Por lo tanto, se hará énfasis en la investigación cualitativa, pues esta implica procesos de reflexión y sistematización que permiten la interpretación y comprensión de la realidad (Meneses, 2.004); es decir, investigar fenómenos sociales. Así se espera, a través de la descripción, poder determinar la explicación causal, por ejemplo, de la deserción.

Se hará revisión documental de proyectos, planes de mejora, autoevaluación y demás, que brinden los elementos necesarios para determinar el estado actual del programa.

En este orden de ideas, el proyecto se desarrollará conforme a las siguientes fases:

1. Planteamiento y ajustes del proyecto.
2. Ajustes metodológicos y elaboración de instrumentos.
3. Revisión documental.
4. Recolección de insumos y datos por grupos y áreas.
5. Análisis grupal.

6. Redacción–correcciones.
7. Socialización comunidad académica.

Análisis y discusiones

Estado del arte

En el marco de este proyecto, se desarrollan diversos referentes investigativos que dan cuenta del campo objeto de estudio. De manera general, se encuentra que Jaramillo (2015), establece la pertinencia del perfil de los profesionales de la información, con las demandas del mercado laboral, una investigación de enfoque mixto, en la que aplicó las técnicas de análisis documental, entrevista, encuesta y grupo focal, para determinar las principales tendencias del mercado laboral. Encontrado las exigencias del desarrollo de una cultura digital, el fortalecimiento de las áreas de TIC y tendencias, que requieren del desarrollo de habilidades de creatividad, flexibilidad e imaginación, que permitan a su vez, el desarrollo de nuevos productos y la gestión innovadora de servicios.

En cuanto al campo internacional, se destacan varios referentes. Pedroza (2009) realizó una investigación, cuyo fin fue identificar el perfil profesional de la periodista digital en Caracas, bajo las categorías de situación sociodemográfica, situación laboral, preparación académica, destrezas y competencias, y los valores del periodista digital. Entre los resultados arrojados, se destaca que los periodistas digitales no poseen estudios de post grado en periodismo digital y consideran que la preparación en la universidad fue deficiente. Tampoco han asistido a cursos de formación y capacitación en periodismo digital, y consideran que aprendieron el oficio de una forma “autodidacta”. Por otro lado, Mellado, Simón, Barría y Enríquez (2007) presentaron la investigación sobre los perfiles profesionales en periodismo y comunicación, para una actualización curricular permanente. La investigación fue de carácter descriptivo-seccional, sobre aspectos sociodemográficos y formativos de los periodistas en ejercicio de la Octava Región de Chile, y daba cuenta de la formación académica en estas disciplinas y de la aplicación de las competencias.

A nivel nacional, Pañuela (2012) indaga sobre la ocupación de un determinado contexto profesional, específicamente el perfil competencial del comunicador social: su puesto en la agencia de publicidad Yell Adworks de Pereira. Su investigación parte de la pregunta: ¿cuál es el perfil competencial del puesto de comunicador social al interior de la agencia de publicidad digital? Una de las principales conclusiones, arroja que el perfil del comunicador social que se vislumbra para el futuro, tanto del mercado publicitario como de la empresa, está en la elaboración de contenidos digitales para páginas web, y que esto es una realidad que ya se vive.

En el ámbito local, encontramos una investigación de Quica (2006), que busca determinar las causas que conducen a la alta deserción en la educación universitaria en la Universidad Surcolombiana. La deserción estudiantil es considerada un problema importante, debido a que genera un retroceso para el capital humano, pues estamos tratando con un factor determinante para el crecimiento económico y el incremento de la calidad de vida. Otra investigación de Montealegre, González, Barrios y Bahamón (2014), indaga acerca de los factores de deserción y estrategias para el mejoramiento de la retención en el programa de comunicación social y periodismo de la Universidad Surcolombiana 2008-2012. Esta investigación indaga los niveles de deserción estudiantil y busca determinar cuáles son los motivos que los llevaron a abandonar el programa: “El Programa de Comunicación Social y Periodismo, ocupa el cuarto lugar en abandono estudiantil con un 28 % en los períodos de 2002 a 2005, según el estudio que realizaron los docentes Vanegas y Bahamón” (Montealegre, González, Barrios Y Bahamon, 2014).

Marco teórico

De la Orden (1997) establece que la calidad es fundamental en la formación universitaria, por lo tanto la calidad académica está ligada a la coherencia de varios aspectos; uno es la coherencia del centro educativo y de sus programas con las necesidades y las características del entorno. Otro es la coherencia entre las actividades planteadas por la institución en su conjunto para cumplir sus fines y objetivos. Además, la coherencia y eficiencia en referencia a los recursos invertidos, el esfuerzo desplegado,

el tiempo empleado y el logro de los objetivos. En este sentido, también se establecen los criterios de la evaluación de la calidad universitaria, por medio de criterios y predictores de funcionalidad, eficacia y eficiencia. En el diseño de la evaluación, se establece: contexto y necesidades, objetivos de las instituciones de Educación Superior y de sus enseñanzas, producto, procesos y entrada.

El diagnóstico permite establecer criterios de calidad. Este se entiende como la determinación de la situación o problema que se desea conocer, identificando el contexto, la caracterización y las condiciones para el análisis de la naturaleza de algo (Álvarez y Sierra, 2004). En este caso, se establece el estudio de la situación: identificar el estado actual del programa de Comunicación Social.

En el currículo se materializan las exigencias de la sociedad, las políticas educativas propuestas por el Estado y por las propias instituciones de educación superior. El Estado diseña la política educativa para el desarrollo de la sociedad que aspira construir; lo que es posible si las estructuras curriculares garantizan un contenido programático o instrumental que desarrolle en el educando la capacidad para desempeñarse en la profesión que ha seleccionado, un contenido humanístico-social que fortalezca sus capacidades de interpretar y transformar el medio, y condiciones idóneas para la ejecución de lo planeado (Reyes, Burgos y Homes, 2010).

La planificación permite fortalecer el proceso de calidad académica. De la Orden (1997) sostiene que la calidad educativa es resultado de un sistema de coherencias entre distintos factores que constituyen el ser, el hacer y el deber ser de las instituciones de educación superior. Lo anterior de acuerdo con unas reglas de indicadores relevantes y utilizables como vía para la evaluación de las instituciones de Educación Universitaria. Así mismo, acota: "La calidad se atribuye a la acción de los factores cualitativos; es decir, de aquellos elementos que no pueden expresarse cuantitativamente, o presentan serias dificultades a la cuantificación. Estos elementos, se afirma, están relacionados fundamentalmente con los procesos que determinan la llamada Eficacia Interna del Sistema o Calidad de

la Educación". En este sentido, De la Orden (1997) expone 'la calidad' en cuatro dimensiones, la primera como perfección o coherencia; es decir, cumplir para la excelencia. Establece también la otra dimensión de calidad como ajuste a un propósito, por lo que va más allá de los procesos y los productos o servicios. La calidad tiene sentido, en relación con el propósito del producto o servicio. Calidad como relación costo-valor, justificados los costos (inversiones para operación). Finalmente, 'calidad' como transformación, cambio cualitativo, cuestiona la idea de una noción de calidad centrada en el producto. "Supone la implicación del estudiante en la toma de decisiones que afectan su transformación, que, a su vez, proporciona la oportunidad de ampliar sus posibilidades de participar en los procesos que le afectan (incremento de la lucidez, la confianza en sí mismo, el pensamiento crítico, etc.)" (De la Orden, 1997).

El enfoque praxeológico que fundamenta al programa, se plantea desde la práctica, que articula las funciones universitarias de investigación, de compromiso sociocrítico, y de formación profesional, al interior de un contexto pluridisciplinario y que según Juliao (2001), está inmersa en la praxis del "hacer" del sujeto, la realidad concreta del actor, y se articula conocimiento y acción en una relación dialéctica: en últimas, el quehacer praxeológico es un análisis que parte de la experiencia de los propios protagonistas (quienes avanzan hacia reflexiones práxicas), que implica trabajar individual y grupalmente en tiempos y espacios adecuados, como provocación y desafío para un aprendizaje desde la cotidianidad.

Este enfoque praxeológico está presente en la carrera de Comunicación Social de la UNIMINUTO. Las carreras de comunicación social y periodismo en Colombia por lo general poseen un plan de estudios muy similar, determinado por un área de formación básica socio-humanística. Según Roveda (2005), también contempla la formación básica que comprende la formación y la puramente conceptualización de la profesión y un área de formación específica o profesional, que está directamente relacionada con la apropiación y aplicación de conocimientos en un campo o énfasis específico. Comprende también la formación en cuatro sub-áreas: Manejo de expresión, investigación, gestión y manejo del recurso tecnológico.

Para un abordaje metodológico, es fundamental establecer la incidencia de la deserción de la población estudiantil, frente a las necesidades y expectativas de los estudiantes. El Programa de Comunicación Social y Periodismo ocupa el cuarto lugar en abandono estudiantil, con un 28 % en los períodos de 2002 a 2005. Según Fishbein y Ajzen (1975), la deserción debe ser concebida como el resultado del debilitamiento de las intenciones iniciales del individuo y de su persistencia; aspectos que a su vez están influenciados por el auto concepto del estudiante. Así mismo, es fundamental determinar el perfil profesional de acuerdo a una serie de conocimientos y habilidades como actitudes, que para Arnaz (1981), es una descripción de las características que se requieren del profesional para abarcar y solucionar las necesidades sociales.

Marco conceptual

Este proyecto parte de entender el diagnóstico como estudio previo a toda planificación o proyecto, y que, según Rodríguez (2007), consiste en la recopilación de información, su organización, su interpretación y la obtención de conclusiones e hipótesis. Se trata de analizar un sistema y comprender su funcionamiento, a tal manera de poder proponer cambios en el mismo y cuyos resultados sean previsibles.

Por otro lado, el diagnóstico participativo implica la intervención de los actores en la realización del diagnóstico, clave en la organización de la comunidad educativa, (Oporto, 2009). La participación se entiende como un proceso en el que los miembros de la comunidad educativa tengan cada vez más injerencia en la toma de decisiones, referida a la marcha institucional, contemplando siempre la diferencia de roles: “La participación es una opción ideológica, no se mueve simplemente por razones técnicas, no siempre ahorra tiempo y esfuerzo. Es una opción democrática en cuanto a la modalidad de funcionamiento de la institución”, (Azzarboni y Harf, 2003).

En este sentido, ACNUR (2006) establece el diagnóstico participativo como un proceso de identificación colectivo y un diálogo grupal, estructurado por medio de tres fases fundamentales para el desarrollo del diagnóstico participativo. La primera, el análisis de la información existente.

La segunda, el diagnóstico participativo, donde se organizan discusiones estructuradas, y finalmente una planificación participativa. Este proceso tiene diez pasos. En el tercero se establecen los métodos de investigación, como observación participativa e identificación de puntos específicos, discusiones semiestructuradas y discusiones de grupos.

Pese a que existen muchas concepciones de la calidad, ligadas al producto y servicio. Tomamos como referencia ‘la calidad’ en la educación superior, que demuestra su relación con el discurso de la mejora continua. Así como la relación con la acción, para conformar los actuales sistemas de educación superior, por medio de programas y mecanismos como la evaluación. Tomamos el concepto de “calidad” desde las dimensiones intrínsecas sobre la realidad educativa. Se reconoce a quienes participan en la educación superior y aspiran a una buena educación, lo que se traduce en mejores condiciones de vida para la sociedad. Hacemos profundidad en la calidad como acción de perfeccionamiento y de aptitud: por eso, partimos de la identificación de realidad por medio de un diagnóstico para generar acciones que aporten al logro de un propósito y sus objetivos específicos.

Los factores socio demográficos son fundamentales en la propuesta de caracterización de los estudiantes, ya que implica identificar una serie de aspectos de los estudiantes para determinar cómo inciden en su proceso formativo. La sociodemografía se entiende como el estudio de las características de una población, y su desarrollo da a conocer particularidades en cuanto a edad, sexo y otros determinantes económicos y sociales. Proporciona una base informativa importante para el diagnóstico de la realidad de la población en estudio. Incluso se podría determinar una serie de valores. Además, se ha propuesto que cada persona tiene un sistema de valores que le permite organizar todas las reglas que ha asimilado, con el objetivo de resolver conflictos y escoger alternativas entre dos o más maneras de actuar.

Discusiones parciales

El reconocimiento del estado actual del Programa de Comunicación Social y la identificación del impacto de este en el contexto laboral

de la ciudad y el departamento del Huila, son determinantes para una “educación de calidad al alcance de todos” como establece misionalmente UNIMINUTO. De esta manera, se contribuye a los fundamentos misionales de la UNIMINUTO, que centra sus esfuerzos en el mejoramiento de los procesos formativos, de investigación y de proyección social.

Se tiene en cuenta que existe interés por asuntos de calidad de la educación superior, que se explica, entre otros factores, por la globalización y las consecuencias que esta fase del capitalismo ha traído en la conformación de la denominada sociedad del conocimiento. Las relaciones instituciones de educación superior-estado-mercado, y la expansión y diversidad de los sistemas de educación superior (Buendía, 2007, p. 29). La educación es el pilar para los procesos de desarrollo humano y territorial; partiendo de esta premisa, el realizar estudios de incidencia, calidad, pertinencia y mejoramiento del programa de Comunicación Social frente a su contexto, son determinantes para establecer cómo se encuentra la educación en el municipio de Neiva y como esto repercute en la sociedad. El egresado del programa va a contribuir y desempeñarse en el territorio social. De ahí la pertinencia de que su formación sea acorde a las necesidades del contexto.

Es claro que los programas académicos, en muchas circunstancias, responden a la demanda de mercado, es decir, la condición de calidad institucional, ligado al sector empresarial en que esta se consolida como un servicio que busca ser eficiente, con un propósito y valor agregado para el cliente, acorde a la lógica del mercado y los procesos de globalización. Sin embargo, hay que determinar las necesidades territoriales y el perfil laboral en contexto, no solo desde el mercado, sino también desde las necesidades y expectativas de la población.

Por lo tanto, con esta investigación se impacta significativamente el fortalecimiento del Programa, estableciendo la pertenencia y necesidades a partir de un diagnóstico, para que este atienda a mejorar la calidad de la educación superior, de acuerdo a las necesidades territoriales, el perfil profesional y la articulación de los currículos a la actualización del área y la internacionalización. Así mismo, aporta a la imagen de la Universidad

frente a su contexto, además de poder identificar y plantear alternativas ante las necesidades internas y externas de la Institución, especialmente del programa; lo que se traduce posteriormente en la implementación de mecanismos de mejora. Es decir, que sobrepase la visión de la educación ligada al mercado y se garanticen aptos resultados en la evaluación ligada a los estándares de calidad y parámetros para excelencia.

En el municipio de Neiva, se oferta el programa de Comunicación Social en tres universidades: anualmente, en la Universidad Surcolombiana; semestralmente: en la Corporación Unificada de Educación Superior; y en esta casa de estudios, la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO. Universidades con diversas trayectorias y enfoques, que establecen sus aportes a la formación universitaria. Desde el desarrollo de este proyecto, se aporta a los procesos formativos en el departamento y a las carreras de Comunicación Social, fortaleciendo así la educación superior.

Conclusiones

Esta investigación busca describir cómo se encuentra el programa de Comunicación, determinar su estado actual a partir de su quehacer, contexto y las percepciones de sus actores frente a la calidad, necesidad y problemáticas. Es por lo tanto, un diagnóstico de carácter participativo con los grupos involucrados en la comunidad académica. Se espera determinar las causas de las problemáticas que involucran la deserción y falta de motivación y autonomía en los estudiantes. Así mismo, analizar las necesidades formativas, curriculares y de perfil, que demanda la región. Identificar acciones realizadas, logros y limitaciones por parte del programa. De esta manera, brindar insumos para planificar acciones pertinentes y calificadas en pro de las mejoras del programa. Sin embargo, en esta primera fase, la investigación sólo será análisis descriptivo; es decir, un reporte de diagnóstico. Se espera más adelante, con base en los resultados, la implementación del plan de acción.

Si bien se brindarán algunos elementos explicativos de causales fenómenos, como la deserción del programa, el mayor componente estará

puesto en aspectos descriptivos. Se busca determinar características de las percepciones de estudiantes y demás actores de la comunidad académica, con referencia al programa; así como aclarar el contexto y situación del mismo, para determinar su estado actual y su relación con las necesidades del entorno. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández-Sampieri, 2010).

El estado actual del proyecto se encuentra en proceso de ajustes, tanto de aspectos teóricos como metodológicos, profundizando en revisión literaria por medio de fichas de lectura.

Referencias

- ACNUR. (2006). *La Herramienta del ACNUR para el Diagnóstico Participativo en las Operaciones*. Recuperado de http://www.acnur.es/PDF/6404_20120402174048.pdf
- Álvarez de Zayas, C. y Sierra, V. (2004). *La Solución de Problemas Profesionales (Metodología de la Investigación Científica)*. Cochabamba: Grupo Editorial Kipus.
- Arnaz, José. (1981). *La planificación curricular*. México: Editorial Trillas.
- De la Orden, A. (1997). Desarrollo y validación de un modelo de calidad universitaria como base para su evaluación. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*. Universidad Complutense de Madrid.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading: Addison-Wesley.
- Hernández-Sampieri, R. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.

Juliao, C. (2001). *El enfoque praxeológico*. Bogotá: UNIMINUTO.

Mellado, Claudia, Jeanne Simón, Sergio Barría y Jorge Enríquez. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. *Revista de Estudios de Comunicación*.

Montealegre, González, Barrios y Bahamón. (2014). *Factores de deserción y estrategias para el mejoramiento de la retención en el programa de comunicación social y periodismo de la Universidad Surcolombiana 2008-2012*. Neiva: Universidad Surcolombiana.

Oporto, M. (2009). *El diagnóstico participativo, una propuesta para el mejoramiento*. Recuperado de http://servicios.abc.gov.ar/lainstitucion/sistemaeducativo/educacioninicial/capacitacion/documentoscirculares/2010/2_diagnostico_participativo_una_propuesta_para_el_mejoramiento_de_las_practicas_institucionales.pdf

Pedroza, M. (2009). *Pertinencia del perfil de los profesionales de la información con las demandas del mercado laboral*. Recuperado de https://www.uma.edu.ve/postgrados/periodismo/revista/teg_magaly_pedroza.pdf

Peñuela, A. (2012). *Perfil competencial del comunicador social: su puesto en la agencia de publicidad Yell Adworks de Pereira*. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10785/1017>

Quica, N. (2016). *Deserción universitaria Universidad Surcolombiana*. Neiva: Escuela Ciencias de la Educación, ECEDU.

Reyes, Navarro, Burgos y Homes (2010). Una mirada a la planificación estratégica curricular. *Telos, Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*. 12, 202 -216.

Rodríguez, J. (2007). *Guía de elaboración de diagnósticos*. Roveda, A. (2005) ¿Es posible la formación de un pensamiento estratégico en las escuelas de comunicación y periodismo? En *Fisec_Estrategias*, (2). Recuperado de <http://www.fisec-estrategias.com.ar>.

Propuesta didáctica para fortalecer la lectura crítica con los jóvenes de primero y segundo semestre del programa de Comunicación Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO de Ibagué

Viviana Patricia Sandoval Leyva
viviana.sandoval@uniminuto.edu

Mi visión de la alfabetización va más allá del ba, be, bi, bo, bu. Porque implica una comprensión crítica de la realidad social, política y económica en la que está el alfabetizado

Paulo Freire.

Resumen

El presente documento expone una propuesta de investigación que tiene como finalidad diseñar secuencias didácticas para fortalecer la lectura crítica de diferentes tipos de textos, en los estudiantes de primer y segundo semestre del programa de Comunicación Social en el centro regional UNIMINUTO Ibagué. Para ello, se plantea llevar a cabo la investigación por medio de un estudio de corte cualitativo, con un diseño metodológico centrado en la investigación-acción participativa, por medio de la aplicación de instrumentos de recolección de información como: *pretest*, secuencias didácticas, diarios de campo y *pos test*.

Dentro de los resultados esperados, se busca que los estudiantes mejoren la comprensión de texto desde los tres niveles de lectura: Inferencial, crítico e intertextual, y que esto se vea reflejado en un mejor rendimiento, a partir del fortalecimiento de sus competencias y los resultados de las pruebas Saber Pro en el área genérica de *lectura crítica*.

Palabras clave: lectura crítica, enseñanza, aprendizaje, secuencia didáctica.

Introducción

La lectura es una práctica académica fundamental en todo proceso formativo “(...) además de una actividad lingüística, cognitiva y comunicativa, es una práctica social y cultural” (Delgado, 2013). Esto significa que debe existir un diálogo entre el lector y el autor, a través del texto. En palabras de Cassany: “otorgarle a la lectura el carácter social es trascender la lectura de las líneas y la lectura entre líneas, para avanzar a la lectura tras las líneas” (2003). Por ende, un lector crítico es aquel que descubre e interpreta “huellas de un contexto”. La lectura crítica es la que nos permite, además de otras cosas, descubrir el contexto histórico, social, económico, político y cultural de los textos.

Este proceso de la “lectura entre líneas”, nos permite alcanzar un nivel intertextual de lectura, una categoría clave para el lector crítico, quien debe ser cooperativo; que realiza paseos intertextuales a partir de la Enciclopedia, y asume el texto como la representación de un mundo posible. En esta dirección, se identifica al lector crítico como “aquel que puede hacer la travesía por el texto, reconstruyendo las voces que lo contienen, lo cual supone establecer acercamientos cognitivos desde la historia, la filosofía, la sociología, el psicoanálisis y desde las mismas obras literarias” (Jurado, 2008).

Teniendo en cuenta lo anterior, en el proceso de alfabetización académica se observan falencias por parte de los estudiantes, para comprender en su totalidad los textos a los que se ven enfrentados a diario. Textos en los que deben apropiarse de las formas de razonamiento y las prácticas discursivas. En varios estudios se ha mostrado que existen prácticas discursivas propias de las disciplinas y no son accesibles para estudiantes que se inician en la universidad, a menos que un experto les ayude en este camino.

Asimismo, se ha planteado la problemática de la lectura y la escritura en la educación superior, y afirman que los universitarios no consideran que sus asignaturas estén relacionadas con formas particulares de escribir; así mismo, las diferentes investigaciones realizadas por diferentes universidades, entre ellas la Universidad del Quindío, arrojan resultados que

demuestran la poca habilidad que los estudiantes poseen para comprender y producir un texto escrito que tenga en cuenta las normas de producción textual, y coinciden en el desconocimiento o poco uso de estrategias de desarrollo del pensamiento y un manejo inadecuado de las estrategias para la comprensión y producción escrita. Es decir, no se evidencia un nivel crítico e intertextual en la lectura y producción de textos, se quedan en un plano meramente literal. Tal y como afirma Jurado (2008):

Es cierto que desde la academia se pueden formar lectores críticos y no solo lectores alfabetizados. Esta distinción es de gran importancia: una cosa es educar en la escuela para alfabetizar y otra orientar desde la escuela para saber leer críticamente los textos de la cultura. Desafortunadamente la escuela, con la excepción de las escuelas innovadoras, tiende hacia la alfabetización, si entendemos por ello enseñar a reconocer las palabras con sus significados de diccionario para aprender a leer avisos, titulares de prensa, definiciones de cosas, información que se pueda repetir y memorizar, saber firmar para votar. (p. 3).

Se hace necesario que los estudiantes entiendan, interpreten y evalúen textos que pueden encontrarse tanto en la vida cotidiana, como en ámbitos académicos no especializados. Por su parte, el Ministerio de Educación Nacional (2008) considera fundamental que los estudiantes cuenten con una comprensión lectora que les permita interpretar, aprender y tomar posturas críticas frente a un texto.

Se deben manejar los tres niveles de competencia lectora: Identificar y entender los contenidos locales que conforman un texto; comprender cómo se articulan las partes de un texto para darle un sentido global; reflexionar a partir de un texto y evaluar su contenido. No obstante, según los resultados de las pruebas Saber pro, los universitarios se quedan sólo en el nivel literal e inferencial, por lo que no alcanzan a leer críticamente un texto, mucho menos a realizar intertextualidad a partir del contenido del mismo y de otros textos.

Los resultados arrojados por el proceso de evaluación por competencias, en las últimas décadas en Colombia, demuestran las dificultades que estamos afrontando frente a un proceso de educación que potencie las capacidades de los estudiantes para pensar y actuar; es decir, para desempeñarse idóneamente en diversos contextos, resolviendo de forma crítica y reflexiva situaciones presentes en su realidad.

En ese sentido, se propone realizar una secuencia didáctica que permita alcanzar el nivel de lectura crítica, en los estudiantes de primero y segundo semestre del programa de comunicación social de UNIMINUTO de la ciudad de Ibagué, y se plantea como pregunta de investigación: ¿cómo diseñar una secuencia didáctica con distintos tipos de texto para el fortalecimiento de la lectura crítica de los estudiantes de primero y segundo semestre del programa de Comunicación Social de UNIMINUTO de la ciudad de Ibagué?

Para ejecutar el proceso de investigación que permitirá resolver la pregunta planteada, se definieron unos objetivos generales y específicos. De igual manera, se plantea llevar a cabo la investigación por medio de un estudio de corte cualitativo, con un diseño metodológico centrado en la investigación-acción participativa, en la cual se tendrán en cuenta los siguientes instrumentos de recolección de información: *pretest*, secuencias didácticas, diarios de campo y *postest*.

Objetivo general

Diseñar secuencias didácticas para fortalecer la lectura crítica de diferentes textos en los Jóvenes de primero y segundo semestre, y los jóvenes que presentan las pruebas Saber Pro del programa de Comunicación Social de UNIMINUTO.

Objetivos específicos

- Determinar el proceso de lectura crítica con los estudiantes de primero, segundo semestre y los jóvenes que presentan las pruebas Saber Pro del programa de Comunicación Social de UNIMINUTO.

- Diseñar secuencias didácticas para la lectura crítica de diferentes textos.
- Fortalecer en los jóvenes la capacidad de leer en forma crítica diferentes textos.

Metodología

La metodología que guiará esta investigación, es la investigación-acción participativa. En palabras de Miguel Martínez (s. f., párr. 4): “Analizando las investigaciones en educación, como en muchas otras áreas, se puede apreciar que una vasta mayoría prefieren hacer investigaciones acerca de un problema, antes que investigación para solucionar un problema”. La investigación-acción participativa, cumple con ambos propósitos; busca identificar el problema e investigar para proponer soluciones a ese problema. Es así, como se señala que la investigación-acción se diferencia de otras investigaciones en los siguientes aspectos: a) Requiere de una acción como parte integral del mismo proceso de investigación. b) El foco reside en los valores del profesional, más que en las consideraciones metodológicas. c) Es una investigación sobre la persona, en el sentido de que los profesionales investigan sus propias acciones. Igualmente, “las metas de la investigación-acción son: mejorar y/o transformar la práctica social o educativa, a la vez que procurar una mejor comprensión de dicha práctica; articular de manera permanente la investigación, la acción y la formación; acercarse a la realidad vinculando el cambio y el conocimiento, además de hacer protagonistas de la investigación al profesorado. Elliot (1993) indica que la IAP permite implementar proyectos y propuestas que buscan innovar en las prácticas educativas.

Los investigadores que siguen esta metodología han diseñado unas etapas o pasos para el desarrollo de la misma, “las fases implican un diagnóstico, la construcción de planes de acción, la ejecución de dichos planes y la reflexión permanente de los involucrados en la investigación, que permite redimensionar, reorientar o replantear nuevas acciones en atención a las reflexiones realizadas” (Elliot, p. 13).

Algunos autores proponen las siguientes fases o etapas:

Lewin presenta lo que denomina ciclos de acción reflexiva: planificación, acción y evaluación de la acción. Por su parte, Kemmis y McTaggart (1988), organizan dos ejes que denominan estratégico, que comprende acción y reflexión; y organizativo, que implica la planificación y la observación, a partir de cuatro fases o momentos que deben estar interrelacionados: planificación, acción, observación y reflexión. Para Pérez y Rincón (1998), las etapas para el acercamiento con la metodología investigación-acción, se inician con el diagnóstico de una preocupación temática o problema; posteriormente, la construcción del Plan de Acción, la puesta en práctica del referido plan y su respectiva observación; la reflexión e interpretación de resultados, y la replanificación, si se considera necesario.

La presente investigación se llevará a cabo utilizando un estudio cualitativo. Navarrete la define como:

“Un procedimiento metodológico que utiliza palabras, textos, discursos, dibujos, gráficos e imágenes para comprender la vida social por medio de significados, se trata de entender el conjunto de cualidades interrelacionadas que caracterizan a un determinado fenómeno. Utiliza descripciones detalladas de hechos, citas directas del habla de las personas para construir un conocimiento de la realidad social, en un proceso comprobación teórica.” (Navarrete, 2013).

La investigación cualitativa incluye los siguientes pasos: seleccionar, describir, organizar, entender, y proponer. Es una investigación de tipo inductivo, es decir que inicia con la observación de un problema hasta generar una explicación del mismo y aportar posibles soluciones.

Los instrumentos de recolección de información que se emplearán en el presente estudio son los siguientes: *pretest*, secuencia didáctica, diarios de campo y *postest*.

1. **Primera etapa: el pretest.** Inicialmente, se realizará un diagnóstico, puesto que es necesario conocer el nivel de comprensión lectora en el que se encuentran los estudiantes (literal, inferencial crítico e intertextual) y el tipo de argumentos que manejan desde la categorización de Zubiría (2006). Este diagnóstico se realizará de forma oral y escrita.
2. **Segunda etapa: diseño e implementación de las secuencia didáctica (sd).** Se diseñará e implementará una SD, como estrategia de enseñanza y aprendizaje, por cada uno de los tipos de texto que se van a abordar: discursos publicitarios, reseñas, cuentos, crónicas y artículos de opinión. Como lo exponen Camps y Zayas (2006), una secuencia didáctica es:

Una unidad de enseñanza que podría equipararse con un plan de acción del profesor frente a un saber. Es decir, la secuencia didáctica está constituida por un conjunto de tareas diversas pero relacionadas por un objetivo global que les da sentido. (p. 320).

Por ende, la secuencia didáctica nos permitirá orientar la lectura crítica de diferentes textos, para que los estudiantes vayan potenciando esta actividad y su capacidad de leer, más allá de lo que se ve a simple vista.

1. **Tercera etapa: diario de campo.** Es necesario ir registrando y organizando la información a través de un diario de campo. Según Bonilla y Rodríguez (1997): “El diario de campo debe permitirle al investigador un monitoreo permanente del proceso de observación. [...] En él se toma nota de aspectos que considere importantes para organizar, analizar e interpretar la información que está recogiendo” (p. 79). El diario de campo permitirá registrar lo que se observa en cada intervención; las dificultades que tienen los estudiantes al analizar los mensajes implícitos en la lectura de los diferentes textos abordados, la capacidad para develar e interpretar las presuposiciones y los argumentos implícitos en

los textos, la capacidad para relacionarlo con su contexto y con otros textos, y de valorar el texto.

Población y muestra

Estudiantes de primero y segundo semestre del programa de Comunicación Social, del centro regional UNIMINUTO Ibagué, y estudiantes próximos a presentar las pruebas saber pro.

Resultados esperados

Pertinencia social: esta propuesta busca contribuir al mejoramiento de los procesos de formación profesional, posibilitando una mayor adhesión de los futuros comunicadores con el entorno social y laboral, donde se desempeñarán de manera más eficiente y asertiva, puesto que a lo largo del desarrollo de la propuesta han logrado vincularse de manera práctica con el conocimiento disciplinar de su área.

Por otro lado, se brindará una ventaja competitiva a los estudiantes de los primeros semestres del programa, para afrontar a futuro los cursos relacionados con estas mismas áreas; es decir que muchos de ellos llegan con pre-saberes suficientes para continuar su plan de formación.

Por lo anterior, los procesos de adhesión, comunicación y participación en la sociedad, se verán positivamente impactados en la medida en que se logrará mejor participación de los profesionales de la comunicación en campos sociales.

En el campo de la formación profesional, específicamente en el área de la comunicación social, esta propuesta aporta grandes recursos, en la medida en que proporciona un modelo de enseñanza particular, el cual pretende cumplir con los requerimientos de formación adecuados para el mejoramiento del perfil del egresado del programa comunicación social, según la modalidad de enseñanza y las características de una institución como UNIMINUTO.

Referencias

- Bonilla, E. y Rodríguez, P. (1997). *Más allá de los métodos. La investigación en ciencias sociales*. Colombia: Editorial Norma.
- Camps, A., Zayas, F. (Coords). (2006). *Secuencias didácticas para aprender gramática*. Barcelona: Editorial Graó.
- Cassany, D. (2003). *Aproximaciones a la lectura crítica: teoría, ejemplos y reflexiones*. VII Congreso Latinoamericano Lectura y Escritura. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=713548>.
- Delgado, C. (2013). *La lectura crítica, una herramienta de formación del pensamiento crítico en la universidad*. Recuperado de <https://www.redem.org/la-lectura-critica-una-herramienta-de-formacion-del-pensamiento-critico-en-la-universidad/>
- Elliott, J. (1993). *El cambio educativo desde la investigación-acción*. Madrid: Morata.
- Jurado, F. (2008). La formación de lectores críticos desde el aula. *Revista Ibero de educación*, (6). Recuperado de <http://rieoei.org/rie46a05.htm>
- Kemmis, S. y McTaggart, R. (1988). *Cómo planificar la investigación-acción*. Barcelona: Laertes.
- Martínez, M. (s. f.). *La Investigación-Acción en el Aula*. Recuperado de <http://prof.usb.ve/miguelm/investigacionaula.html>
- Ministerio de Educación Nacional. (2008). *Lineamientos para la formación por competencias para la educación superior*. Recuperado de https://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-261332_archivo_pdf_lineamientos.pdf

Navarrete, J. M. (2013). *Problemas del conocimiento en ciencias humanas. la cuestión del método y el proyecto de investigación cualitativa*. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/educa/article/download/8205/7156>

Pérez, M. y Rincón, G. (2009). *Actividad, secuencia didáctica y pedagogía por proyectos: tres alternativas para la organización del trabajo didáctico en el campo del lenguaje*. Recuperado de: <http://es.slideshare.net/cslozano/actividad-secuencia-didacticaprojectomauricio-perez-gloria-rincon>

Sala de prensa: una estrategia didáctica para el desarrollo de las competencias del comunicador social en formación

Diana Alejandra Sánchez Peralta
alejandra.sanchez@uniminuto.edu

Resumen

La presente propuesta tiene como finalidad sistematizar y validar la estrategia *Sala de prensa*, como una propuesta metodológica y didáctica para el fortalecimiento de las competencias específicas del comunicador social en el centro regional UNIMINUTO Ibagué. Para ello, se plantea llevar a cabo la investigación por medio de un estudio de corte cualitativo, con un diseño metodológico centrado en la sistematización, en la cual se tendrán en cuenta diferentes fases. Dentro de los resultados esperados se encuentra la validación, aplicación y socialización de la estrategia *Sala de prensa*, como un ejercicio pertinente en la formación profesional de los futuros comunicadores sociales.

Palabras clave: Estrategia, didáctica, competencias, formación, extracurricular.

Introducción

El presente trabajo tiene como objetivo sistematizar y validar la estrategia denominada *Sala de prensa*, como una propuesta metodológica y didáctica para el fortalecimiento de las competencias específicas del comunicador social en el centro regional UNIMINUTO Ibagué. El estudio de investigación que enmarca dicha propuesta, se hace relevante para el campo de formación del comunicador social debido a que éste se encuentra ligado a muchos factores, que necesariamente deben propiciar la participación y la acción de los sujetos en formación, en escenarios que les permitan interactuar con el conocimiento en un sentido práctico.

En el caso particular del programa de comunicación social de UNIMINUTO Ibagué, se ha procurado la creación e implementación de

actividades extracurriculares complementarias, por medio de las cuales lograr un mejor desempeño de los educandos en cuanto a las competencias básicas en el campo de la comunicación. Sin embargo, una de las dificultades que está impidiendo el avance en la reestructuración y mejoramiento de estas estrategias, es precisamente que no hacen parte de los componentes curriculares, por tanto no se ha logrado una validación de la efectividad y alcance de los resultados de todas aquellas actividades formativas complementarias. Así, el ejercicio de formación complementaria se ha venido realizando sin una intervención pedagógica clara, por medio de la cual sustentar la pertinencia de la misma.

Por lo anterior, el problema de esta propuesta se centra en ¿cómo sistematizar y validar la estrategia *Sala de prensa* como una propuesta metodológica y didáctica para el fortalecimiento de las competencias específicas del comunicador social en el centro regional UNIMINUTO Ibagué?

El estado del arte que compone esta propuesta es breve; ya que los estudios de investigación relacionados, son pocos, tanto a nivel nacional como internacional. Sin embargo, en el campo de la reflexión en un sentido formativo de la educación superior, se han generado estudios que revelan la necesidad de ahondar en la consolidación de recursos didácticos para fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje.

En el trabajo realizado por Patricia Mariel (2008), en la Universidad Complutense de Madrid, se reflexiona acerca del papel del profesor en el diseño de estrategias de enseñanza fundamentadas, que promuevan la meditación, la relación teoría-práctica, el acercamiento a la realidad profesional y social, como algunas de las claves para el mejoramiento didáctico y la profesionalización de su tarea docente.

Por otro lado, Mellado (2010), en la Universidad de Concepción en Chile, muestra una clara relación entre la oferta académica existente en el área de la comunicación, las condiciones laborales, y la formación de los futuros periodistas en América Latina.

Cabrera (2009) apunta a capturar sistemáticamente la dinámica de la relación entre las mediaciones del docente y de los estudiantes, y sus posibles cambios, con miras a dar cuenta de la transformación en la práctica pedagógica. Al finalizar este estudio, los resultados posibilitaron generar un esquema sobre la relación práctica enseñanza-aprendizaje, en la que el docente se supone guía y acompañante del estudiante, en cuanto a su autogestión del aprendizaje, vinculando los saberes teóricos con el hacer.

Barrios (2014) enfatiza en la relación entre la formación del comunicador social y el entorno digital, en diferentes contextos sociales. Su estudio ha dejado como principal conclusión que hoy, más que dominar las herramientas tecnológicas, se debe tener claro el para qué de ellas y cómo emplearlas profesionalmente para responder a la instantaneidad del mundo actual.

En cuanto al componente conceptual De Zubiría (2006) define los modelos pedagógicos como el resultado práctico de las teorías que dan cuenta sobre el para qué, cuándo y cómo, del acto educativo. El autor, además plantea que para la buena comprensión de un modelo pedagógico, es indispensable recopilar información acerca de los elementos que permiten reconstruir aspectos fundamentales, para identificar las necesidades y prioridades, que tanto a nivel individual como social, suponen una mejor ejecución de los procesos de enseñanza y aprendizaje a nivel de educación formal.

Jiménez, González y Ferreres (1989), presentan una definición amplia de didáctica, al incluir en ella elementos de conocimiento específico, además de la finalidad de la misma en los procesos educativos. Los autores dicen que la didáctica es “Un campo científico de conocimientos teóricos, prácticos y tecnológicos, cuyo eje central es la descripción, interpretación y práctica proyectiva de los procesos intencionales de enseñanza- aprendizaje que se desarrollan en contextos de relación y comunicación para la integración de la cultura con el fin de transformarla” (p.55).

Conducir al sujeto hacia la adquisición de saberes es, sin lugar a dudas, labor del maestro. Para ello, deben primar los saberes adquiridos, pero también el reconocimiento de las formas particulares de aprendizaje. Ante esto, es supremamente importante aclarar los conceptos de enseñanza y aprendizaje. Para Cañedo y Cáceres (2008), estos procesos (aprender y enseñar), hacen parte de los aspectos teórico- prácticos de la didáctica.

Ahora bien, en el campo de la formación profesional del comunicador social, son varios los factores que influyen en el planteamiento de las propuestas académicas de las universidades. Para Fuentes (2000, p. 16), las facultades han olvidado la formación en el campo de las humanidades (perspectiva más ligada a lo conceptual), centrándose en la práctica como componente fundamental, lo que establece una incoherencia entre los saber propios del comunicador y las expectativas generadas dentro de las prácticas sociales.

Jesús Martín Barbero (2002, p. 11), en sus reflexiones sobre el sentido de la formación en comunicación social, muestra su postura frente a la confusión a la que se enfrentan los estudiantes de las facultades de comunicación social, en la transposición de los saberes al mundo práctico; proceso en el cual, los estudiantes se muestran desmotivados frente a la reflexión y la investigación, puesto que para ellos es más interesante el mundo de la tecnología.

A todo ello, se suma también el nivel de competencias básicas en el campo comunicativo que debe poseer un profesional. La competencia comunicativa está entendida como el conjunto de procesos y conocimientos de diverso tipo –lingüísticos, sociolingüísticos, estratégicos y discursivos– que el hablante/oyente/escritor/lector, deberá poner en juego para producir o comprender discursos adecuados a la situación y al contexto de comunicación y al grado de formalización requerido. (Mendoza, 2006, p. 48).

En concordancia, se contempla que las competencias comunicativas y la formación de los comunicadores sociales son de gran importancia

desde el campo educativo. Por lo tanto, las facultades y universidades deben procurar el desarrollo de todos aquellos aspectos que le permitan al educando fortalecer sus habilidades, sea desde los componentes curriculares o extracurriculares.

Objetivos

Objetivo general

Sistematizar y validar la estrategia *Sala de prensa* como una propuesta metodológica y didáctica para el fortalecimiento de las competencias específicas del comunicador social en el centro regional UNIMINUTO Ibagué.

Objetivos específicos

- Caracterizar la estrategia *Sala de prensa* dentro de las prácticas de enseñanza y aprendizaje del programa de comunicación social del centro regional UNIMINUTO Ibagué.
- Evaluar los resultados de la estrategia *Sala de prensa* en el desarrollo de competencias específicas de los estudiantes del programa comunicación social del centro regional UNIMINUTO Ibagué.
- Analizar el estado en el que se encuentran los componentes de la estrategia *Sala de prensa* dentro de los procesos didácticos que se establecen al interior del programa de comunicación social del centro regional UNIMINUTO Ibagué.
- Proponer pautas de mejoramiento para la implementación de la estrategia *Sala de prensa*, como una propuesta metodológica y didáctica para el fortalecimiento de las competencias específicas del comunicador social a nivel institucional.

Metodología

Para el desarrollo de esta propuesta, se plantea un estudio de tipo cualitativo, con enfoque interpretativo; es decir que va más allá de la sola descripción, permitiendo un análisis permanente e interpretaciones

complejas acerca del objeto de estudio que, para este caso, se centra en las prácticas de enseñanza y aprendizaje.

El diseño de este estudio se basa en la sistematización, que permite construir conocimientos nuevos a partir de la reflexión crítica acerca de las experiencias llevadas a cabo mediante la práctica pedagógica del programa de comunicación social de UNIMINUTO Centro regional Ibagué.

En el desarrollo de la propuesta se tendrán en cuenta diferentes fases de desarrollo:

Fase 1: recolección exhaustiva de la información

En esta instancia se hará uso de varias estrategias como la observación participante, el análisis de documentos y el registro de información, por medio de las cuales se logrará un acercamiento a la realidad que se desea caracterizar; en este caso, las prácticas de enseñanza y aprendizaje, y todos aquellos parámetros que conforman la estrategia *Sala de prensa*.

Fase 2: organización, categorización y descripción de la información

Al finalizar la recolección de la información, esta será organizada en su totalidad. Lo anterior permitirá generar categorías de análisis, identificar los componentes específicos del objeto de estudio y llegar a una descripción adecuada del mismo.

Fase 3: definición de los ejes de sistematización, procesamiento y análisis de la información

Una vez organizada la información y determinadas las características del objeto de estudio, se indagará por las temáticas o problemáticas generales que estructuran y orientan la sistematización de la experiencia. Lo anterior será documentado y analizado a la luz de componentes teóricos y conceptuales, que sustentan y dan validez a la práctica estudiada.

Fase 4: documentación y consolidación de la propuesta Sala de prensa

Durante esta fase se consolidará la propuesta denominada *Sala de prensa*, teniendo en cuenta la documentación de la información y el análisis de los contenidos encontrados. De este modo, se podrán realizar proponer ajustes y pautas de mejoramiento, que permitan transformar las prácticas de enseñanza y aprendizaje desde la reestructuración y fortalecimiento de las mismas.

Población y muestra

208 estudiantes del programa Comunicación Social del centro regional UNIMINUTO Ibagué y docentes participantes de la propuesta.

Resultados esperados

Los impactos que se pretenden con el desarrollo de esta investigación, apuntan al fortalecimiento de las formas y métodos de enseñanza al interior del centro regional; contribuyendo, de este modo, al mejoramiento de la calidad de educación, lo cual se verá reflejado en las prácticas de enseñanza y aprendizaje que se llevan a cabo durante los procesos formativos de la educación superior.

Del mismo modo, el desarrollo de esta propuesta será un avance importante dentro de los procesos investigativos del programa comunicación social, logrando la consolidación de una metodología didáctica específica, que podría llegar a ser un punto de partida para el mejoramiento de la calidad educativa en este y otros programas similares.

La pertinencia social de esta propuesta está dada en su contribución al mejoramiento de los procesos de formación profesional, posibilitando una mayor adhesión de los futuros comunicadores al entorno social y laboral, donde se desempeñarán de manera más eficiente y asertiva, puesto que a lo largo del desarrollo de la propuesta, han logrado vincularse de manera práctica con el conocimiento disciplinar de su área.

Por otro lado, se brindará una ventaja competitiva a los estudiantes de los primeros semestres del programa, para afrontar a futuro los cursos relacionados con estas mismas áreas; es decir que muchos de ellos llegan con pre-saberes suficientes para continuar su plan de formación. Por lo anterior, los procesos de adhesión, comunicación y participación en la sociedad se verán positivamente impactados en la medida en que se logrará mayor y mejor participación de los profesionales de la comunicación en campos sociales.

En el campo de la formación profesional, y más específicamente en el área de la comunicación social, esta propuesta aporta grandes recursos en la medida en que proporciona un modelo de enseñanza particular, el cual pretende cumplir con los requerimientos de formación adecuados para el mejoramiento del perfil del egresado del programa comunicación social, según la modalidad de enseñanza y las características de una institución como UNIMINUTO.

Referencias

- Barrios, A. (2014). El Comunicador en el Entorno Digital. *Cuadernos.info.*, (34), 165-181. doi: <http://dx.doi.org/10.7764/cdi.34.519>.
- Cabrera, M. (2009). *Estrategias Didácticas para la Enseñanza-Aprendizaje del Periodismo*. Cartagena: Universidad de Cartagena.
- Cañedo, C. y Cáceres, M. (2008). *Fundamentos teóricos para la implementación de la didáctica en el proceso enseñanza-aprendizaje*. Recuperado de HYPERLINK "<http://www.eumed.net/libros/2008b/395/>" www.eumed.net/libros/2008b/395/
- De Zubiría, J. (2006). *Los modelos pedagógicos contemporáneos*. Bogotá: Cooperativa Editorial del Magisterio.
- Fuentes, R. (1991). Prácticas Profesionales y Utopía Universitaria: Notas Para repensar el modelo de comunicador. *Diálogos de la Comunicación*,

(31), Perú: Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social.

Jiménez, B., González, P. y Ferreres, B. (1989). *Modelos didácticos para la innovación educativa*. Barcelona: PPU.

Mariel, P. (2008). *Estrategias de enseñanza del profesor en el aula de nivel superior. Desafíos para la didáctica y la formación docente de dicho nivel*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de http://www.filo.uba.ar/contenidos/investigacion/institutos/lice/ANUARIO_2011/textos/19.Del%20_Regno.pdf

Martín-Barbero, J. (2012). Los oficios del comunicador. *Signo y Pensamiento*, 31(59), 18-40.

Mellado, C. (2010). Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(1), 09-20.

Mendoza, A. (2006). *Didáctica del español y la literatura*. España: Prentice-Hall.

Richarts, J., Platt, J. & Platt, H. (1997). *Diccionario de lingüística y enseñanza de la lengua*. Barcelona: Ariel.

La gestión de la comunicación interna en la Corporación Universitaria Minuto de Dios

Graciela Trisancho Cediel
gtristan@uniminuto.edu.co

Ingrid Marcela García Martínez
ingrid igarciamart@uniminuto.edu.co

Natalia Andrea Murcia Muñoz
nmurciamuno@uniminuto.edu.co

Martha Yaneth Pinilla Prada
mpinillapra@uniminuto.edu.co

Andrés Humberto Rodríguez Alfonso
arodri76@uniminuto.edu.co

Camilo Andrés Peña García
cpeagarc@uniminuto.edu.co

Nelson David Rojano Bejarano
nrojanobele@uniminuto.edu.co

La comunicación es acción y la acción es comunicación

Joan Costa

Resumen

La implementación de las *comunicaciones internas* como factor de *estrategia* en las entidades, cobra gran relevancia en las últimas décadas; razón por la cual se hace necesario evaluar dicho componente en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, para *diagnosticar* el estado actual, evidenciando la carencia de integralidad en las mismas, así como propender a la creación de un documento que indique o desarrolle *lineamientos* en las comunicaciones internas.

Estas apreciaciones efectuadas a partir de la universidad, nos permiten plantear la siguiente hipótesis: La comunicación interna dentro de la Corporación universitaria Minuto de Dios carece de lineamientos, lo que no permite la articulación entre las sedes, en cumplimiento de la visión y sentido de pertenencia institucional.

Para verificar la hipótesis, se inició con un ejercicio de diagnóstico en la sede principal, Bogotá Calle 80, Calle 90, y los centros tutoriales de Soacha, Zipaquirá, Madrid y Funza. Este ejercicio, lo hemos iniciado y sintetizado en el presente estudio, el cual nos permite avanzar en la investigación, hasta concluir con un documento, *propuesta de gestión de la comunicación interna* para la UNIMINUTO, donde se establezcan como propuesta, políticas y lineamientos visibilizados en un manual técnico. De esta manera, esperamos coadyuvar al cumplimiento de la visión institucional y proyectar a la UNIMINUTO como un estamento educativo con altos estándares de calidad.

Palabras clave: comunicación, cultura organizacional.

Justificación

La motivación principal de este trabajo es generar un sentido de apropiación y pertenencia, tomando como factor esencial los principios y valores que genera la comunicación interna en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, basados en su capital más importante: el talento humano (directivos, colaboradores, docentes, discentes y egresados); así como sumarse a los retos que enfrenta la universidad, para cumplir la visión establecida al año 2019.

Cobra relevancia, que la UNIMINUTO desea consolidarse como una institución educativa a nivel nacional e internacional, por lo cual se debe concienciar la necesidad de plantear una política modelo, lineamientos, estándares, y ruta para la gestión de la comunicación interna para la universidad, que involucre a todos los públicos de interés, bajo unos parámetros que hagan parte integral de la Corporación, como respuesta estratégica a la complejidad de los cambios y desafíos globales que supone manejar la educación en la actualidad y, aún más, ante la competitividad con calidad.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un diagnóstico de la comunicación interna de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO en Bogotá, que permita

a su vez generar el diseño de una política que sirva de lineamiento para la gestión estratégica de la comunicación en la Institución.

Objetivos específicos

- Realizar un ejercicio de diagnóstico (2017) en la sede principal, y en los centros tutoriales de Soacha, Madrid, Funza, Zipaquirá, incluyendo las redes sociales, como herramienta para evaluar la gestión de la Comunicación Interna en la Universidad.
- Identificar y analizar las estrategias de gestión de la comunicación interna de UNIMINUTO a nivel nacional.
- Establecer criterios para la gestión de la comunicación interna en la UNIMINUTO.
- Plantear una política, modelo, lineamientos, estándares y ruta de la gestión de la comunicación interna para UNIMINUTO.
- Diseñar un documento propuesta de gestión de la comunicación interna para UNIMINUTO.

Planteamiento del problema

Este ejercicio de diagnóstico, efectuado desde el semillero de investigación SEMICORG, adelanta su aporte partiendo de los trabajos de campo efectuados por sus integrantes, además de elaborar una serie de entrevistas y encuestas en las cuales se analiza la profundidad del conocimiento que tienen las diferentes personas sobre el manejo de la información al interior de la universidad, y la forma más adecuada de propender por la articulación de las CI para toda la UNIMINUTO, sin que resulte excluyente.

Bajo estos factores, y revisados los manuales de calidad y de estandarización del proceso de la comunicación interna de la universidad, no se evidencia un manual o directriz que enmarque un direccionamiento, lo cual es el inicio de la desarticulación de estas al seno de la UNIMINUTO. Dados estos presupuestos, se puede afirmar de manera a priori y sin comprobación, al inicio de esta investigación, que este es el fundamento de la falta

de unificación en el direccionamiento de la gestión de la comunicación interna.

Por estas razones, consideramos necesario adelantar un estudio direccionado a que las CI se articulen en un solo elemento (dependencia) y con una sola política de lineamientos y directrices, dentro del marco que encarna la Corporación Universitaria Minuto de Dios, y que de esta manera se genere un mayor sentido de pertenencia en la institución, desde adentro hacia a fuera de la misma, con el fin de efectuar un proceso de reingeniería en las comunicaciones internas actuales de la UNIMINUTO.

Hipótesis

En este entrevero de razonamientos y discernimientos se genera por parte de los integrantes del semillero la siguiente hipótesis:

La comunicación interna dentro de la Corporación Universitaria Minuto de Dios carece de lineamientos, lo que no permite la articulación entre las sedes, en cumplimiento de la visión y sentido de pertenencia institucional.

Para la demostración de la hipótesis, se hace necesario establecer el objetivo general y los objetivos específicos ya mencionados. Además, con el desarrollo del semillero, se desea demostrar el carácter deontológico del comunicador social, el cual se aplica en un sentido amplio a la investigación propuesta y más aún, cuando se debe aunar a esto el valor axiológico, infundado en los discentes por parte de la universidad, como logro de la vida profesional.

Antecedentes

Las comunicaciones organizacionales, como origen de las comunicaciones internas (CI), toman relevancia con el desarrollo industrial del siglo XIX, es aquí donde surge la forma de organización del trabajo con respecto a la productividad y a las relaciones patrono-trabajador, más humano.

Hacia 1920, Edward Bernays efectúa las bases de las relaciones públicas e integra a la empresa con los clientes estableciendo el beneficio de las mismas.

Después de la gran depresión y de la segunda guerra mundial, se empieza a tomar como factor de influencia, qué desean los trabajadores para el logro personal y su influencia en el objetivo de las empresas. En los años sesenta, el comunicador organizacional es visto como el gestor de tácticas, y se da un giro al tipo de comunicaciones internas, dando inicio a la nueva cultura y pensamiento. Esta situación se generaliza a nivel mundial y es allí, entre el cambio de siglo, que por intermedio de la tecnología se empiezan a integrar las empresas en miras a la estrategia de integración de los miembros internos y externos de las diferentes entidades y empresas.

Ahora bien, teniendo este pilar fundamental del mundo actual y deontológicamente aplicado a la práctica profesional del comunicador social, el semillero SEMICORG, se encamina al análisis de la relevancia que reviste la articulación de la CI en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, tomando como punto de partida la visión establecida para el año 2019 y el Proyecto Educativo Institucional (PEI), el cual debe estar soportado en estándares de alta calidad, basado en los principios del humanismo e inclusión social.

En este punto referencial, se hace necesario establecer la influencia de las CI, las cuales han existido como fenómeno corporativo en las diferentes empresas, debido a que aquí es donde radica la esencia de las relaciones humanas, además de ser una estrategia fundamental en el aprovechamiento del recurso humano tal como indica Watzlawic “Es imposible que una empresa no comunique, ya que la interacción entre sus miembros es vital para su funcionamiento y éxito” (1985, p. 6).

Si bien es cierto que la UNIMINUTO no es una empresa, no es menos cierto que se deba propender por la inclusión de todos y cada uno los miembros de la comunidad académica, quienes se deben integrar en una sola política de calidad en cuanto a las CI, y aún más cuando se cuenta con

sedes a nivel nacional y en un futuro cercano con dos a nivel internacional; además de contar con convenios internacionales en seis países con programas de intercambio, convirtiéndola en una entidad compleja que debe mantener una identidad.

Para el logro esperado con este proceso, es necesario establecer y definir el alcance que se pretende con respecto a las dinámicas de comunicación interna dentro de la UNIMINUTO, algo que solo se podrá llevar a cabo si se posee el conocimiento previo de la estructuración de las CI a nivel general, como punto de partida para la lograr un cambio en el direccionamiento estratégico de este elemento fundamental del mundo actual y globalizado.

En este entendido, debemos acotar una serie de atributos de la CI para poder comprender el desarrollo de este trabajo de investigación, como convertir la plataforma de la UNIMINUTO en una herramienta útil, sostenible y duradera en el tiempo, para analizar el compromiso actitudinal del recurso humano, con el fin de propender la integración de la universidad y su consolidación, en pro del cumplimiento de los objetivos del PEI y visión institucional.

Por esta razón, es relevante mantener el enfoque motivacional, que las CI deben cumplir dentro de la organización, como producto de la mejora continua. Mantener la capacidad de innovar, y más aún en un claustro educativo donde el principal reto es el aprendizaje en un amplio sentido de evolución por parte de las directivas; lo cual debe ser articulado con los demás colaboradores, docentes, discentes, y sobre todo, con los egresados, quienes son la imagen de la UNIMINUTO. Dejando de lado la verticalidad que se maneja en las CI, convirtiéndoles a una comunicación horizontal globalizada en la comunidad educativa.

Esto implica que las CI se conviertan en un ganancial intangible para todos los entes que hacen parte de la universidad, debido a que esto genera sentido de pertenencia, el cual no es cuantificable, ya que hace parte de los valores intrínsecos del recurso humano, pero este potencial con que

cuenta la institución, debe conocer de manera pormenorizada el alcance y las metas a las cuales quiere llegar.

Pero para lograr que las CI se conviertan en el aliado estratégico, se debe tener la observancia, que es un reto bastante grande, dado que tenemos que evaluar las competencias y recursos de cada uno de los integrantes que componen las instituciones; comprender sus talentos, capacidades, aptitudes, y sobre todo, la proyección de la realización de sus metas.

En este sentido de inclusión de la comunidad académica, es donde surge la necesidad de desarrollar la idea de este trabajo de investigación. Es el punto inicial, en el cual previamente se hace un análisis de las necesidades de la UNIMINUTO, para desarrollar un plan estratégico, partiendo del eje central de las CI. Además, con el desarrollo del semillero, se desea demostrar el carácter deontológico del comunicador social, el cual se aplica en un sentido amplio a la investigación propuesta y más aún cuando se debe aunar a esto el valor axiológico infundado en los discentes por parte de la universidad, como logro de la vida profesional.

Metodología

El presente estudio, contó para su investigación, con la valoración, relación e importancia de los hechos, de los paradigmas cualitativos y cuantitativos, utilizados para poder alcanzar el objetivo propuesto, formulación dialógica, consensual y comprensiva con el problema y el objeto de estudio.

Tipo de estudio

Este estudio es de tipo mixto con diseño descriptivo. El estudio, consiste inicialmente en referir las características propias del tema y problemas de investigación, situación y contexto, referidos de manera específica, para así describir y detallar la comunicación interna en la UNIMINUTO, identificadas como población objeto de la investigación, a fin de establecer acciones y variables aplicables a la alternativa de solución. Direccionado por una serie de pasos que miden, recolectan y evalúan la información obtenida, con la

pretensión de desarrollar conceptos de manera independiente a las posibles variables que aparezcan relacionadas, expresadas de manera cualitativa, señalando los factores que incidan en la formulación de la hipótesis y conduzcan al planteamiento de una serie de lineamientos, reglamentos, políticas y procesos de la comunicación interna en el claustro educativo.

Técnica de recolección de la información

Por medio de la recolección de datos de carácter documental, se pudo construir, con mayor profundidad, una base bibliográfica o de archivo, que permitió realizar las descripciones y reflexiones sobre el eje del problema, complementado con el análisis hermenéutico de los textos; en la cual se tuvo en cuenta su momento y situación histórica, y dependiendo del contenido, se hizo una descripción objetiva, sistemática o interpretativa, cuya finalidad era acercarnos más a la pretensión de la investigación. En la recolección de estos datos, encontramos varios tipos, que se clasificaron espacio-temporalmente para permitir su utilización de manera secuencial y pertinente. Presentada en la siguiente manera:

FUENTES	FORMALES	CLASES
Primaria (Originales y de primera mano)	Libros, Leyes, jurisprudencias, Tesis, libros, actas de congresos y simposios, informes científicos, fotografías, audiovisuales, encuestas, entrevistas.	Escritos (Documentos oficiales públicos, informes, estadísticas, documentos privados, material biográfico o autobiográficos). Electrónicos (websites).
Secundaria (Proporcionan datos sobre como hallar fuentes primarias)	Boletines, revistas, resúmenes bibliográficos, que contiene resúmenes de otras publicaciones, catálogos, anuarios.	Visuales (Fotografías, pinturas, esculturas, arquitecturas).
De referencia y consulta general	Enciclopedia, diccionarios, atlas, guías biografías tesauros, bibliografías.	Históricos , (escritos, testimonios que relatan sucesos y fragmentos de la historia).
De referencia o consulta especializada	Comprende todas las anteriores, pero en un campo especializado , (para el caso el jurídico y el social).	Informes y estudios (publicaciones anteriores, estudios realizados, de centro de investigación, universidades, instituciones).

Fuente: Elaboración propia.

Discusión y resultados

En la Corporación Universitaria Minuto de Dios hay en la actualidad 13 cuentas de twitter, 8 de Instagram, 12 de Facebook y 6 canales en YouTube. Al verificar cada una de estas cuentas, se evidencia que no se centran en compartir información acerca de cómo realizar ciertos requerimientos institucionales y cómo estos se están ejecutando. Las *fan page* de Facebook tienen gran acogida, sin embargo, las preguntas dejadas en ellos no son respondidas a tiempo, factor que dificulta la comunicación apropiada y solución de novedades. Las cuentas son muy numerosas y los tiempos de actualización no son constantes. La multiplicidad de canales en YouTube genera una desarticulación de información oficial en la plataforma.

Adicional a las plataformas de la universidad, como son las aulas virtuales y el *génésis*, la universidad cuenta en todas sus sedes con *fan page* en Facebook, Twitter, Instagram y canales de YouTube, los cuales están enfocados en mantener informada a la comunidad estudiantil acerca de seminarios, talleres, proyectos, conferencias, actualidad en eventos, información académica e institucional, mostrando los diversos enfoques en los que trabaja a diario la universidad. A su vez, buscan mantener informada a la comunidad, asociándolos a los procesos académicos, sociales y demás proyectos que la UNIMINUTO este ejecutando. Vale aclarar que la misión de estas páginas es tener una comunicación más cercana con los estudiantes.

Es evidente que todos los estudiantes hacen uso masivo de las redes sociales, sin importar el momento del día; por eso, teniendo en cuenta el déficit de desconocimiento de los estudiantes acerca de los procesos de comunicación interna que posee la universidad, se desarrolló un trabajo de campo para analizar la cantidad de redes sociales que se encuentran a nombre la Corporación Universitaria Minuto de Dios, la información suministrada, su actualización, el impacto que estas tienen sobre la comunidad educativa y cómo facilitan para los estudiantes, los procesos internos comunicativos que tiene la universidad a diario, tales como reuniones, eventos de bienestar, talleres, seminarios, conversatorios, entre otros, información institucional publicada al acceso de todos.

Por último, la multiplicidad de canales en YouTube, generan una desarticulación de información oficial en la plataforma. Los videos compartidos acerca de temáticas formativas a nivel personal, académico y profesional, son de gran ayuda para que el estudiante aclare sus dudas y tenga un enfoque claro en el desarrollo de su trabajo. Es de vital importancia compartirlos y evidenciarlos en las otras plataformas logrando uniformidad en la información.

Bibliografía

- Arceo, J. L. (1999). *Tratado de publicidad y relaciones públicas*. Madrid: ICIE, Universidad Complutense de Madrid.
- Arceo, J. L. (2003). *Perfil de los profesionales de la Comunicación Persuasiva en España*. Madrid: Instituto de Comunicación Institucional y Empresarial de la Universidad Complutense de Madrid.
- Arrollo, L. (2003). *Los cien errores de la comunicación en las organizaciones: ideas, casos y consejos para la excelencia en las relaciones públicas*. Madrid: ESIC.
- Calvo, M. (1990). Epílogo. En N. Dorothy, *La Ciencia en el escaparate*. Madrid: Fundesco, D.L.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Chile: Colección de Libros de la Empresa.
- Cervera, A. L. (2004). *Comunicación Total*. Madrid: Esic Editorial.
- Costa, J. (1977). *La imagen de empresa –métodos de comunicación integral*. Barcelona: Biblioteca de la comunicación del CIAC.
- Costa, J. (2004). *La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Barcelona: Paidós, D.L.

- Costa, J. (2006). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía.
- Costa, J. (1995). *Comunicación corporativa*. Madrid: Ediciones de las Ciencias Sociales.
- Fajardo, C. y Nivia, A. (2016). *Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional: Ejes de la comunicación -Guía de conceptos*. Bogotá: UTADEO.
- Fernández del Moral J. y Esteve, F. (1999). *Áreas de especialización periodística*. Madrid: Fragua.
- Fernández del Moral J. y Esteve, F. (1990). Prólogo. En N. Dorothy, *La Ciencia en el escaparate*. Madrid: Fundesco, D.L.
- Fernández, C. (2002). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- García, J. (2004). *La comunicación interna*. Madrid: Díaz de Santos, D.L.
- González, A. (2004). *Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa*. Barcelona: Bosch.
- Grunig, J. E. y Hunt, T. (2003). *Dirección de Relaciones Públicas*. Barcelona: Gestión.
- Lozada, J. C. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones: comunicación interna, corporativa y de marketing*. Barcelona: Ariel.
- Lucas, A. (1997). *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona: Bosch.
- Marín, F. (2006). *Gestión técnica y de la comunicación en situaciones especiales (crisis, emergencias y negociación)*. Madrid: Fragua.
- Martin, F. (2004). *Diccionario de Comunicación corporativa e institucional y Relaciones Publicas*. Madrid: Fragua.

Pérez, R. A. (2004). *Estrategias de la Comunicación*. Barcelona: Ariel.

Pérez, R. A. (1989). *Estrategia publicitaria y de las relaciones publicas: tercer curso*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

Pérez, V. C. (2006). *Calidad total en la atención al cliente: pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. Vigo: Ideas propias.

Ramos, C. G. (2001). *La Comunicación Organizacional: un punto de vista organizacional*. México: Trillas.

Ritter, M. (2008). *Cultura organizacional: gestión y comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.

Villafañe, J. (2001). Prólogo. En J. Benavides, *Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional*. Barcelona: Gestión.

Watzlawick, P. (1985). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Editorial Herder.

PARTE 3:

PONENCIAS

*Medios, convergencia y
cibercultura*

Conexión on y off line de videojugadores incide en el consumo mediático informativo del *status quo*

Frank Soto Ocampo
fsootoocampo@uniminuto.edu.co

Verónica Arenas Ceballos
varenasceba@uniminuto.edu.co

Alejandra Chávez Cabrera
achavezcabr@uniminuto.edu.co

Daniela Orozco Zapata
dorozcozapata@uniminuto.edu.co

Nevis Paola Rojas Reina
nrojasreina@uniminuto.edu.co

Resumen

Este proyecto de investigación propone estudiar cómo la conexión, *on y off line* de los videojugadores (*gamers*) jóvenes (entre los 14 y 28 años), de Tuluá (Valle), incide en el consumo mediático informativo del *status quo* (establecimiento), construido por los medios masivos colombianos.

Los medios masivos de información (públicos y privados), pueden resultar afectados durante la conexión de los jóvenes videojugadores (*gamers*). Pero lo importante en este caso no es la caída en el *rating*, sino la disminución en el cubrimiento informativo, que es directamente proporcional a la cantidad de personas que dejan de recibir los mensajes que aseguran el *status quo* (establecimiento).

El problema planteado para este proyecto de investigación, radica en que los jóvenes no solo permanecen desconectados, sino que viven prolongadas inmersiones, abducciones, que en alguna medida, los extraen del aparato social-cultural-político desde temprana edad, periodo durante el cual su aprehensión comunicacional alienante resulta disminuida.

La pregunta sobre este problema sería: ¿de qué manera la conexión *on y off line* (en y fuera de línea) de los videojugadores (*gamers*) jóvenes,

entre los 14 y 28 años de edad, incide en el consumo mediático informativo del *status quo* (establecimiento) de los medios masivos?

El estudio es de carácter explicativo; es decir, la profundidad y el alcance del estudio buscan analizar, reflexionar e inferir. El enfoque tendrá un carácter mixto (cualitativo-cuantitativo), con predominio cualitativo. La investigación será prospectiva, ya que se planificará la recolección de datos, mediante diferentes métodos e instrumentos. Para validar objetivamente los datos obtenidos, se aplicará el método inductivo de triangulación de datos, que contrastará y comparará los mismos, derivados de las singularidades de la aplicación de los métodos de observación no participativa (estructurada), taller investigativo y grupo focal.

Los resultados esperados, teniendo en cuenta que este es un proyecto de investigación, pretenden evidenciar si los videojugadores (*gamers*) están, posiblemente, quedando por fuera del *status quo*, y si están construyendo sus propias visiones informativas. La conclusión, teniendo en cuenta que se trata de un proyecto de investigación, es que la conexión mediática *on* y *off line*, posiblemente está afectando el consumo informativo, por ende, la producción, reproducción y distribución mediática de signos y símbolos socioculturales, portadores del *status quo*.

Palabras clave: juegos electrónicos (*gamers*); conexión en y fuera de línea; control informativo; *rating* (clasificación); *status quo* (establecimiento).

Introducción

La sociocultura está afrontando grandes cambios que podrían fracturarla, pues en la naciente cibercultura se están creando novedosas propuestas que transgreden y quebrantan lo establecido (*status quo*). Ahora, los jóvenes ya no pasan sus horas libres sentados en el parque o frente al televisor, sino, algunos, buscando información para construir conocimiento, y otros muchos, interactuando con sus amigos a través de la computadora, el celular, el videojuego, etc.

Cualquiera de estos equipos electrónicos, sus servicios y sus contenidos son aisladores sociales físicos, excluyentes de las realidades y verdades establecidas, por la misma concepción de su creación y utilización, en el caso de los videojuegos (*video game*). Mientras los jóvenes permanecen conectados *on* y *off line*, jugando se desconectan de la televisión, la prensa, la radio y la multimedia; es decir, quedan por fuera del aparato informativo (público y privado).

El trabajo presenta como objetivo estudiar la incidencia de la conexión *on* y *off line* (en y fuera de línea) de los videojugadores (*gamers*) jóvenes, entre los 14 y 28 años de edad, en el consumo mediático informativo del *status quo*, construido por los medios masivos.

Los medios masivos de información (públicos y privados) pueden resultar afectados durante la conexión de los jóvenes videojugadores (*gamers*), pero lo importante en este caso no es la caída en el *rating*, sino la disminución en el cubrimiento informativo, que es directamente proporcional a la cantidad de personas que dejan de recibir los mensajes que mantienen el *status quo* (establecimiento).

Por lo tanto, el problema se centra en ¿qué están haciendo los medios masivos de información para afrontar la desconexión mediática (informativa) de los videojugadores (*gamers*) de sistema social-cultural-político? ¿Existe o no preocupación o interés sobre la integración (alineación) o no, a las creencias, valores y códigos de los videojugadores a las realidades y verdades físicas, ya que están viviendo una *abducción* del sistema dominante? ¿Se cuenta o no con conocimientos sobre la incidencia de la evasión de los videojugadores del sistema informativo, que puede estar engendrando innovadoras formas de construir conocimientos, a través de las herramientas de los videojuegos (*video game*)?

La pregunta sobre este problema sería: ¿de qué manera la conexión *on* y *off line* (en y fuera de línea) de los videojugadores (*gamers*) jóvenes, entre los 14 y 28 años de edad, de Tuluá (Valle), incide en el consumo mediático informativo del *status quo* (establecimiento) de los medios masivos?

Cuando se examina el estado del arte sobre el problema mencionado, se encuentra que una de las mayores preocupaciones de los investigadores, radica en la incidencia que tiene la destinación de demasiado tiempo a los videojuegos, sobre los esquemas sociales-culturales-políticos. Incluso se propone la necesidad de replantearlos, porque la no inserción en los mismos tiene consecuencias graves; pero en ningún momento se refieren al papel de los medios masivos respecto a la producción, reproducción y distribución de los signos y símbolos sociales-culturales-políticos.

La metodología de la investigación, es de carácter explicativo, en este caso, sobre cómo progresivamente la conexión a los juegos electrónicos posiblemente incida en el consumo informativo de los medios masivos. Según Hernández, Fernández y Baptista (1997), la profundidad y el alcance del estudio buscan analizar, reflexionar e inferir.

El enfoque tendrá un carácter mixto (cualitativo-cuantitativo), con predominio cualitativo. El asunto es interpretar este fenómeno tecnológico-comunicativo, que incide en la aprehensión de informaciones, que para bien o para mal, de una u otra forma, es necesaria para la construcción de las realidades y verdades. De acuerdo a Monje (2011), se aplicarán instrumentos cuantitativos y cualitativos con el objetivo de obtener datos que permitan comprender los procesos.

Cuando se buscan autores para el marco teórico, se establece que existen muchos teóricos que están trabajando las consecuencias de las prolongadas conexiones a los videojuegos *on* y *off line* sobre el aprendizaje académico, la salud médica y los efectos psicológicos; pero no que aborden la reducción del aprendizaje de creencias, valores, códigos, puntos de vista, argumentos, discursos, etc., sociales-culturales-políticos, determinados y establecidos por los medios de información, que ahora, posiblemente, están siendo menguados, entre otras cosas, por la conexión mediática a los videojuegos.

Las fuentes de la investigación son los videojugadores (*gamers*) jóvenes, entre los 14 y 28 años de edad, de Tuluá (Valle), que serían visitados

en sus casas o en los establecimientos que prestan servicios de alquiler de computadoras o equipos para jugar. Además, se tiene proyectado realizar un evento de videojugadores (*gamers*), en el cual participarían los sujetos de investigación, con los cuales se haya trabajado y otros con los cuales no se haya trabajado, para alcanzar el mayor grado de objetividad posible y descubrir categorías emergentes producto de la comparación.

La conclusión, teniendo en cuenta que se trata de un Proyecto de Investigación, es que la conexión mediática *on y off line*, posiblemente está incidiendo gradualmente en el consumo mediático informativo del *status quo*, construido por los medios masivos; y por ende, en la producción, reproducción y distribución mediática de signos y símbolos sociales-culturales-políticos del establecimiento.

Por lo tanto, como aporte nuevo, es académicamente prioritario estudiar la posible incidencia del consumo informativo del *status quo*, construido por los medios masivos con relación a la conexión *on y off line* (en y fuera de línea) de los videojugadores, entre los 14 y 28 años de edad, la cual menguaría el control y administración de la información sobre un importante segmento poblacional.

La estructura de este proyecto de investigación está compuesta por los siguientes temas: título, naturaleza del tema, autores, resumen, introducción, objetivos, metodología, resultados y discusiones, conclusiones, referentes, agradecimientos, anexos y bibliografía.

Objetivos

Objetivo general

Estudiar la incidencia de la conexión *on y off line* (en y fuera de línea) de los videojugadores (*gamers*) jóvenes, entre los 14 y 28 años de edad, en el consumo mediático informativo del *status quo*, construido por los medios masivos.

Objetivos específicos.

- Indagar si los medios masivos de información conocen las consecuencias que está generando la conexión de los jóvenes a los videojuegos (*video game*), que al crecer advienen en generaciones desconectadas de la información, y que no garantizan la reproducción del *status quo*.
- Reflexionar sobre si los videojugadores (*gamers*), conocen que la desconexión *on* y *off line* de los medios masivos de información, puede tener diferentes consecuencias sobre la aprehensión y construcción de sus conocimientos sociales-culturales y políticos.
- Analizar de qué manera los medios de información están tratando o no de involucrarse (estrategias comunicativas) en los videojuegos para recuperar el dominio informativo, que se está apropiando gradualmente de sus sujetos de control.
- Establecer si los videojugadores están creando sus propios sistemas informativos o de conocimiento, sobre lo que acontece o sobre asuntos académicos, utilizando las herramientas de los videojuegos, especialmente cuando están jugando *on line* (en línea).

Metodología

La metodología de la investigación que aborda la pregunta “¿conexión *on* y *off line* de los videojugadores (*gamers*) jóvenes, entre los 14 y 28 años, de Tuluá (Valle), incide en el consumo mediático Informativo del *status quo* (establecimiento), construido por los medios masivos colombianos?”, es de carácter explicativo. En este caso, sobre cómo progresivamente la conexión a los juegos electrónicos, posiblemente incida en el consumo informativo de los medios masivos. Según Hernández, Fernández y Baptista (1997), la profundidad y el alcance del estudio buscan analizar, reflexionar e inferir.

El Enfoque tendrá un carácter mixto (cualitativo-cuantitativo), con predominio cualitativo. El asunto es interpretar este fenómeno tecnológico-comunicativo, que incide en la aprehensión de informaciones y que para bien o para mal, de una u otra forma, es necesaria para la construcción de

las realidades y verdades. De acuerdo a Monje (2011), se aplicarán instrumentos cuantitativos y cualitativos con el objetivo de obtener datos que permitan comprender los procesos.

La investigación tendrá un carácter prospectivo, ya que se planificará la recolección de datos, en la Ciudad de Tuluá, Valle, mediante diferentes métodos e instrumentos. Se trata de evidenciar y corroborar la exposición de los sujetos de investigación a una supuesta causa, y luego, a través del tiempo, determinar o no la aparición o consecuencias del efecto.

Para validar objetivamente los datos obtenidos, se aplicará el método inductivo de triangulación de datos. Según Bisquerra, (2004), esta técnica permitirá contrastar y comparar los mismos, derivados de las singularidades de la aplicación de los métodos de observación no participativa (estructurada), taller investigativo y grupo focal.

Con base en los objetivos del proyecto de investigación, se aplicarán las siguientes metodologías e instrumentos a los sujetos de investigación.

1. **Análisis documental:** en el que se abordarán las leyes de los ministerios de Educación Nacional (MEN) y de Salud y Protección Social, relacionados con la formación (aprendizaje) y la salud (mental) de los jóvenes, con el objetivo de registrar desde lo legal si este tema es de interés y preocupación del Gobierno y del Estado.

De igual manera, se buscarán documentos administrativos (estrategias, políticas, reglamentos, mercantiles, metas, etc.) de los medios masivos de información, relacionados con el asunto en cuestión, para establecer si se están adelantando acciones que afronten la situación planteada.

Se consultarán, además, teóricos, como los mencionados en el marco teórico, y algunos otros, próximos o no al problema en cuestión, que permitan darle fundamento a la investigación. Así como también artículos de

académicos, relacionados o no con la situación, que posibiliten auscultar el conocimiento sobre el particular.

El análisis documental posibilitará la consecución de información y conocimientos, existentes o no, sobre cómo se argumenta y sustenta cómo la conexión *on* y *off line* de los videojugadores, posiblemente incide en el consumo informativo del *status quo* de los medios, lo cual permitirá corroborar, en parte, los conceptos encontrados, o determinar diferencias conceptuales.

Antes de abordar propiamente los métodos e instrumentos, es importante compartir con los lectores de este documento, que para el momento final de esta investigación, se tiene proyectada la realización de un evento de videojugadores (*gamers*), en el cual participarían los sujetos de investigación, con quienes se haya trabajado y otros con quienes no se haya trabajado, para alcanzar el mayor grado de objetividad posible y descubrir categorías emergentes producto de la comparación.

Con el objetivo de validar objetivamente los datos obtenidos, se aplicará el método de triangulación de datos que contrastará y comparará los mismos, derivados de la aplicación de los métodos de observación participativa (estructurada), taller investigativo y grupo focal.

Con base en los objetivos del proyecto de investigación, se utilizarán las siguientes metodologías e instrumentos a los sujetos de investigación, para la triangulación, en diferentes establecimientos comerciales, hogares y en el evento; que se aplicarán a la muestra de la población de videojugadores que el estudio determine con base en los intereses específicos de la investigación.

Estudio de caso: grupo expuesto (jugadores constantes) y no expuesto (jugadores esporádicos) a los videojuegos.

Método de observación participativa: estructurada; grupo expuesto (jugadores constantes) y no expuesto (jugadores esporádicos). Se utilizarán

como instrumentos, el diario de campo preestablecido y el cuestionario estructurado.

Método etnográfico: grupo expuesto (jugadores constantes) y no expuesto (jugadores esporádicos) a los videojuegos. Se utilizarán como Instrumentos la entrevista estructurada y el cuestionario estructurado.

Método grupo focal: evento de *gamers*; grupo expuesto (jugadores constantes) y no expuesto (jugadores esporádicos) a los videojuegos). Se utilizarán como instrumentos la entrevista estructurada y el cuestionario estructurado.

Categorización: previa o posteriormente al diseño de los cuestionarios, se plantearán para cada uno de los métodos, las categorías que permitirán cuantificar y cualificar los datos, así: consolidación de datos (estadística cuantitativa), análisis de datos (cualificar-cuantificar) e interpretación de los datos a través de la vinculación entre los datos cualitativos y cuantitativos de categorías (mixta).

Triangulación: la categorización permitirá realizar una triangulación de la información, que en este caso será parte de la metodología. De acuerdo a Strauss y Corbin (2002), se establece un estándar o patrón, mediante el cual se tratará de garantizar la objetividad de la Interpretación.

Es decir, como a través los tres (3) métodos se aplicaron diferentes instrumentos cualitativos y cuantitativos, ahora se procede a contrastar la información obtenida (categorías conceptuales), analizando las coincidencias y diferencias.

Como es importante contar con la información de los medios masivos, se realizarán entrevistas a los directivos de estos, en prensa, radio, televisión e Internet; aplicando una entrevista estructurada, que permita conocer a profundidad sus opiniones y puntos de vista sobre el asunto que se está investigando.

Con base en la Interpretación de los videojugadores y de los directivos, se obtendrán los resultados y se construirán las conclusiones, que mostrarán los alcances y propuestas de la investigación sobre “de qué manera la conexión *on* y *off line* de los videojugadores (*gamers*), jóvenes entre los 14 y 28 años, incide en el consumo mediático informativo del *status quo* (establecimiento), construido por los medios masivos”.

Análisis y discusiones

Problema

El problema, que corresponde a las esferas estatal (Gobierno), mediático (privado y público) y sociocultural (político), genera los siguientes interrogantes: ¿qué están haciendo los medios masivos de información para afrontar la desconexión mediática (informativa) de los videojugadores (*gamers*) de sistema sociocultural y político? ¿Existe o no preocupación o interés sobre la integración (alineación) o no a las creencias, valores y códigos de los videojugadores a las realidades y verdades físicas, ya que están viviendo una abducción del sistema dominante? ¿Se cuenta o no con conocimientos sobre la incidencia de la evasión de los videojugadores del sistema informativo, que puede estar engendrando innovadoras formas de construir conocimientos a través de las herramientas de los videojuegos (*video game*)?

Es claro que los videojugadores (*gamers*), viven una inmersión psicológica, social, cultural, comunicacional, etc; es decir, en la cibercultura logran o lograrían expresarse libremente. Pero el problema está en que en la sociocultura se vive bajo convenciones establecidas. Según Mugueta y Tobalina (2014), la sociedad se comunica y sociabiliza a través de las simbologías y de los signos preestablecidos por los medios masivos. Con relación a lo expresado por Mugueta y Tobalina, esta situación lleva a preguntarse por la conveniencia de que los medios masivos diseñen o no estrategias comunicacionales, dirigidas a incursionar, quizás mediante la *infopublicidad*, el *closed caption* u *open caption*, o con un *link*, para informar sobre hechos dominantes a los videojugadores, con el fin de controlar su migración de las representaciones establecidas.

Ahora nos asaltan más preguntas, que pueden encaminarnos a la sistematización de la posterior investigación: ¿Los videojuegos fueron creados con el objetivo de aislar individuos, para mantener el control sobre ellos, pero no se midieron las consecuencias del giro que los sujetos podrían darle? ¿Los videojugadores tienen conocimiento y consciencia sobre que su aislamiento del consumo informativo podría engendrar en ellos una liberación de pensamiento, al no estar influenciados por las estrategias mediáticas masivas? ¿Está comprobado o no que individuos o colectivos están utilizando las herramientas de los videojuegos para hacer construcciones crítico creativas?

La hipótesis de causa-efecto que se plantearía al respecto, es la siguiente: El consumo mediático informativo (social-cultural-político) del *status quo* construido por los medios masivos resulta afectado en sus estrategias de control debido la conexión *on* y *off line* de los videojugadores jóvenes (entre los 14 y 28 años de edad).

Como diagnóstico, se puede manifestar que los medios masivos de información (públicos y privados), parecen no tener en cuenta o no estar preocupados por la posible incidencia sociocultural y política del consumo de información, pese a que cientos de miles de jóvenes estarían al margen de la administración informativa, lo que podría generar nuevas y creativas maneras de percibir las realidades físicas, que traerían como consecuencia rupturas de pensamiento y de comportamiento.

La pregunta sobre este problema sería: ¿de qué manera la conexión *on* y *off line* (en y fuera de línea), de los videojugadores (*gamers*) jóvenes, entre los 14 y 28 años de edad, incide en el consumo mediático informativo del *status quo* (establecimiento), construido por los medios masivos colombianos?

Si no se realizan este tipo de investigaciones, ni los medios masivos de información (industrial sociocultural), ni la academia (docentes y estudiantes), ni los estados (gobiernos), ni la empresa privada (poder), podrán obtener información acerca de cómo los videojugadores (*video-gamers*) podrían

crear innovadoras formas de producción, reproducción y distribución de los símbolos y signos informativos por fuera del *status quo* (establecimiento).

Los beneficios de la elaboración de la investigación que en el presente texto se describe, son: en primer lugar, la contribución a la administración y control de la información por parte de los medios masivos, ya que de lo contrario podrían presentarse grietas sociales-culturales-políticas, como lo es el crecimiento de generaciones por fuera del sistema informativo de consumo. Y en segundo lugar, poner al descubierto ante la academia lo que podría o está sucediendo, ya que está vinculando a jóvenes que se supone están aislados, pero que le han o están dándole un giro a las comunicaciones, lo que los ubica al margen de las creencias, valores y códigos del *status quo* mediático masivo.

Estado del arte

Las consultas que se hicieron, permitieron encontrar, entre otros, los siguientes estudios próximos a la investigación; que se utilizarán para contextualizar, estudiar la evolución del problema, generar nuevas interpretaciones y detectar vacíos de conocimiento.

A continuación, algunos de los documentos encontrados:

En el artículo de investigación: *Uso de videojuegos para el replanteamiento de las normas sociales y culturales fuera de pantalla*, en la *Página Web Cuba Debate*, se manifiesta que:

El presente trabajo muestra un panorama a propósito del empleo de los juegos digitales de video para el replanteamiento de determinados esquemas sociales y normas culturales que existen en la vida fuera de pantalla. (...) tiene por fin contribuir a redimensionar ciertas constantes que permanecen en la actualidad dentro del ámbito de la investigación y que se extienden de alguna manera hacia otras esferas sociales (...). (Cuenca, 2013, p. 1).

El argumento de Cuenca llama la atención sobre el replanteamiento de los “esquemas” y las estructuras sociales-culturales y políticas, ya que la conexión de los videojugadores (*gamers*) aísla a los jóvenes de las conexiones con su contexto y su entorno, los sustrae de las realidades y verdades mediáticas.

En las Actas del I Congreso Internacional *Brand Trends*, se encontró el documento *La nueva publicidad en videojuegos y dispositivos móviles: Advergaming 2.0*, en el cual se lee:

¿Qué es advergaming? (...) Siguiendo a Perry y Bodkin, «la publicidad es un elemento de la comunicación de marketing en Internet que se puede utilizar para promocionar productos y marcas (...)» (Perry; Bodkin, 2000). Según Buckner y Fang, (2002) el advergaming es una integración de mensajes publicitarios en los juegos en línea. En sentido amplio, podríamos afirmar que se trata de una herramienta de marketing y comunicación que sirve para promocionar un producto, una marca, una organización o una idea. (Clemente y Abuín, 2009, p. 1).

El planteamiento de Celemente y Abuín, muestra como los medios masivos de información están al margen de los videojuegos; sin embargo, pone sobre la mesa la posibilidad que existe a cerca de la necesidad de entregar información a través de éstos, porque en la actualidad la conexión solo está beneficiando a la publicidad.

En el Artículo de Investigación: *Jóvenes y prensa en papel en la era Internet. Estudio de hábitos de lectura, criterios de jerarquía de noticias, satisfacción con los contenidos informativos y ausencias temáticas*, de la Revista Estudios Sobre el Mensaje Periodístico, se expresa que:

(...) Este artículo se centra en identificar los hábitos y frecuencias de consumo (lectura y compra), las demandas de nuevos contenidos, las actitudes de los jóvenes ante el diario y las diferencias en los valores de selección de noticias, que evidencian una falta de sintonía de los periódicos y su público joven (...) Sin embargo, cuando se inquiriere

sobre la cabecera que se considera referencial, los datos de audiencia de la prensa gratis se desploman y solo 7 de cada 100 universitarios coloca alguna cabecera gratuita como diario de influencia. (Túñez, 2009, p. 1).

El argumento de Túñez cuestiona la destinación de tiempo e interés personal hacia la lectura de prensa vs la internet (videojuegos, redes sociales, blogs, etc.), que nos remite a la necesidad de analizar qué tan informados están los videojugadores, y las consecuencias de la conexión de los *gamers*.

En el Capítulo 10, *Par a Par. Prosumidores y Post-producción*, del Libro de Investigación: *Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*; Intertítulo, *La arquitectura es la política de la red*, se plantea que:

(...)Para Benkler, no menos que para Sunstein y para Lessig, hay muchas razones para preocuparse por la inclusión de áreas significativas de procomún –neologismo que traduce malamente la idea de creative commons– en nuestra ecología informativa. Pero el procomún de información, cultura y conocimiento no es sólo, ni es básicamente, una cuestión de innovación. El procomún tiene que ver con la libertad.¹² El procomún son espacios institucionales en los que estamos libres de las restricciones impuestas por los requerimientos de los mercados. (Piscitelli, 2009, p. 250 - 251).

En cuanto a lo manifestado por Piscitelli, se puede puntualizar que los videojugadores (*gamers*) podrían construir visiones inéditas sobre las verdades y realidades físicas, al margen de las mediáticas, pudiendo incluso, las primeras, alcanzar posicionamientos regionales o globales, cuestionando o derrocando las establecidas.

Marco teórico

La información, un conjunto organizado de datos procesados que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto

o sistema que lo recibe; siendo un factor determinante en el desarrollo de una sociocultura. Utiliza diferentes medios como la prensa, la radio, la televisión y la internet, para difundirse a través del texto, la oralidad, el audio, la imagen, la multimedia, transmedia, hipermedia, etc., con el objetivo de colocar estratégicamente sus contenidos (connotativos, implícitos, subyacentes, intencionales, institucionales, funcionales, etc.) de control de pensamiento y comportamiento en las masas.

El proyecto de investigación, que se pregunta por “qué tanto la conexión *on* y *off line* de los videojugadores (*gamers*) jóvenes, entre los 14 y 28 años, de Tuluá (Valle), incide en el consumo mediático informativo del *status quo* (establecimiento), construido por los medios masivos colombianos”, se enmarca en la *Fenomenología de Oiler* (1986), que manifiesta:

En la fenomenología se estudia el mundo percibido y no un fenómeno en sí mismo, de tal suerte que el sujeto y el objeto de estudio se unen por medio de la idea de “estar en el mundo”; el investigador se dirige al mundo percibido, entiende que la percepción permite el acceso a la vivencia. (p. 87).

Como puede evidenciarse, desde Oiler y mucho antes, la socio-cultura, proclama el significado y significación de las cosas. Manifiesta que todo está dado en el mundo físico, que maximiza con los productos mediáticos sensoriales, que alcanzan su clímax en el mundo virtual, los cuales son sostenidos y actualizados incesantemente por los medios masivos y los mediadores de la internet, a través de la convulsión de la información. Pero insólitamente la conexión *on* y *off line* a los videojuegos, está sustrayendo a cientos de miles de jóvenes de ese mundo dado, de ese confort, para introducirlos en otro, según lo proyectaron las empresas de dispositivos digitales, sin medir las consecuencias, ya que los desconecta de los mandamientos sociales-culturales-políticos mediáticos masivos.

Marco Conceptual

En la actualidad, a medida en que los videojuegos (*video game*), van renovándose con las nuevas tecnologías, el incremento de la desconexión

de la información masiva entre los jóvenes va aumentando, debido a que, como todo indica, los medios masivos no han creado una estrategia comunicacional, mediante la cual los videojugadores (*gamers*) puedan ser sujetos informados (institucionalizados).

El concepto de información en que están involucrados los videojugadores, apunta a que los cambios en las personas se producen en el sistema cultural entendido en su totalidad; y hacen referencia a la relación entre desarrollo tecnológico y cambio social. De acuerdo a Negroponte (1995), el determinismo tecnológico concede gran impacto a las nuevas tecnologías, como la Internet, sobre los agentes sociales. Es algo incuestionable e inevitable, por lo que al sujeto sólo le queda adaptarse. Respecto a lo manifestado por Negroponte, se puede inferir que el determinismo tecno-social y cultural de los videojuegos, puede haber creado (¡a qué costo!), su propio engendro de distanciamiento de los jóvenes del aparato informativo, lo cual constituye un peligro para el *status quo* (establecimiento), pues se trata de sujetos que están por fuera del control.

La causa del desarrollo cultural no solamente es la tecnología. Esta no es independiente de factores sociales. Hay múltiples elementos en juego que pueden contribuir, descalificar, modificar, agregar, etc., a la aprehensión de las verdades y realidades. Según Lévy (2001), "La Internet es el centro de una transformación cultural singular y sin precedentes, una mutación, donde la cibercultura corresponde a la etapa de la mundialización concreta de las sociedades, de la coexistencia entre los niveles locales y globales". Con relación a lo dicho por Lévy, se puede concluir que existe una transformación sociocultural en la comunidad de *gamers*. La conexión *on* y *off line* a los videojuegos, auspicia la desconexión mediática-informática; lo cual deberá en algún momento generar cambios, si es que no están sucediendo ya, y que incidan en el pensamiento y el comportamiento de los individuos.

Los videojugadores (*gamers*), gozan de una oportunidad sin precedentes, quizá la más grande que ha brindado la virtualidad al sujeto: poder evadir el lenguaje mediático masivo que establece el discurso de texto y visual, lo que debe ser visible y lo que no; pero cabe preguntarse si los medios masi-

vos están considerando hacer algo al respecto. De acuerdo a Cabrera (2013), “la comunidad virtual dispone de un nuevo espacio, el ciberespacio: el espacio en red de los actores conectados, que configuran y estabilizan redes de relaciones, modifican procesos cognitivos, la interacción social y, por consiguiente, la sociedad y la cultura”. En cuanto a lo dicho por Cabrera, se puede argumentar que desconectarse de la convulsión informativa de los medios de información y de la Internet, es descontaminarse para crear información propia, libre de las visiones implantadas por los medios masivos.

Sin embargo, pese a lo planteado anteriormente, los sujetos conectados *on line* y *off line* a los videojuegos, afrontan un grave problema, las realidades y verdades físicas y virtuales dadas, mediante las objetivaciones mediáticas, lo cual fortalece las conductas y pensamientos acríticos, ya que lo sensorial posiciona los significados y las significaciones. Según Husserl (1982), “Las cosas generan significados y significaciones para que los sujetos las conozcan. Las cosas ya tienen un lenguaje establecido que provoca pensamientos y comportamientos de acuerdo a lo establecido”. De acuerdo a lo manifestado por Husserl, y aunque el teórico plantea que para alcanzar el conocimiento es necesario despojarse de los prejuicios y preceptos, al estado de consumo lo último que le interesa es que los jóvenes puedan hacerlo; por lo tanto, lo que hace es presentar los fenómenos tan vivenciales (íntimos y sensoriales), que eliminan cualquier posibilidad de comprenderlos e interpretarlos.

La falta de control informativo puede generar grietas comunicacionales, psicológicas, sociológicas, antropológicas desde dentro y desde afuera del juego; ya que los sujetos, en ambos casos, están involucrados en mundos que les crearon y que ellos recrean, pero que si constantemente no son reconfigurados y estabilizados, durante o en los períodos de desconexión y conexión, pueden plantearse innovadoras comprensiones e interpretaciones de las verdades y realidades “absolutas”, divulgadas y publicitadas por los medios masivos, al margen de las sistematizadas.

Conclusiones

La conclusión, teniendo en cuenta que se trata de un proyecto de investigación, es que la conexión mediática *on* y *off line*, gradualmente está incidiendo en el consumo mediático informativo del *status quo*, construido por los medios masivos; por ende, en la producción, reproducción y distribución mediática de signos y símbolos sociales-culturales-políticos del establecimiento.

No se conocen documentos, a no ser que no hayan sido revelados intencionalmente, ya que se trata de un asunto que podría tener un carácter de clasificado, sobre si los medios masivos de información conocen de las consecuencias que está generando la conexión de los jóvenes a los videojuegos (*video game*), al crecer generaciones desconectadas de la información que no garantizan la reproducción del *status quo*.

Respecto a si los videojugadores (*gamers*) conocen que la desconexión *on* y *off line* de los medios masivos de información, puede tener diferentes consecuencias sobre la aprehensión y construcción de sus conocimientos sociales-culturales-políticos, que es precisamente lo que se plantea auscultar con este proyecto de investigación. Se puede afirmar que existen estudios, como algunos de los mencionados en el estado del arte; pero no se conoce acerca de la masificación de lo encontrado.

En lo que tiene que ver con analizar de qué manera los medios de información están tratando o no de involucrarse (estrategias comunicativas) en los videojuegos, para recuperar el dominio informativo, que se está apropiando gradualmente de sus sujetos de control, lo que se conoce es cómo a través del *advergaming*, en algunos portales y equipos, se coloca publicidad, que necesariamente tiene información-control, pero no se conoce de informaciones noticiosas o de otra índole.

En cuanto a establecer si los videojugadores están creando sus propios sistemas informativos o de conocimiento, sobre lo que acontece o sobre asuntos académicos, utilizando las herramientas de los videojuegos,

especialmente cuando están jugando *on line* (en línea), se detectó, mediante una aproximación empírica, que hay individuos y colectivos que en Colombia lo están haciendo en núcleos pequeños de 150 a 350 personas.

Referencias

Bisquerra, A. R. et al. (2004). *Metodología de investigación educativa*. Madrid: La Muralla.

Cabrera, G. J. (2013). Perspectivas teóricas de Cibercultura, y su aplicación en espacios educativos. *Revista Gaceta de Antropología*, 29(1), 1-16. Recuperado de: <http://www.gazeta-antropologia.es/?p=4264>

Clemente, M. J. y Abuín V. N. (2009). La nueva publicidad en videojuegos y dispositivos móviles: Advergaming 2.0. En N. Salas (Coord.), *I Congreso Internacional Brand Trends*. Universidad Cardenal Herrera (CEU) de Valencia, España. Recuperado de: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:jyNisaQ7A94J:https://www.uchceu.es/actividades_culturales/2009/congresos/brandtrends/documentos/comunicaciones_textos/jorge_clemente.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co

Cuenca, O. D. (2013). *Uso de videojuegos para el replanteamiento de las normas sociales y culturales fuera de pantalla*. Recuperado de: http://www.cubadebate.cu/noticias/2013/12/09/videojuegos-funcionan-como-medio-de-comunicacion-en-ninos-y-adolescentes-afirma-experto/#.VfYaPtJ_NBc

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (1997). *Metodología de la Investigación*. México: Macgraw-Hill Interamericana.

Husserl, E. (1982). *La Idea de la Fenomenología*. Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.

- Lévy, P. (2007). *Cibercultura. Informe al Consejo de Europa*. Recuperado de <https://antroporecursos.files.wordpress.com/2009/03/levy-p-1997-cibercultura.pdf>
- Monje, A. C. (2011). *Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa. Guía Didáctica*. Neiva: Universidad Surcolombiana.
- Mugueta, I. y Tobalina E. (2014). Representaciones sociales en las de la Edad Media en las Comunidades de gamers on line. *Revista Medio Digital o Medievalo Popular*, (38), 161-179. Recuperado de <http://revistas.um.es/mimemur/article/view/246471/186401>
- Negroponete, N. (1995) *El mundo digital*. Recuperado de <http://users.dcc.uchile.cl/~cguetierr/cursos/INV/serDigital.pdf>
- Oiler, C. J. (1986). *Fenomenología: El método*. Connecticut: Appleton-Century-Crofts.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.
- Strauss, A. y Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Antioquía: Universidad de Antioquía.
- Túñez, M. (2009). Jóvenes y prensa en papel en la era Internet. Estudio de hábitos de lectura, criterios de jerarquía de noticias, satisfacción con los contenidos informativos y ausencias temáticas. *Revista Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, (15), 503-524. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0909110503A/11761>

El *community manager*: un nuevo profesional en el campo de la comunicación social

Jorge Iván Cabrera Durán
jcabrera1@UNIMINUTO.edu.co

Verónica Martínez Guzmán
vmartinezg2@uniminuto.edu.co

Resumen

El objetivo general de este proyecto consiste en analizar el concepto del *community manager*, desde una perspectiva integral, para ofrecer una visión actualizada de su origen, evolución y perspectivas futuras. En consecuencia, la importancia de esta investigación radica en repensar el papel de *community manager*, desde los medios de comunicación y el entorno digital. Aportar significativa y sustancialmente a la formación profesional y académica del nuevo comunicador social. Crear un perfil eficiente para el sector productivo, desde la ocupación práctica a nivel empresarial del *community manager*.

Así las cosas, se ha formulado la siguiente pregunta de investigación: ¿qué oferta académica existe en Bogotá para la formación de *community managers*? A este interrogante se suman las siguientes preguntas: ¿cómo se estructuran curricular y organizativamente los programas de formación existentes en esta área?, ¿qué contenidos esenciales contienen?, y ¿qué contenidos están ausentes o insuficientemente tratados y deberían incorporarse en futuras acciones formativas o ediciones existentes?

Metodológicamente, se plantea realizar una investigación de tipo cualitativo con enfoque descriptivo. La técnica que se ha seleccionada para ello es el análisis de contenido. El resultado de esta investigación se encuentra enfocado al diseño de una propuesta formativa en *community manager* como experto ocupacional en el campo de la Comunicación Social.

Palabras clave: *community manager*, comunicación, redes sociales, comunidades virtuales, gestión de contenido.

Introducción

En la era de la información, la comunicación publicitaria se integra a los contenidos que consume el usuario desde la perspectiva del desarrollo de contenidos a profundidad, en plataformas digitales (sitios participativos, blogs y redes sociales) lo que exige la adaptación del discurso mediático y los nuevos retos de abordaje tecnológico (lenguajes de programación, manejo de software, etcétera). A partir de esta posición, es necesario preguntarse: ¿cómo podría el panorama actual de formación profesional en Comunicación Social, hiper-especializarse en la construcción de una oferta académica para el perfil ocupacional del *community manager*?

Objetivos

Objetivo general

Analizar el concepto del *community manager* desde una perspectiva integral, para ofrecer una visión actualizada de su origen, evolución y perspectivas futuras.

Objetivos específicos

- Analizar comparativamente los programas de formación de pregrado de instituciones privadas de educación superior, relacionados a la formación del *community manager*.
- Elaborar un perfil profesional integral y prospectivo, de la figura del *community manager*, acorde con la evolución de la Comunicación Social como campo.

Metodología

El diseño metodológico de esta investigación es de tipo cualitativo con enfoque descriptivo. La técnica que se ha seleccionada para ello es el análisis de contenido de documentos curriculares; mientras que el corpus de la investigación está conformado por Diplomado Virtual en *community*

manager, mediante la gestión de la imagen (Universidad Piloto de Colombia), Comunicación *On-line* y Social Media: *community manager* (Pontificia Universidad Javeriana), Diplomado Digital *Community Management* (Universidad El Bosque) - Diplomado en Comunicación Digital y Redes Sociales (UNIMINUTO).

Resultados y discusiones

La gestión de la información: el origen del *community manager*

La información es lugar común entre la social media, los medios sociales y el *community manager*. Esta información puede ser validada de manera científica o por entidades profesionales que resulten fuentes fidedignas, según planteamientos de Peña (2001). Por otra parte, se subdivide el proceso de generación de información desde la gestión del conocimiento en red, en tres ámbitos de ejecución, agrupados en cinco grandes actividades: creación, compartición (captura, organización y acceso) y uso, logrando así articular y organizar el conocimiento existente en cada uno de los nódulos de la red, y renovar y ampliar el conocimiento de los integrantes, mediante la puesta en marcha de procesos de inter-aprendizaje. Lo que ha producido que “En el boom de las redes sociales online, la incursión de organizaciones de cualquier naturaleza, el manejo de la marca e imagen en ambientes virtuales, la comunicación horizontal y directa con el público, ha demandado la presencia de una figura que asuma estas responsabilidades, el *community manager* o gestor de comunidad” (Rojas, 2011).

En concordancia con lo anterior, Del Prado (2011) indica que las funciones del *community manager*, incluyen, la creación de perfiles/páginas en redes sociales; la actualización de contenidos en estos perfiles y páginas; y el establecimiento de diálogo con los usuarios en estos perfiles y páginas. A la razón, la *Asociación Española de Responsables de Comunidad y Profesionales Social Media* - (AERCO) y Territorio Creativo (2009) establecen cinco tareas básicas de esta figura: Escuchar; circular la información obtenida; explicar la posición de la organización a la comunidad; detectar “líderes de opinión” internos y externos; y encontrar vías de comunicación

entre la comunidad y la organización. Finalmente, Gallegos (2014) indica que “Una de las cualidades fundamentales que debe tener un community manager es saber traer la inspiración. En el fondo, las comunidades son colectividades de personas unidas por unos valores compartidos, unas oportunidades compartidas y unas metas compartidas”.

El *community manager*, las comunidades virtuales y las redes sociales como espacio de interacción y generación de contenidos

El término *community manager*, hace referencia a un profesional que ejerce como moderador de una comunidad virtual; ya que, tal como indica Sotomayor (2006) “Hemos pasado de las relaciones entre las personas desarrolladas en un esquema ‘cara a cara’, a una ampliación de nuestro mundo social, que nos ha llevado hacia un orden extenso que hoy denominamos aldea global y que puede ser denominada súper tribu”. Las comunidades de este tipo no habitan un lugar físico, se encuentran en ciberespacios, haciendo referencia a un espacio virtual en la internet, que según Merejo (2009) “No puede confundirse con la red de redes (Internet), aunque esta lo contenga. El ciberespacio designa el espacio virtual de interactividad entre diversos medios de comunicación (ordenador, teléfono, televisor inteligente)”.

Según Matías (1998), estas comunidades han constituido un conjunto de parámetros que les sirven para distinguirse de otras, además de una serie de normas “*Etiquetas*”, consideradas como “Protocolo para el establecimiento del contacto virtual”, que, en síntesis, aduce al trato existente entre estas comunidades, para mejorar la manera de comunicarse, bajo los mismos valores que rige la sociedad real. Inicialmente, esta interacción era entendida como un espacio no formal, en el cual las personas buscaban conocer más personas; sin embargo, con la aparición en 2004 de la red social Facebook, y de Twitter en 2006, se muta a la concepción formal de espacio virtual, a la adaptación conductual de forma individual y colectiva, y el establecimiento de límites, desde el uso y apropiación de cada red o desde la perspectiva del prosumidor individual y organizacional; esto último, con enfoque de *social networking*, que se encuentra referido a todas

aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social.

La web 2.0: un universo social para el *community manager*.

Según O'Reilly (2005), a quien se asocia con el término *web 2.0*, en el 2004 considera que la red representa un espacio más social que técnico. Es una comunidad participativa, que juega con los modelos verticales de comunicación, pues ahora todos pueden ser productores y consumidores al mismo tiempo, esta multinteractividad, es la que está permitiendo que muchas más personas tengan un espacio en la social media, ya sea para sus empresas, negocios, proyectos, con fines de venta, publicidad, o como la mayoría de personas, para la creación y manejo de perfiles personales que les permitan mostrar sus hobbies, gustos, eventos y demás. Este nuevo modelo de comunicación, acaba con la uni-direccionalidad de los canales de comunicación, para alcanzar metas de bi-direccionalidad, interacción y participación inmediata, incluso en las acciones de gobernanza, tal como sostienen Borau Boira, García y Rodríguez Gómez (2013).

De hecho, "La expansión exponencial del número de usuarios de las redes sociales digitales se ha visto influenciada, no solo por lo atractivo que supone su uso para la "ciber-ciudadanía", sino por las posibilidades crecientes de comunicación de ideas y emociones que ofrecen. Aprovechando esta expansión y fidelización de ingentes bolsas de ciudadanos de países ricos y en vías de desarrollo, conviene subrayar una vez más, que las redes sociales son una herramienta con creciente poder en manos de las empresas que se afanan por posicionarse adecuadamente en la red, gestionar su reputación y marca, captar clientes, fidelizarlos y convertir visitas en ventas o clics en ingresos para las empresas" (Moreno, 2015).

El *community manager*: presente y futuro del comunicador social

No existe un perfil formativo estático o definido para el *community manager*, sino que se trata de una figura profesional en continua evolución. De ahí, que la formación no esté predeterminada (Treviño, M. P.,

Barranquero, A., y Zusberro, (2013). Con respecto a esto, Fuentes (1983), indica que “Desde hace más de una década, la reflexión de las escuelas de comunicación sobre su propio quehacer ha ido definiendo una problemática creciente en importancia: el currículum académico se ha convertido en un tema recurrente de investigación y discusión”.

Un diseño curricular debe respetar la orientación de la institución, su modelo educativo, y los intereses del sector productivo, que buscan en el graduado una herramienta para el desarrollo de procesos comerciales. Es por ello, que la construcción del currículo debe ser un proceso elaborado, con una fuerte base metodológica.

En consecuencia, plantear un diseño o rediseño curricular, articulado al perfil del nuevo comunicación social, atendiendo a la hiper-especialización que se espera del campo, implica la organización social de los saberes y la identidad disciplinaria del campo, además de la planeación formativo-académica, como proyecto de convergencia ante la transformación social.

Conclusiones

Esta investigación permitirá elaborar un perfil profesional del *community manager*, así como establecer las líneas que determinen su función. Además, indagará en el poder del *community manager* en las relaciones con los consumidores, y determinará el nivel ocupacional que existe en la ciudad de Bogotá en torno a esta figura. A su vez, se realizará una prospección de futuro, respecto a su evolución laboral como profesional hiperespecializado, acorde con la evolución del campo y la disciplina comunicacional.

Referencias

Asociación Española de Responsables de Comunidad y Profesionales Social Media (AERCO) y Territorio Creativo (2009). *La función del community manager. Como las empresas están organizándose para crear y hacer crecer sus comunidades*. Recuperado de <http://www.territoriocreativo.es/etc/2009/11/community-managerwhitepaper.html>.

- Borau, E., García, F. y Rodríguez, A. (2013). La diplomacia del presente: universo 2.0 al alcance de la mano. *Comunicación y hombre: revista interdisciplinaria de ciencias de la comunicación y humanidades*, (9), 75-88. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4546163>.
- Cobos, T. L. (2011). Y surge el community manager. *Razón y palabra*, (75). Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/varia2parte/15_Cobos_V75.pdf.
- Del Prado, S. (2011). *Los 3 perfiles del community manager. Puro marketing*. Recuperado de <http://www.puromarketing.com/42/10353/perfiles-community-manager.html>.
- Fuentes, R. (1983). Apuntes para un diseño curricular en comunicación. *Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación*, (7), Recuperado de <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1742/1762>
- Gallegos, M. (28 de marzo de 2014). *¿Cuál es la voz de tu marca?* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://communitymanagerslatam.com/cual-es-la-voz-de-tu-marca/>
- Matías, P. (1998). *La ciudad Internet*. Madrid: Bellaterra.
- Merejo, A. (2009). El ciber mundo como entresijo virtual. *Eikasia, Revista de Filosofía*, (24). Recuperado de <http://revistadefilosofia.com/24-08.pdf>.
- Moreno Reyes, F. (2015). *Las redes sociales en Internet como herramienta de estimación del voto*. Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid, España.
- O'Reilly, T. (2005). *Web 2.0: compact definition*. Recuperado de http://radar.oreilly.com/archives/2005/10/web_20_compact_definition.html.

Peña, P. (2001). *Conocimiento. El oro gris de las organizaciones*. Madrid, España: Fundación Dintel.

Rojas, P. (2011). *Community Management para Dummies*. Madrid: Wiley Publishing Inc.

Sotomayor, G. E. (2006). *La socialización en los espacios virtuales: posibilidades y limitaciones*. Recuperado de https://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_07/n7_art_gilda.htm

Treviño, M. P., Barranquero, A. y Zusberro, N. (2013). *Community managers: presente y futuro de un perfil profesional emergente en la dimensión 2.0. Su influencia en la rentabilidad reputacional online*. Recuperado de https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-16429/Trevi%C3%B1o_Barranquero.pdf.

Una mirada a la virtualidad: espacios de participación y democracia en la red “ciudadanía digital”

Diana Paola Velásquez Martínez
velasquezdianapaola@gmail.com

Resumen

El objetivo de este artículo es reconocer e identificar si a partir del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), específicamente de las redes sociales Facebook y Twitter, se construyen y fortalecen procesos participativos y democráticos de los ciudadanos del Estado Colombiano. Dicho cuestionamiento, surge de la importancia de comprender las nuevas dinámicas sociales que se vienen gestando, a partir del uso informático en todas las esferas de la sociedad.

Surge entonces la inquietud de ¿cómo reconocer si un sujeto perteneciente a la sociedad es o no un ciudadano digital, y si mediante sus acciones cotidianas en las redes sociales ejerce su ciudadanía?

Esta investigación fue abordada a partir de una metodología cuantitativa, con diseño correlacional, para establecer si existe o no, relación de causa-efecto entre el consumo de contenidos sociopolíticos en redes sociales y la materialización de acciones participativas ciudadanas.

Como resultado de esta investigación, se identificó que el concepto de *ciudadanía digital* tiene poco ejercicio desde las redes sociales en la cotidianidad de sus usuarios, ya que estos las conciben como campos sociales donde como lo dice Néstor García Canclini, hay un *repliegue en la vida privada* de cada miembro, que por ende se convierte en un sujeto público, pero que a su vez se aísla, encerrándose en lazos sociales frágiles, formados por aquello que le gusta y tiene en común con otros; sin permitirse interactuar y agruparse con posiciones diferentes a la suya.

Este proceso investigativo permitió concluir que el ejercicio de la *ciudadanía digital* desde las redes sociales no está relacionado con el nivel de estudios, frecuencia de uso de estas plataformas u otros factores que exponen teóricos importantes que fueron tomados como referentes para la investigación; sino que se vincula con el hecho de que las personas no ven estas plataformas como herramientas de ciudadanía que les permitan participación y gobernanza.

Palabras clave: ciudadanía digital, plataformas virtuales, derechos y deberes ciudadanos, herramientas digitales, democracia política.

Introducción

Francis Bacon predijo que “La ciencia y la tecnología harían posibles para todo, el saber y la abundancia” Por lo tanto, este trabajo realizará una inspección frente al uso de plataformas virtuales, y cómo, a través de estos mecanismos, se genera o no un fortalecimiento en el ejercicio participativo y democrático de la ciudadanía; los cuales son elementos primordiales en la construcción de un Estado equitativo. De allí, que el individuo se considera políticamente activo cuando asume su mayoría de edad, reconociendo los deberes y derechos a los que es acreedor al ser reconocido como ciudadano de un Estado. En este ejercicio democrático, la comunicación cobra vital importancia, ya que consolida y refuerza dichos ejercicios, pues analiza los contenidos circulantes, las dinámicas de interacción y la tipología de los mensajes transmitidos.

Pero en relación a las interacciones ciudadanas en ámbitos virtuales, es preciso indagar ¿cómo identificar si un individuo cuenta con las características para participar en acciones democráticas, a través de las herramientas tecnológicas?, así como si ¿existe una construcción ciudadana a partir del uso de dichos elementos, que fomentan los ejercicios ciudadanos? Partiendo de estos cuestionamientos, este trabajo tiene como objeto reflexionar sobre la construcción de ciudadanía y los canales de difusión, que han ido surgiendo a través del tiempo junto a los avances tecnológicos, tales como las redes sociales. También, realizar un análisis y reconocimiento de las características que se desprenden de la virtualidad en aspectos de la formación ciudadana.

Para el abordaje del proyecto, se empleó un método cuantitativo correlacional, desde el cual se aplicó una encuesta con un muestreo aleatorio simple. Esto, con el fin de obtener información representativa sobre el uso de las redes sociales indicadas inicialmente, desde las cuales se definirán las categorías conceptuales y los valores atribuidos entorno a la *ciudadanía digital*, desde las perspectivas de los distintos sujetos y sus contextos e imaginarios culturales.

La investigación en cada uno de sus resultados, da una visión clara acerca del ejercicio de la ciudadanía desde las redes sociales, mostrando que es un proceso aún débil, con poca credibilidad ante los usuarios de estos espacios, y por ende su uso es reducido, aun en aquellos casos en los que las personas poseen niveles educativos altos y hacen un uso frecuente de las plataformas digitales durante su día a día.

El proceso de estudio, desde un punto de vista reflexivo, concluye principalmente en que se requieren estrategias educativas desde lo gubernamental, para lograr una alfabetización digital, con un énfasis en el ejercicio ciudadano, a fin de que se creen canales cooperativos que conduzcan a relaciones de construcción social.

Objetivos

Objetivo general

Determinar la relación existente entre la difusión digital de contenidos sociopolíticos en las redes sociales de Facebook y Twitter, y la materialización de acciones de participación ciudadana.

Objetivos específicos

- Identificar el grado de relación y apropiación de los sujetos frente a los contenidos que circulan en Facebook y Twitter, relacionados con los temas de interés ciudadano.
- Definir las características que conllevan a la construcción y fortalecimiento de las ciudadanía digitales junto a las acciones participativas

Metodología

Con el fin de cumplir los objetivos propuestos, se estableció una metodología cuantitativa de carácter correlacional, mediante la aplicación de una encuesta virtual con muestreo aleatorio simple en Bogotá, Colombia, para verificar qué relación existe entre el uso de las redes sociales y la acción participativa ciudadana.

Para el análisis correlacional, se confrontaron las variables de nivel educativo y frecuencia de uso de Facebook y de Twitter, con relación a la participación en actos ciudadanos y vinculación a comunidades. En cuanto a la organización de los resultados para su análisis, se empleó el servicio de Google encuestas para formular y tabular los resultados de las encuestas y el programa IBM SPSS Statistics Base, con el fin de obtener las frecuencias de las acciones que realizan con mayor frecuencia los usuarios de Facebook.

Teniendo en cuenta que en los encuestados es mucho más frecuente el uso de Facebook que de Twitter, la mayor parte del análisis se centró en los usuarios de Facebook, que en total resultaron 46 personas.

Resultados y análisis

La encuesta fue aplicada a 53 personas, dentro de las cuales se registraron 21 mujeres y 32 hombres. Se encontró que el 58,5 % de las personas no usan una cuenta de Twitter, mientras que el 86,7 % usa al menos una cuenta de Facebook, y de ellos, el 58,6 % promedia ingresar en la plataforma de 1 a 5 veces al día; el 17,4 % ingresa más de 20 veces, y los demás dicen ingresar entre 6 a 10 o 11 a 20 veces. Estas frecuencias de uso, son una representación de la teoría de Néstor García Canclini, que expone el concepto de *terminales domésticas*, refiriéndose al espacio familiar desde el cual, de manera simultánea a la cotidianidad, se interactúa con sistemas masivos de información.

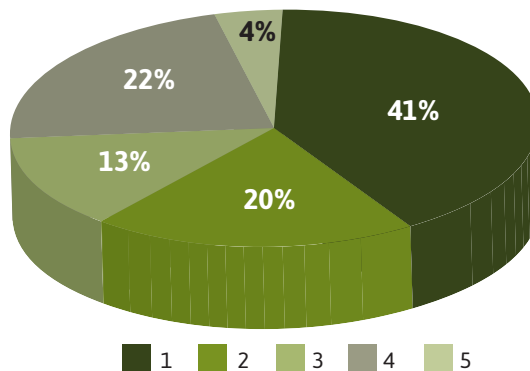
Entonces, teniendo conocimiento de la masificación del uso de las redes sociales desde el día a día de la sociedad, se vio como importante

identificar de qué manera se conciben las plataformas como Facebook, en relación a la construcción de espacios de ciudadanía y participación. En torno a esto, surgieron varios interrogantes que fueron respondidos mediante el análisis de los resultados de la encuesta, puestos en contexto con algunos referentes teóricos de diferentes autores que han estudiado el tema de la *ciudadanía digital*.

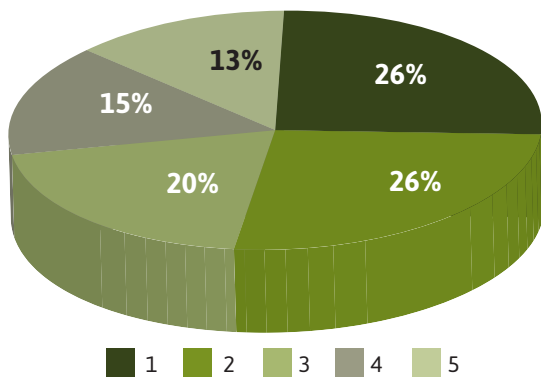
¿Para qué se están usando las redes sociales como Facebook?

Al preguntar por las acciones que realizaban los 46 usuarios de Facebook con mayor constancia, en un grado de 1 a 5, siendo (1) uno poco y (5) cinco mucho, se evidenció que la mayoría, realiza con mayor constancia la acción de desplazarse por la sección de inicio, viendo las publicaciones de otros, dándole así, un grado de frecuencia de 5 a esta actividad. También, se encontró que la mayor parte de los encuestados no se vincula con frecuencia a otras comunidades, y son muy pocos los que con frecuencia publican y comparten o comentan otras publicaciones. A continuación, se muestran con mayor detalle, los resultados porcentuales de las frecuencias absolutas del grado de constancia (representado en números de uno a cinco) con la que realizan cada acción los usuarios de esta red:

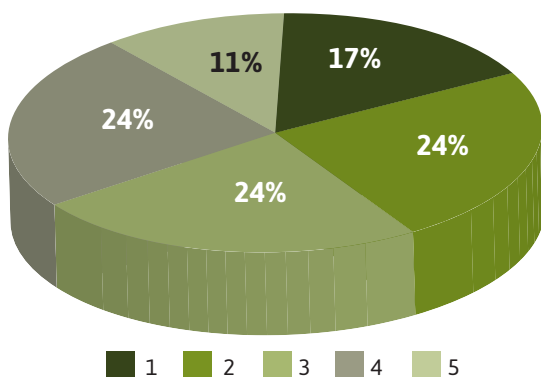
Frecuencia del grado de constancia con que se agrega a comunidades de su interés



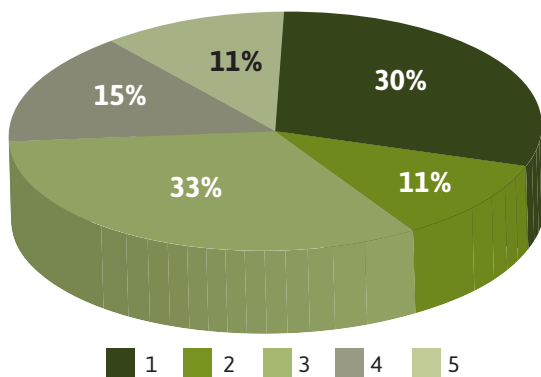
Frecuencia con la que comenta otras publicaciones



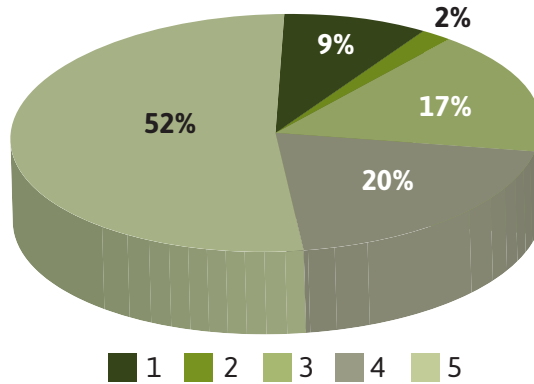
Frecuencia del grado de constancia con la que comparte otras publicaciones



Frecuencia del grado de constancia con que realiza posteos



Frecuencia del grado de constancia con la que navega en la sección de noticias

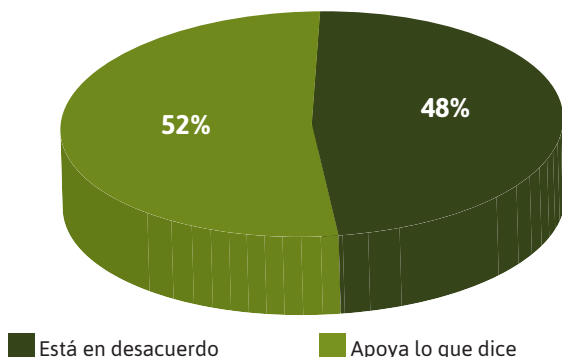


¿Cómo funciona la interacción y de qué forma incide esta sobre la participación ciudadana desde lo digital?

Como se puede ver en las gráficas, las acciones que realizan los usuarios con mayor constancia en Facebook, son navegar por la página de inicio y postear publicaciones propias; poco interactúan con otros sujetos o comunidades. Tal situación, puesta de frente al concepto de ciudadanía, muestra la existencia de lo que Jose Manuel Robles (2009) llama *ciudadanías dispersas*, las cuales son señaladas por el autor como frágiles, por cuanto no se establecen lazos fuertes con otros individuos, sino que las interacciones están marcadas por un posicionamiento propio de la persona, mediante sus fotos, opiniones y acciones publicadas en la red social y la verificación de los estados de otros miembros de la red, desde una posición distante (Robles, 2009).

La teoría de Robles se ve reforzada con otro de los hallazgos que se hicieron mediante la encuesta: De los 53 encuestados, el 50,9 % comenta o comparte publicaciones con contenidos sociopolíticos, y de ellos, el 5,8 % solo lo hace cuando está a favor de lo que enuncia la publicación, como se muestra a continuación:

Motivo por el que los usuarios de Facebook encuestados comentan o comparten contenidos sociopolíticos



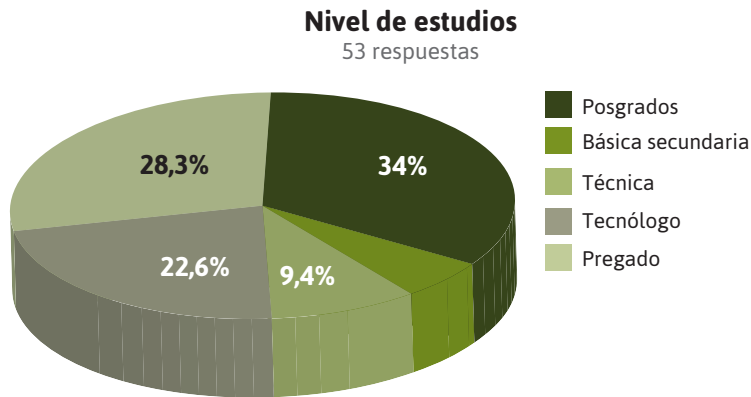
Esto, Robles (2009) también lo expone, indicando que estas *ciudadanías dispersas* están unidas frágilmente, solo por aquellos aspectos o intereses en común. Entonces, se explica por qué, de las 46 personas que indicaron usar Facebook, solo el 39 % señala haber participado en alguna manifestación o acción ciudadana, motivado por una publicación que vio en esa red social.

¿Qué percepción tienen los usuarios que poseen los factores para ejercer *ciudadanía digital*, frente a las redes sociales?

Los resultados expuestos en el apartado anterior, revelan que la mayoría de los encuestados no ve o no emplea la plataforma como una herramienta de *ciudadanía digital*, concepto entendido desde Robles (2009) como “el ejercicio de la totalidad o parte de sus derechos políticos o sociales, a través de internet, de forma independiente o por medio de su pertenencia a una comunidad virtual” (p. 55). La mayoría de la población estudiada, más bien entiende las redes como Facebook, como espacios “noticiosos”, donde se informan de lo que pasa con otros miembros, y en ocasiones, publican lo que les sucede a sí mismos.

Según Marco (2009), Jose Manuel Robles señala que para ser ciudadano digital se requiere de ciertos factores, tales como el acceso a internet o red de tecnología; sumado al uso de la misma con una frecuencia de, al menos, una vez por semana. Esto, para considerar su apropiación y uso como un hábito frecuente del usuario internauta (p. 134). Estos requerimientos,

como se ha visto antes en los resultados de frecuencia de uso, son cumplidos por los encuestados. De acuerdo con Marco (2009), Robles también expone otro factor importante, que responde al nivel de estudios, e incide sobre el usuario con respecto a la frecuencia y la manera como se consulta la información (p. 134). En el caso de estudio, de los 53 encuestados el 34 % eran personas con un nivel educativo alto de postgrado, un 28,3 % tenía un título universitario de pregrado y solo un 5,7 % tenían nivel de estudios de básica secundaria. Los demás variaron entre técnicos y tecnólogos.



Entonces, se evidencia que esta variedad de nivel educativo y la frecuencia de uso de las redes sociales como Facebook y Twitter, no afectan directamente el ejercicio de la ciudadanía digital. De hecho, a pesar de que la mayor parte de los encuestados tienen un nivel educativo alto y acceden frecuentemente a las plataformas, no ven en las redes sociales herramientas para la participación y formación de acciones ciudadanas, dando a entender que el factor que obstaculiza el ejercicio de la ciudadanía digital desde las redes es la percepción o imaginario que tienen los usuarios frente a estas.

¿Qué es en la realidad la ciudadanía digital en las redes sociales con relación a las definiciones teóricas?

Los resultados obtenidos son indicadores de que la *ciudadanía digital* en las redes sociales, es un concepto hasta ahora “neonato”, poco conocido y explorado por los usuarios de estas plataformas. Es decir, la aplicación del concepto en la etapa actual, no es estrictamente dependiente del nivel educativo o frecuencia de uso de Facebook o Twitter; más bien se puede

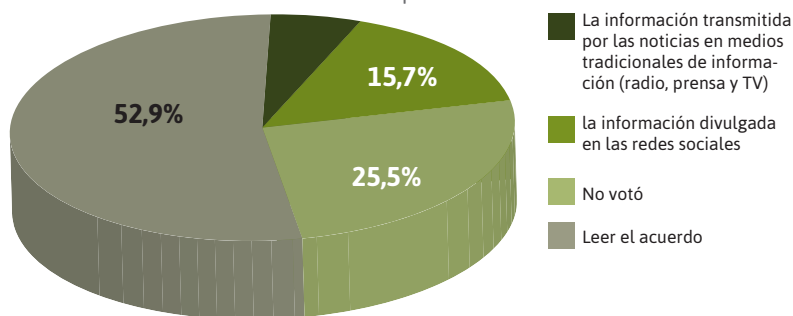
inferir que los usuarios de estos espacios los conciben como útiles para otro tipo de actividades, diferentes al ejercicio de derechos políticos como la participación ciudadana y la gobernanza.

Este imaginario en los usuarios de las redes sociales, conlleva a una escasa formación de acciones ciudadanas desde lo digital, dificultando la conformación de movimientos sociales y comunidades de acción política, e incluso obstaculizando la labor de las ya existentes, haciéndose de esto un fenómeno cíclico; ya que como consecuencia, se impide la difusión del concepto de *ciudadanía digital* y se disminuyen los alcances que puede tener el ejercicio de esta.

A todos los encuestados se les preguntó qué había influenciado su decisión de voto en el plebiscito sobre el proceso de paz en Colombia, realizado en octubre de 2016. De las 51 personas que respondieron a la pregunta, 38 dijeron haber votado; de este grupo, la mayoría aseguró tomar su decisión con base a la lectura del acuerdo, como se muestra a continuación:

Si participó en el plebiscito del proceso de paz, su decisión fue tomada con base

51 respuestas



Previo a este proceso electoral, en Facebook y Twitter lo único que se difundía eran opiniones de las personas que estaban a favor o en contra del proceso. Solo eran evidentes las tendencias polarizadas, mas no hubo difusión informativa que utilizara las herramientas y dinámicas interactivas de estas redes para dar a conocer el contenido real y objetivo del acuerdo, de modo que se generaran decisiones críticas. La gráfica permite inferir que en

consecuencia, un 52,9 % tomó su decisión con base a la lectura de un extenso documento, por cuanto no se potencializaron las herramientas digitales para lograr una difusión neutral, objetiva y comprensiva de los acuerdos.

Conclusiones

El escaso ejercicio de la ciudadanía digital desde las redes sociales como Facebook y Twitter, se debe a que el uso de las herramienta que ofrecen estas redes sociales, no está direccionado por los usuarios hacia el ejercicio de su ciudadanía, y en gran parte, también se deriva del imaginario social que existe frente al uso de estos espacios, ya que los usuarios son *comunidades dispersas*, que les conciben solo como una especie de “noticiero social”, donde se enteran de lo que pasa en la vida de otros, y en ocasiones comparten algo de su propio vivir. No se entienden las redes sociales como herramientas para la construcción de ciudadanía y participación. Además, las construcciones sociales son escasas por cuanto la relación con la plataforma es más constante y prevalece con respecto a la interacción con otros sujetos. Esto, mediante acciones independientes realizadas de acuerdo a sus preferencias y gustos personales e individuales.

En lo referente a las interacciones, Carlos Scolari (2008) explica que hay diferentes tipos de estas, “teniendo en cuenta que el sujeto no solo interactúa con otros, sino también con la tecnología misma, siendo estas dos tipologías complementarias entre sí, por cuanto la relación simbiótica entre el individuo y el equipo o plataforma tecnológica, es la que permite alcanzar una eficiencia en las operaciones intelectuales que se obtienen al relacionarse con otros. Tal eficiencia es difícil de lograr por un sujeto que trabaja aislado” (Scolari, 2008, p. 94). En la investigación se encontró que los usuarios de Facebook se quedan en la interacción con la plataforma, omitiendo, en la mayoría de los casos, la segunda parte del proceso, expuesta por Scolari, que involucra establecer vínculos con otros individuos o comunidades.

Entonces, se entiende que los usuarios actuales de las redes sociales, como las que se han estudiado en esta investigación, deben dar un paso a la interacción con otros; saliendo del confort de interactuar solamente con

aquellos que entran en su burbuja de pensamiento y, por ende, de aceptación. Es necesario establecer relaciones de diálogo y compartir de saberes, con aquellos que están al otro lado de las percepciones propias de cada persona, sabiendo que es el reconocimiento de las diferencias lo que conduce a una construcción mutua y simbiótica de la sociedad.

Es necesario que las ciudadanías dispersas que hoy existen en lo digital, se apropien de los significados de participación, gobernanza y control, y los ejerzan mediante la construcción de comunidades sólidas, cuya relación sea fortalecida a través de acciones tangibles, que estén promovidas mediante el conocimiento del manejo de las herramientas digitales, de modo que descubran los alcances que estas les permiten obtener.

Se requiere una alfabetización digital, con enfoque en el ejercicio de la ciudadanía. Alejandro Piscitelli (2009), expone que no basta con saber prender un computador y tener conocimientos ofimáticos o de navegación online, para tener el título de alfabetización digital. El autor, indica que este concepto trasciende los conocimientos informáticos, para llegar a estrechar íntimamente con herramientas estratégicas que surgen como producto del dominio de las competencias digitales (Piscitelli, 2009, p. 152).

Es necesario que esa alfabetización sea impulsada desde las entidades gubernamentales y educativas. Por cuanto, dentro de sus funciones está crear puentes de comunicación entre gobernantes y gobernados, e instruir a la ciudadanía para hacer uso de ellos. Pero también, es indispensable que cada uno de los miembros de la sociedad se apropie de esos canales, para implementar y accionar estrategias de participación ciudadana que les otorguen gobernanza. Sin la existencia de una autonomía en los ciudadanos, las herramientas que hoy ofrece el mundo digital y los intentos que puedan hacer gobernantes y educadores por promover esos espacios de ciudadanía digital, serán inservibles.

Bibliografía

Marco, S. D. (2009). *Federación Española de Sociología*. Recuperado de:
<http://www.fes-sociologia.com/files/res/11/09.pdf>.

Piscitelli, A. (2009). Capítulo 6: La alfabetización digital como nueva infraestructura. En A. Piscitelli, *Nativos Digitales* (pp. 151-166). Buenos Aires, Argentina: Santillana.

Robles, J. M. (2009). *Ciudadanía digital. Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*. Barcelona: Editorial UOC.

Scolari, C. (2008). De los nuevos medios a las hipermediaciones. En C. Scolari, *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva* (pp. 69-118). Barcelona, España: Editorial Gedisa, S.A.

Cavernas digitales con ciudadanía primitivas

Diana Paola Velásquez Martínez
 velasquezdianapaola@gmail.com

Resumen

El objetivo principal de esta ponencia es conocer cómo los contenidos sociopolíticos, difundidos por grupos de la misma naturaleza sociopolítica en la red social Facebook, contribuyen o reformulan el ejercicio ciudadano en Colombia. El cumplimiento de este propósito, responde a la necesidad social y humana de saber el cómo y el porqué de las realidades sociales y políticas que le rodean.

En este caso, es notorio que las dinámicas socialesculturales, que surgen a partir de los procesos comunicacionales, originan decisiones y acciones que afectan a toda la ciudadanía. Y que, además, están altamente incididas por el uso de las tecnologías de la información y la comunicación; especialmente, aquellas interacciones que toman como escenario las redes sociales, en específico, para el caso de estudio, Facebook. Entonces, no solo resulta intrigante, sino también necesario, saber ¿de qué manera inciden en la materialización de acciones ciudadanas, los contenidos y narrativas que circulan en Facebook de manera organizada, mediante grupos o comunidades establecidos en estas redes?

Para responder esta pregunta problema, se empleó un enfoque reflexivo. Por ende, se utilizó una metodología cualitativa, con diseño descriptivo, que toma como herramientas las técnicas del análisis de contenido. El objeto de estudio de esta investigación es el movimiento estudiantil Paziempre, siendo este un muestreo de caso crítico, al caracterizarse como un referente del ejercicio de la *ciudadanía digital*, cuyas estadísticas en Facebook muestran gran influencia en la ciudadanía, con respecto al tema sociopolítico del proceso de paz en Colombia, manteniendo una postura neutral y objetiva. Los instrumentos que se utilizaron, fueron la observa-

ción de los contenidos publicados durante 2016 en las redes sociales en mención y las reacciones generadas en las audiencias.

Como resultado, se evidenció que sí es posible promover y crear *ciudadanía digital*, a través de los contenidos difundidos en las redes sociales, mediante estrategias comunicativas que se apropien de los contextos y realidades, para empoderar a la sociedad mediante contenidos de valor, que a su vez conlleven a la formación de comunidades que, en medio de las diferencias, se organicen en pro de objetivos comunes que apunten a la construcción social.

No obstante, la investigación permitió identificar que existen obstáculos desde los imaginarios de algunos miembros de la sociedad, los medios e incluso desde el gobierno, frente a los conceptos de ciudadanía y participación. De modo que, hasta el momento, los colectivos de formación y participación ciudadana como Paziempre, continúan luchando contra *comunidades primitivas* (que al igual que los primeros humanos, no han descubierto o desarrollado formas de comunicarse en torno a la participación ciudadana) y dispersas, que desconocen los alcances de herramientas digitales como las redes sociales, que bajo una adecuada implementación, contribuyen a la formación de procesos de participación ciudadana.

Palabras Clave: ciudadanía digital, contenidos, narrativas, participación, redes sociales.

Introducción

Una sentencia popular, cuyo origen aún es inexacto, dice que “El pueblo que no conoce su historia está condenado a repetirla”. En Colombia, este enunciado se hizo popular con la trasmisión de una narco-novela basada en la vida de Pablo Escobar, ya que al inicio de cada capítulo, el texto aparecía en letras blancas con un fondo negro. Esto, seguramente con el propósito de justificar la trasmisión del contenido gráfico que en gran proporción, retrataba una parte de lo que ha sido el conflicto armado y el narcotráfico en Colombia como problema social.

Esta misma frase, puede justificar el proceso investigativo que se ha venido exponiendo mediante el presente documento. Es innegable la relación que existe entre la sociedad, su opinión pública y las redes sociales; y por ende, es propio pensar que alguien puede coordinar procesos comunicativos, con el objetivo específico de orientar a los ciudadanos a tomar acciones o decisiones que afecten a la sociedad en general.

Dichas acciones pueden generar afectaciones negativas o positivas, dependiendo de las dinámicas comunicativas y definición de objetivos que tengan las mismas. Si no conocemos estos factores, si no conocemos lo que sucede en este contexto y cómo sucede, ¿cómo se determinará la causa de las realidades sociales actuales y futuras?, o ¿cómo se harán correctivos y prevenciones sobre esas realidades? El planteamiento de estas preguntas, trae consigo la necesidad de hacer un ejercicio reflexivo, mediante la descripción y análisis de los fenómenos comunicativos, que traen adheridas las redes sociales más usadas, en relación a los temas sociopolíticos del país, y que pueden, o no, dar origen a acciones ciudadanas.

Por eso, este proceso investigativo busca identificar cómo se ve afectado el ejercicio ciudadano de aquellos que se ven expuestos a contenidos referentes a temas sociopolíticos en las redes sociales. Para este propósito, se ha estructurado un proceso descriptivo de carácter cualitativo, que haciendo uso de la observación y del análisis de contenido, busca analizar las narrativas que se promueven en Facebook, referentes a temas sociopolíticos relevantes para el país.

La muestra de contenidos seleccionados para tal fin, son los promovidos por el movimiento estudiantil Paziempre, en las redes sociales ya mencionadas; siendo este, una muestra de caso crítico y útil como referente de estudio por caracterizarse con neutralidad y objetividad frente al proceso de paz del gobierno colombiano, con el grupo de Las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia Ejército del Pueblo (FARC-EP), a pesar de la polarización que se ha generado en torno al tema. Además, este movimiento estudiantil ha hecho presencia en eventos importantes, que se han

caracterizado por el ejercicio de la ciudadanía, y tienen un seguimiento considerable en las redes sociales de Facebook por parte de las audiencias.

El índice temático, pasa por la ciudadanía digital, las narrativas, la participación ciudadana. Todo esto, vinculado a las redes sociales. Esta ruta, combinada con la técnica de análisis de contenido, posibilitó describir y analizar el contexto y las realidades a las que responden los contenidos promovidos por Paziempre, la intencionalidad del discurso y su impacto.

Con este estudio, fue posible determinar que las formaciones ciudadanas similares al movimiento estudiantil Paziempre, que hoy se mueven a través de redes sociales como Facebook, deben establecer un plan de operación definido y enfocado, conforme a las realidades sociales sobre las cuales trabajan. Esto involucra unas dinámicas comunicativas, organizadas entorno a unos objetivos comunes preestablecidos, que rigen sus acciones y los llevan a participaciones reflexivas, propositivas y relevantes, con respecto a la construcción social. No obstante, el trabajo a continuación describirá desde un punto de vista reflexivo, cómo factores externos generan a que estos procesos de *ciudadanía digital* no logren aún ser explotados en su magnitud, para otorgar gobernanza a la sociedad, que requieren entonces del trabajo de todos los componentes de la misma, para afrontar los retos que estos obstáculos representan.

Objetivos

Objetivo general

Conocer cómo los contenidos difundidos en Facebook por grupos de naturaleza sociopolítica, contribuyen o reformulan el ejercicio ciudadano en Colombia, tomando como referente representativo, el movimiento estudiantil Paziempre.

Objetivos específicos

- Reconocer el contexto sociopolítico con el que se relaciona el movimiento social Paziempre (que se tomó como referente representativo), y los contenidos que este genera.

- Identificar las características discursivas de los contenidos emitidos por el movimiento social Paziempre en Facebook.
- Relacionar los contenidos publicados en Facebook por el movimiento estudiantil Paziempre, y las reacciones que estos generan (*like*, *compartir*, etc.), con el flujo de participación en las acciones promovidas por el mismo movimiento social.

Metodología

Se estableció el uso de una metodología cualitativa, en la que, mediante el análisis de contenido, se abordaron contenidos y narrativas en torno a temas sociopolíticos circulantes en Facebook, tomando como muestra representativa de caso crítico, el movimiento estudiantil Paziempre.

La técnica de análisis de contenido se usó con el fin de identificar el contexto, narrativas e influencias de los contenidos estudiados. Para ello, se definió como unidad de muestreo, el movimiento estudiantil Paziempre. La unidad de registro está conformada por las publicaciones realizadas por el movimiento, en la red social Facebook, en torno a los eventos y convocatorias organizadas durante 2016, desde su conformación en Facebook, estas últimas se definen como unidades de contexto. Las observaciones fueron registradas en un cuaderno de protocolo, agrupadas de acuerdo a las unidades de contexto, para su análisis. Mediante este proceso, se buscó la identificación de las variables de estudio, siendo estas a. Intencionalidad del discurso (convocar, reflexionar, informar); b. Intertextualidad; y c. Impacto.

Resultados y análisis

Para realizar este estudio, se tomaron cinco (5) eventos realizados por el Movimiento Estudiantil Paziempre, desde el mes de octubre de 2016, hasta el mes de diciembre del mismo año. Esto, incluyendo la creación y posicionamiento de la comunidad en Facebook. Durante el proceso, se evidenció el manejo discursivo de los contenidos puestos en circulación de manera estratégica, con fines y objetivos preestablecidos. Por ende, se encontró pertinente exponer las dinámicas comunicativas, cuyos contenidos revelan el funcionamiento del grupo desde lo digital a las acciones ciudadanas.

Posicionamiento mediante la acción

Desde el inicio, el movimiento se promovió como neutral ante las divisiones y polarizaciones políticas y sociales, que se crearon en torno al polémico tema del acuerdo de Paz, firmado por el Gobierno colombiano y el grupo de las FARC-EP, y el resultado del plebiscito, realizado el 2 de octubre de 2016, con el que se le dijo no al acuerdo. Después de estos eventos, los estudiantes, miembros de esta movilización, han reiterado que su único interés es resguardar la paz como camino al cambio social mediante la participación ciudadana.

La primera publicación que se evidencia por parte del movimiento, fue la actualización de la foto de portada. Esta no enfoca ningún rostro. En primer plano, aparecen de espalda los líderes del movimiento estudiantil, mientras levantan sus manos frente a una gran multitud con banderas de Colombia y blancas. La imagen transmite liderazgo y unidad. No busca un reconocimiento de los individuos, sino más bien resalta la acción realizada y la unidad. La foto habría sido tomada el día 5 de octubre del mismo año, en una manifestación pacífica llamada “marcha del silencio por la paz”, promovida por este mismo movimiento.

De ahí en adelante, durante el mes de octubre, las publicaciones mantuvieron un discurso de colectividad en primera persona plural, que muestra a los jóvenes empoderados mediante la ciudadanía, resaltando la gobernanza y generando límites ante intenciones políticas partidistas. Fueron constantes las publicaciones tanto formales (por medio de comunicados públicos y de prensa) como informales (publicaciones coloquiales con fotografía y breve reseña), acerca de reuniones de los líderes del movimiento con personajes políticos influyentes como el presidente de la república y miembros de organizaciones internacionales como la Organización de Estados Americanos (OEA). En esto, se puede evidenciar que las publicaciones, no solo tienen un carácter informativo, sino que también transmiten la idea de que el movimiento está trabajando y ha adquirido una participación y posicionamiento importante en lo que, según Mónica Patricia Fortich Navarro y Álvaro Moreno Durán, en su artículo Elementos de la teoría de los Campos de Pierre Bourdieu, para una aproximación al derecho en América

Latina: consideraciones previas, se llamó campo social. Según Bourdieu: “El campo social está definido como un sistema de posiciones sociales que se definen unas en relación con otras.” (Fortich y Moreno, 2012).

Fortich y Moreno (2012) también explican que “En consecuencia, un campo es (...) un espacio específico en donde suceden una serie de interacciones. (...) Un sistema particular de relaciones objetivas que pueden ser de alianza o conflicto, de concurrencia o de cooperación entre posiciones diferentes, socialmente definidas e instituidas, independientes de la existencia física de los agentes que la ocupan” (Moreno y Ramírez, 2003 en Fortich y Moreno, 2012).

En su investigación teórica, Fortich y Moreno, asimismo, exponen que en este campo social intervienen dos tipos de sujetos: personas expertas en el tema del campo, llamados *profesionales*, cuyos conocimientos los acreditan como guardianes del campo. Y los *profanos*, que por el contrario carecen de conocimientos. Entonces, todos los campos están mediados por los *profesionales* y los *profanos*, que entran y salen, y que buscan intereses concretos, *capitales*, como diría Bourdieu. (Fortich y Moreno, 2012).

Entonces, siguiendo esta teoría, vemos que el Movimiento Estudiantil Paziempre, mediante estas publicaciones, se posiciona como *profesional*, pero sin perder la objetividad; ya que de octubre a noviembre, el movimiento siguió realizando publicaciones esporádicas, informando sobre sus encuentros y gestiones, con representantes políticos de las posiciones del Sí y del No, frente al acuerdo de paz. Así como denuncias de asesinatos de líderes sociales, miembros de las FARC-EP. En cada una de las reuniones, se discutieron diferentes puntos del acuerdo de paz, haciendo énfasis en las exigencias del acuerdo, que buscaba garantizar el cese al fuego bilateral, priorización de las víctimas, garantías de seguridad para los miembros de las Farc, y el no retroceso de los avances obtenidos. Asegurando que estas garantías, permitirían continuar con el proceso, para alcanzar la paz, lo que sería el único interés del movimiento. En la siguiente imagen se aprecia la publicación donde se informa respecto a la gestión de Paziempre, ante un organismo internacional:



Figura 1. Evidencia de la reunión del Movimiento estudiantil Paziempre con el Secretario General de la OEA. Imagen Obtenida de la página en Facebook del Movimiento, 2017.

Jose Manuel Robles (2009), en su texto *Ciudadanía digital. Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano*, introduce el concepto de ciudadano digital, definido por el autor como “Aquel individuo, ciudadano o no de otra comunidad o Estado, que ejerce la totalidad o parte de sus derechos políticos o sociales, a través de internet, de forma independiente o por medio de su pertenencia a una comunidad virtual.” (p. 55). Ahora bien, en el libro titulado *La comunicación en mutación*, recopilación y mezcla de discursos de Amado y Rincón (2015), en los capítulos: *El optimismo digi-activista y sus problemas*, y *La cultura digital: el nuevo mundo*, escrito por Silvio Waisbord, y *Lo popular en la comunicación: culturas bastardas + ciudadanías celebrities*, de Omar Rincón, se expone que hoy en día se cree que publicar una opinión a favor o en contra de un tema social o político, polémico, define un modo de participación. No obstante, estos autores nos hablan de que la protesta digital puede vincular temporalmente a individuos o canalizar demandas, pero está lejos de tener la continuidad necesaria para garantizar cambios sostenibles en el tiempo ; puesto que “No hay garantías de éxito, solo queda como resultado un ciudadano celebridad”. (Amado y Rincón, 2015, pp. 34-86).

En el caso de estudio, Paziempre mostró no ser una celebridad, sino que por el contrario, al cumplir con los lineamientos expuestos en la teoría de Robles, se caracterizó como un colectivo de *ciudadanía digital*. Esto se evidencia mediante sus publicaciones, en las que se muestran pasos

de acción que tocaron puertas importantes para el cumplimiento de sus objetivos. En diferentes posteos, fue claro también el respaldo de otros movimientos similares y su asociatividad con fines comunes. Movimientos tales como *Acuerdo ya* y la ONG *Sinestesia*, entre otros tantos sumados a las acciones de Paziempre, contribuyeron a darle mayor proyección y magnitud al movimiento; a tal punto que hoy cuenta con 2241 seguidores. La publicación de las acciones del movimiento y el respaldo recibido ante estas, son aspectos que pueden verse como algo meramente publicitario, pero que en realidad nos muestran que salir de la opinión pública para llevar las ideas y propuestas a la acción, marca la diferencia entre ser un ciudadano digital o un ciudadano celebridad en las redes.

Definiendo rutas

El movimiento estudiantil se declaró desde el principio como opositor de la polarización, y decidió no ser parte de esta, como lo enuncian en diferentes comunicados similares al que se leyó en la *Marcha del Silencio*, publicado en Facebook el día 12 de octubre de 2016: “POR TODO LO QUE NOS UNE Y EN CONTRA DE TODO LO QUE NOS SEPARA. Los jóvenes de Colombia, los del SÍ y los del NO, los indecisos y los abstencionistas, reclamamos hoy nuestra vocería como ciudadanos en un momento crucial para el futuro del país. Que el mundo sepa que somos dueños de nuestro futuro y que no permaneceremos impávidos mientras otros deciden por nosotros”. Y cuyas líneas son intertextuales en varias de las publicaciones siguientes, al igual que su invitación a *la reconciliación del país, que solo es posible entendiendo la necesidad de reconocer la diferencia y convivir en paz en medio de esta*.

La polarización que invadió a Colombia durante la negociación, firma de los acuerdos de paz y el plebiscito del año 2016, se movía no solo entre conflictos y diferencias políticas, sino también en medio de fronteras de tipo cultural e incluso religioso. Esta situación fue entendida por Paziempre como un riesgo para el proceso de paz, e inició la planeación de eventos cuyo objetivo fuera borrar esas barreras y crear unidad. Se realizaron dos eventos, el primero llamado *Encuentro Espiritual por la paz*, realizado el 30 de octubre; y el segundo, organizado después de la reformulación de los

acuerdos, nombrado #Tenemos Acuerdo. Este último, tuvo lugar el doce de noviembre del mismo año.

El primero, se planteó como un hecho aislado de la política, y convocó a los miembros de diferentes religiones y creencias espirituales, sin importar cuales fueran, para unirse por un mismo motivo: la paz. Una de las normas de asistencia, era no llevar ninguna pancarta política. El discurso nuevamente pretende evitar la polarización y buscar la unidad en torno al clamor y deseo de la paz. El evento fue creado con la herramienta para creación de eventos de Facebook, y difundido en esta red simultáneamente con Twitter. En Facebook, se evidenciaron 6 publicaciones del 24 al 29 de octubre, publicitando el evento mediante imágenes, piezas gráficas y videos. Y luego de la actividad, se hicieron tres posteos con fotos y videos de su desarrollo, en los que no se ve una participación masiva como la que hubo en las marchas, pero si se evidencia la asistencia de varias decenas de personas en Bogotá, al igual que en Pereira; como se muestra en la siguiente imagen:



Figura 2. Registro del desarrollo de la actividad Encuentro Espiritual por La Paz. Imagen tomada de la página de Facebook del movimiento estudiantil Paziempre, 2017.

Otro de los eventos convocados y organizados por Paziempre fue #Tenemos Acuerdo, una marcha convocada para el 15 de noviembre. Esta fecha se usó como estrategia para la masificación de asistencia y generación de unidad, por cuanto ese día hubo un partido de futbol importante de la Selección Colombia, y el evento promovido concluía con la finalización de la marcha en la Plaza de Bolívar de Bogotá, para ver allí el juego en

pantallas gigantes. En total, surgieron 5 publicaciones, que al igual que en el evento anterior, hicieron uso de diferentes elementos multimedia para invitar a la participación, resaltando la emisión del partido, por cuanto es bien sabido que el futbol es una parte muy importante dentro de la cultura colombiana; sin embargo, dentro de la narrativa, también se mencionan los eventos organizados antes por el movimiento, y se invita a participar activamente para empezar a ser veedores de la paz. Es importante resaltar que el discurso se mantuvo objetivo mediante un lenguaje de unidad, enfocado a acabar con las diferencias, tal como se ve en la siguiente imagen, que es muestra de las diferentes publicaciones que se hicieron con relación al evento:



Figura 3. Invitación para participar en el evento de celebración del acuerdo de paz reformulado en noviembre de 2016. Imagen tomada de la página de Facebook del movimiento estudiantil Paziempre, 2017.

Después de estos eventos, la polarización aún se mantenía, y de hecho hasta hoy continúa; pero las dinámicas objetivas de las acciones de Paziempre, lograron transmitir el mensaje deseado, y una vez más, mostrar su posición frente al tema de la paz. Luego de estas fechas, se aproximaba un acontecimiento importante para el desarrollo del proceso de paz, que fue la refrendación del acuerdo por parte de la cámara de representantes y el senado. El movimiento estudiantil, conociendo el funcionamiento de las leyes colombianas, el inconstante flujo de asistencia de los representantes políticos a las asambleas anteriores, y sabiendo que podría deslegitimarse el resultado de la refrendación por falta de asistencia y participación de los senadores y representantes, convocó a la ciudadanía para un ejercicio de control, mediante publicaciones como las siguientes:

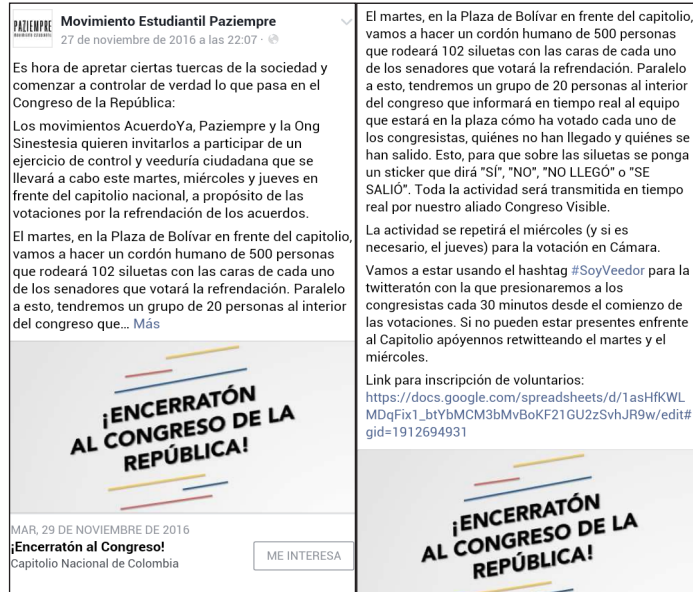


Figura 4. Publicación del evento Encerración al Congreso de la República. Imagen tomada de la página de Facebook del movimiento estudiantil Paziempre, 2017.

Este evento estuvo mucho más organizado que los anteriores. Conllevó una logística más amplia y se proponía un reto mucho más grande: realizar una acción de gobernanza. Como se puede visualizar en la ilustración número cuatro, el discurso busca crear confianza en el evento mediante la exposición de la logística del mismo, junto con el hecho de estar respaldados por otros movimientos. A su vez, trasmite un empoderamiento por parte de la ciudadanía, con expresiones como “vamos a apretar las tuercas de la sociedad”, “controlar la verdad del congreso” y “presionaremos.” Durante la realización del evento, los días 29 y 30 de noviembre, se realizaron publicaciones constantes sobre el desarrollo de este. En su mayoría, reportes de la llegada de los senadores y representantes de la cámara, y de las acciones realizadas por los mismos. Se efectuaron más de 40 publicaciones el día 29 y más de 15 el día 30.

Una de las publicaciones del día 30, contenía una base de datos realizada por el movimiento. Esta expuso los datos de los representantes de la cámara, agrupados por orden alfabético, por partido, cámara y con

su respectiva cuenta de Twitter, con el fin de promover la presión a los representantes desde la ciudadanía, mediante esta red social, de modo que se garantizara su asistencia y participación en la refrendación, independientemente de su voto. Al finalizar cada jornada, el resultado fue la refrendación de los acuerdos con la totalidad de los votos a favor, habiéndose alcanzado quorum en las dos asambleas.

Ya refrendado el acuerdo, el paso siguiente fue la implementación del mismo. Para esta fase, Paziempre organizó una convocatoria que tituló *Ojo a la Paz*, y que tuvo lugar en el mes de diciembre. Previo al evento, el movimiento estudiantil realizó varias publicaciones informativas sobre la discusión y aprobación de sentencias en cuanto a aspectos de la implementación del acuerdo, como el *Fast Track* y la Ley de amnistía. Esto, demostrando también que estaban pendientes del tema e informados al respecto.

El 23 de diciembre, el movimiento publicó una invitación al ciudadano para ser partícipe de un proceso de veeduría; personalizando el mensaje a un individuo mediante la palabra *Únete*, para luego hacerlo parte de la colectividad, mediante el uso del verbo *Exijamos* en plural. El mensaje trasmite un sentido de pertenencia y control al espectador, para invitarlo a involucrarse. Eligen una estrategia dinámica para ejecutar el ejercicio, esto es a través de trinos en Twitter dirigidos a los partidos políticos, por cuanto estos hacen mayor uso de esa red social. Los nombres de las cuentas de Twitter se informan en la publicación. También, hacen uso de elementos gráficos-simbólicos, que generan memorización visual. En este caso, se emplea la figura de un ojo humano, que tiene en la pupila una paloma, junto al hashtag #OjoALaPaz. El ejercicio convocado, se llevó a cabo el 27 y 28 de diciembre, En la siguiente imagen se pueden apreciar algunas características del discurso ya descritas:



Figura 5. Publicación de actividad Ojo a la Paz. Imagen tomada de la página de Facebook del movimiento estudiantil Paziempre.

El discurso empleado, alude a que el espacio de veeduría que posiciona a los jóvenes como garantes del correcto trámite que se requiere para la justa implementación de los acuerdos. También invitan a representantes políticos y ciudadanía, a tener sentido de compromiso ante la paz. El texto que acompaña la publicación deja ver que una de las motivaciones del ejercicio de control, es la desconfianza hacia la labor del congreso. Esto se devela mediante la frase: “para que los congresistas no cometan una embarrada histórica”.

Al igual que en el evento de *Encerración al Congreso de la República*, durante la realización de *Ojo a la Paz*, se publicaron informes continuos del desarrollo de la asamblea y la llegada de los senadores. Al finalizar la jornada, se informó que la ley de amnistía fue aprobada por el senado con 69 votos a favor y cero en contra. En este evento, tanto como en los demás, se mantuvo intertextualidad entre las publicaciones, mediante los *hashtags* asignados de acuerdo a las actividades y su intencionalidad.

Manuel Castells (2009), en su teoría de auto comunicación de masas, expone que el internet ha traído consigo la posibilidad de crear redes de poder, conformadas por ciudadanos capaces de crear procesos de comunicación colectivos, que transmitan contenidos de relevancia mediante el uso estratégico de las tecnologías de la información y la comunicación. El autor advierte que el poder ofrecido por las herramientas digitales está abierto para quien lo sepa ejecutar y esté dispuesto a hacerlo, y propone que sea la

ciudadanía quien ejerza su gobernanza mediante este (Castells, 2009, pp. 530-532).

Cada una de las publicaciones realizadas por Paziempre, ciñéndose a la teoría de Castells, usa el discurso como una forma de empoderamiento ciudadano, y, a su vez, como estrategia de convocatoria. Las dinámicas del lenguaje, apuntan a involucrar al individuo en una comunidad que trasmite, mediante sus acciones, autoridad, liderazgo y objetividad. El orden estructurado para la organización de los eventos y su intencionalidad, revela un análisis crítico y una actuación propositiva, que se dinamiza en lo digital, para llevar a otros a la realización de acciones ciudadanas con fines colectivos y significativos para la transformación social.

Estos aspectos característicos de Paziempre, son consecuentes con lo que Jose Manuel Robles (2009) expone con respecto al uso de las herramientas digitales en la construcción social:

Una variable que transforma de manera sustancial el uso de las redes, es la habilidad y capacidad de manejo de las mismas en el sentido de potencializar estas herramientas. Es decir, se debe conocer y saber realizar actividades como consultas específicas de comunidades, posteo, publicaciones, descarga y diligenciamiento de formularios, entre otros. (Robles, 2009).

Además, el ejercicio que realiza el movimiento, a través de estas dinámicas comunicativas, está caracterizado como un referente de *ciudadanía digital*, teniendo en cuenta que el autor Néstor García Canclini en su libro *Culturas Híbridas*, señala que en el marco de la ciudadanía y lo digital, se hace necesario “establecer nuevas cadenas de co-creación y colaboración entre la ciudadanía y el gobierno” (2001). En el caso de estudio, se aplica esto al intentar ejercer un control y veeduría sobre los representantes políticos y el cumplimiento de sus funciones. Se da paso a una gobernanza ciudadana que hace menor la brecha entre gobernantes y gobernados.

Los impactos

A pesar de que en Facebook, diariamente se comparten, miles de veces, diferentes publicaciones que generan a su paso innumerables reacciones en la comunidad, fue posible notar que las publicaciones realizadas por el movimiento estudiantil Paziempre, en su mayoría no generaban más de 10 reacciones, algunas pocas iban de 20 a 40. En cuanto a la difusión mediante la opción *compartir*, también se encontró muy baja, y en la mayoría de casos tampoco superó las 10 acciones. Fue posible ver que en cuanto a los mensajes de convocatoria, se logró mayor difusión de los elementos de video. Como se puede apreciar en la ilustración 6, el video fue compartido 28 veces más que la publicación de texto e imagen.



Figura 6. Publicaciones sobre el evento de celebración del acuerdo de paz reformulado en noviembre de 2016. Imagen tomada de la página de Facebook del movimiento estudiantil Paziempre, 2017.

También se determinó, mediante la observación y el análisis, que otro factor que aumenta la difusión de contenidos, es la indignación y la ira que un hecho publicado produce en las audiencias, esto se evidencia en esta imagen, en la que la publicación informa la llegada siete horas tarde de un senador a la refrendación del acuerdo de paz, en el mes de noviembre. Esto fue compartido 1526 veces, y obtuvo 136 reacciones. Ninguna otra publicación de las estudiadas tuvo tal difusión, ni siquiera aquellas que convocaban a participar o informaban sobre adelantos del proceso de paz o intervenciones del movimiento.

Estas evidencias, muestran lo que Jose Manuel Robles denomina *ciudadanías dispersas*, que resultan frágiles, por cuanto su lazo de unión esta exclusivamente determinado por aspectos o intereses en común que se refuerzan a través de internet (Robles, 2009). En este caso, el lazo es la indignación, que se propaga mediante el paso de los individuos por la red, sin crear un afianzamiento solido de la sociedad. Es decir, estas ciudadanías se componen de individuos nómadas, que toman como cavernas las comunidades y espacios existentes en el nuevo y cambiante mundo digital, para dejar cual “pintura rupestre”, su postura, y luego marcharse omitiendo contexto, información y actos participativos concretos, que conlleven a la construcción de tejido social, mediante la utilización de las diferentes herramientas que ofrece lo digital, como por ejemplo la difusión en *Facebook*.

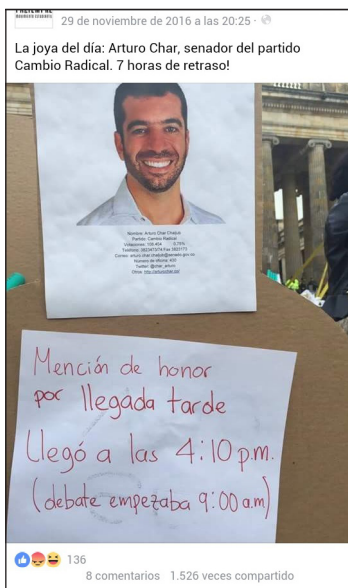


Figura 7. Informe del desarrollo de la actividad Encerración al Congreso de la República. Imagen tomada de la página de Facebook del movimiento Paziempre, 2017.

Fue notable también, la falta de difusión de la trascendencia de los eventos, por parte de los medios de comunicación e información nacionales. En todos los casos hubo enunciación de las actividades por parte de unos pocos medios; sin embargo, esta fue escasa en su exposición, y solo en la actividad de *Encerración al Congreso de la República*, se informó mediáticamente sobre el inicio de las acciones ciudadanas realizadas, pero sin mayores significaciones; es decir, no se dio un registro del núme-

ro de participantes como tampoco un informe de los resultados obtenidos mediante el ejercicio convocado.

Conclusiones

La formación de comunidades y movimientos como Paziempre, y los contenidos que generan, definitivamente contribuyen a la formación ciudadana y a la creación de espacios y estrategias de participación. Sin embargo, esta labor va más allá de la participación mediante la opinión pública, sobrepasa a la acción de manifestar la indignación, la protesta y la denuncia. Paziempre muestra que la movilización y el éxito de sus acciones, requieren de estructuras cooperativas y organizadas en las que prevalezcan objetivos predefinidos, que aporten significantes sobre la ciudadanía misma. Es necesario crear dinámicas comunicativas y participativas, que con base a un conocimiento concienzudo de los contextos y realidades sociales, logren convertir las interacciones digitales en acciones ciudadanas, que no solo construyan puentes entre los ciudadanos, sino también entre estos y el gobierno.

A pesar de que las acciones de Paziempre son consecuentes con las teorías que se han tomado como referentes para la definición de ciudadanía digital, el bajo (aunque trascendente) impacto que generó su movilización, deja entrever que movimientos como estos son formaciones nuevas que requieren de un conjunto de factores externos a ellos para potencializar al máximo sus alcances. Factores tales como el cambio de los imaginarios erróneos o incompletos de la sociedad frente a los conceptos de ciudadanía y participación, ya que esto, en general, le otorga un escaso valor a las acciones participativas de la ciudadanía gestadas desde las herramientas digitales; aun incluso en los medios, se percibe este imaginario al evitar mostrar con mayor relevancia procesos como los promovidos por Paziempre. Estos son retos que poco a poco van siendo enfrentados, y que obstaculizan el desarrollo social y el apalancamiento digital de los ciudadanos para obtener gobernanza.

Es necesario que las *ciudadanías dispersas* que hoy existen en lo digital se apropien de los significados de participación, gobernanza y control;

y los ejerzan mediante la construcción de comunidades sólidas, cuya relación sea fortalecida a través de acciones tangibles, que estén promovidas mediante el conocimiento del manejo de las herramientas digitales, de modo que descubran los alcances que estas les permiten obtener.

El bajo impacto de Paziempre y la escasa formación de colectivos como este, también se derivan del analfabetismo digital que existe en gran parte de la comunidad colombiana. En lo digital y sobre todo en las redes sociales como Facebook, donde las audiencias buscan identificarse con los contenidos, los lenguajes y las formas de narrar deben estructurarse conforme a los objetivos de las difusiones. En este ámbito, cobran gran importancia los elementos audiovisuales y gráficos, que no solo sintetizan la información, sino que también motivan a recibirla. De esto se deriva la importancia de la inversión en la alfabetización digital.

Alejandro Piscitelli, expone que no basta con saber prender un computador y tener conocimientos ofimáticos o de *navegación online*, para tener el título de alfabetización digital. El autor indica que este concepto trasciende los conocimientos informáticos, para llegar a estrechar íntimamente con herramientas estratégicas, que surgen como producto del dominio de las competencias digitales (Piscitelli, 2009, p. 152)

Para que se continúen desarrollando y fortaleciendo acciones como las promovidas por Paziempre, es necesario erradicar lo que Piscitelli denomina *reduccionismo informático* (p. 156), que conlleva a la obstaculización del desarrollo cultural y social de la humanidad, por cuanto no permite que se exploten en su totalidad las herramientas que el mundo digital ofrece (Piscitelli, 2009, pp. 151-166). Hace falta que la sociedad esté abierta a descubrir y utilizar con los propósitos adecuados, mediante un sentido crítico, las redes de poder que traen consigo las tecnologías de la información y la comunicación; de lo contrario, no habrá una evolución y fortalecimiento de la ciudadanía digital.

Referencias

Amado, A. y Rincón, O. (2015). *Remix de discursos*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Castells, M. (2009). Reprogramando las redes de comunicación movimientos sociales, política insurgente y el nuevo espacio público. *Comunicación y poder* (pp. 393-534). Madrid: Alianza Editorial.

Fortich, M. P. y Moreno, A. (2012). *Universidad Libre*. Obtenido de Universidad Libre. Recuperado de <http://www.unilibre.edu.co/verbaiuris/27/elementos-de-la-teoria-de-los-campos-de-pierre-bourdieu-para-una-aproximacion-al-derecho-en-america-latina-consideraciones-revias.pdf>.

García-Canclini, N. (2001). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México. Paidós.

Piscitelli, A. (2009). Capítulo 6: La alfabetización digital como nueva infraestructura. En A. Piscitelli, *Nativos Digitales* (pp. 151-166). Buenos Aires: Santillana.

Robles, J. M. (2009). Tercer Capítulo. En J. M. Robles, *Ciudadanía digital. Una introducción a un nuevo concepto de ciudadano* (pp. 133-135). Barcelona: Editorial UOC.

Ítaca: una estrategia para el uso de las TIC en la alfabetización digital de adultos

Nini Faizully Sanchez Meneses
 nsanchezmen@uniminuto.edu.co

Karen Andrea Sierra Castillo
 ksierracast@uniminuto.edu.co

Adriana Patricia Garzón Forero
 agarznfo@uniminuto.edu.co

Resumen

Ítaca es un proyecto que articula la comunicación y la educación, orientadas a la utilización de las TIC y los aportes de la *historia de vida*, en la *Escuela Piccolino* del Barrio Lisboa, localidad de Suba en Bogotá D.C., Colombia. Un espacio que hace parte de la Fundación Piccolino, que ha trabajado durante 16 años, ofreciendo educación no formal a la población adulta en condición de marginalidad, que no ha iniciado o finalizado sus estudios de primaria o bachillerato.

Nuestra investigación tiene como objetivo, ejecutar una estrategia educomunicativa, que proporcione conocimientos para la alfabetización digital de adultos de la Escuela Piccolino, fortaleciendo sus habilidades comunicativas mediante el uso de diferentes narrativas y el aprovechamiento de herramientas tecnológicas, teniendo en cuenta los lineamientos formativos para los adultos en proceso de alfabetización.

La investigación pretende mitigar la problemática de la baja oferta de educación para adultos, y manejo de las TIC en poblaciones marginales de Colombia, lo que impide el desarrollo igualitario y justo de las comunidades. Para ello, se reconoce que uno de los retos actuales de la educación para adultos es la inclusión, la cual se ve reflejada en un individuo que es capaz de participar plenamente en la sociedad de la información.

A partir de este planteamiento, surge la necesidad de trabajar con la población de *Piccolino*, mediante un proyecto fundamentado en la investigación y la acción participativa, a través del trabajo de campo y la adquisición de una conciencia crítica y reflexiva frente a la problemática a trabajar. Por lo tanto, se hace énfasis en el propósito del proyecto, sustentado a través de la pregunta de investigación ¿qué características debe tener una estrategia desde la comunicación-educación para la alfabetización digital de adultos, en la Escuela Piccolino Lisboa?

De acuerdo a lo anterior, el proyecto cuenta con cuatro etapas de trabajo. La primera etapa, o etapa de diagnóstico, busca identificar las relaciones que establecen los adultos y profesores con el entorno de las nuevas tecnologías, como insumo básico para el diseño de la propuesta. La segunda etapa, contempla el análisis de la estrategia pedagógica implementada en la escuela, a partir de la historia de vida y sus posibilidades de articulación con el proceso de alfabetización digital. La tercera etapa, abordará el diseño de la estrategia pedagógica. Y la última etapa, desarrollará la ejecución y mejoramiento de dicha propuesta.

Como resultado, se espera la creación y puesta en marcha de la estrategia educomunicativa, generando en los participantes, habilidades para el dominio de las TIC, la narración digital y la participación activa en la sociedad de la información. Concluyendo en una investigación profunda, sustentada en el trabajo de campo y finalmente en el fortalecimiento del campo investigativo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, en un ejercicio sistemático que aporta al cambio y a la transformación de problemas sociales que afectan a las comunidades.

Palabras clave: brecha digital, educomunicación, alfabetización digital, TIC, alfabetización de adultos.

Introducción

El siglo XXI ha traído consigo una serie de adelantos tecnológicos e informáticos, que a su paso han reclamado la modificación de los procesos

educativos y formativos de las personas, involucrando directamente el campo de la comunicación y la educación, los cuales indagan sobre un nuevo modelo educativo que no sea solo teórico, sino práctico, orientado a la aplicación y el uso de procesos concretos con resultados tangibles, a partir de la creación de propuestas que impulsen una sociedad más inclusiva, donde todos puedan acceder al conocimiento y a una educación de calidad (Varis, 2012).

Si bien existen diversos estudios que abordan la investigación digital en adultos, se realizó un rastreo en donde se identificó que la gran mayoría de proyectos se enfocan en el manejo de las herramientas tecnológicas, pero muy pocas se direccionan hacia la comprensión de los lenguajes digitales y la creación de contenidos, haciendo uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Dentro de la revisión de antecedentes teóricos, se encontraron investigaciones que se aproximan más que otros al objetivo del proyecto ÍTACA; como por ejemplo, el proyecto de María Auxiliadora Ordoñez y Marta González López, “Alfabetización digital desde la práctica: Una propuesta innovadora para el desarrollo de competencias digitales en adultos”, en el que se pretende crear un programa innovador, con el fin de situar a la población adulta con escaso o nulo conocimiento sobre el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en el foco de la alfabetización digital, logrando el objetivo de adentrar a los adultos en el uso de las tecnologías; un proyecto referente para Ítaca, enlazando acciones y escenarios que implementan estrategias para la educación digital del adulto, y formando individuos prosumidores de la nueva era digital.

De acuerdo a lo anterior, dentro de la investigación se plantea una primera categoría de análisis desde el concepto de educomunicación, con autores como Jorge Huergo e Ismar de Oliveira Soares, quienes proponen la oportunidad de alejarse de los viejos modelos educativos concebidos como herencias culturales, y de adentrarse en la comprensión de las nuevas relaciones de la sociedad, en donde las nuevas tecnologías son parte de la cultura y de los ecosistemas comunicativos de las instituciones escolares y

los procesos de aprendizaje, esto, de acuerdo a una exploración epistemológica de campo, propuesta como un ejercicio cartográfico (Valderrama, 2000).

Una segunda categoría de análisis, son los principios de la educación popular de adultos, propuestos por Paulo Freire, a través de los cuales se busca obtener aprendizaje a partir de la experiencia práctica en la vida de las personas, partiendo de la autoconcienciación y comprensión de la estructura que determina cada una de sus vidas. Enfocado a desarrollar estrategias y técnicas desde sus vivencias, promoviendo la transformación de la realidad. Por otro lado, Marco Raúl Mejía, introduce el tema del uso de las TIC en la educación popular, planteando que a partir de las nuevas lógicas de consumo de información y de comunicación en la era digital, es necesario constituir pedagogías. Desde los espacios educativos, que den cuenta de las nuevas realidades de los sujetos y que muestren cómo acercarse a las nuevas formas de comunicación, desde la comprensión estructural y el análisis crítico, en contraposición al “capitalismo cognitivo”, que trabaja bajo la idea técnica-objetiva de los procesos educativos y pedagógicos.

Finalmente, una categoría de análisis enmarcada en la alfabetización digital, citando autores como de Alfonso Gutiérrez Martín, quien plantea la urgencia de una nueva alfabetización sistematizada que responda a las necesidades derivadas de un nuevo orden social (Gutiérrez, (2003). Así como José Manuel Pérez Tornero y Tapio Varis, autores que ven en la alfabetización mediática y el nuevo humanismo, alternativas que constituyen el sentido de la ciudadanía en una sociedad global (Varis, 2012).

En el marco de esta investigación, se reconoce la inminente necesidad de generar nuevos espacios y dinámicas de aprendizaje, donde la alfabetización digital desde los espacios de educación no formal, se plantee como una posibilidad para el desarrollo potencial del individuo, promoviendo su desenvolvimiento y autonomía en los contextos donde convive, a partir del fortalecimiento de su capacidad de análisis crítico en la realidad, que derive en amplias posibilidades de una participación cívica.

La relevancia de este proyecto, radica en que se parte de una mirada en donde la alfabetización de adultos no se reduce a la automatización de las técnicas de uso de las herramientas tecnológicas, sino desde la necesidad de extender el proyecto de enseñanza de las nuevas tecnologías, al campo del análisis crítico de medios, la comprensión de los lenguajes digitales con los que se producen los mensajes que la sociedad consume, y sobre el papel de la ciudadanía en la producción de contenido desde el contexto propio; en este caso, a partir de poblaciones vulnerables con problemáticas sociales muy agudas.

Desde esta propuesta, también se le apuesta a la reducción de la brecha digital, que se hace visible en el uso desigual de las herramientas tecnológicas y el acceso poco equitativo de las personas de escasos recursos económicos o en condición de pobreza von relación al resto de la población, siendo esto una situación que incrementa y promueve las desigualdades sociales ya existentes, dejando como consecuencia exclusión social y cultural, que se generaliza en los individuos de acuerdo a su entorno. Por lo tanto, la pregunta que orienta esta investigación está dirigida a establecer: ¿qué características debe tener una estrategia desde la comunicación-educación para la alfabetización digital de adultos, en la Escuela Piccolino Lisboa?

Objetivos

Objetivo general

Este trabajo presenta como objetivo, la creación de una propuesta educocomunicativa para la alfabetización digital que recree los ciclos de formación para adultos de la Escuela Informal Piccolino, Sede Lisboa. Dentro de la estrategia se plantean una serie de actividades que buscan el desarrollo de habilidades narrativas en el campo digital y uso de las TIC en los adultos participantes. Los objetivos específicos se expresan de la siguiente manera.

Objetivos específicos

- Analizar la relación de los adultos y los profesores con las nuevas tecnologías en su vida cotidiana y su espacio de formación.

- Identificar las herramientas, procesos y etapas para el desarrollo de habilidades narrativas digitales y uso de las TIC en los adultos participantes.
- Generar en los participantes, habilidades para el dominio de las TIC, la narración digital y la participación activa en la sociedad de la información.

Metodología

La investigación llevada a cabo es de tipo cualitativa. Las etapas propuestas en el proyecto de investigación están enmarcadas en la acción participativa, desarrollada inicialmente por Kurt Lewis en 1944 y luego adaptada a una vertiente desde la educación por Paulo Freire en 1974 en Brasil, y en Colombia por Orlando Fals Borda, a través de la cual se busca, no solo la identificación de una problemática particular, sino el desarrollo de estrategias de solución y análisis de los resultados obtenidos.

De acuerdo a lo anterior, el desarrollo de la investigación y trabajo de campo se articula en etapas: la primera etapa o etapa de diagnóstico identificó las relaciones que establecen los adultos y profesores con el entorno de las nuevas tecnologías como insumo básico para el diseño de la propuesta. La segunda etapa contempla el análisis de la estrategia pedagógica implementada en la escuela a partir de la historia de vida y sus posibilidades de articulación con el proceso de alfabetización digital. La tercera etapa aborda el diseño de la estrategia pedagógica. Y la última etapa desarrollará la ejecución y mejoramiento de dicha propuesta. Ahora, cabe destacar que es una investigación que actualmente está en curso, encontrándose en la tercera etapa que corresponde al el diseño de la estrategia pedagógica.

El grupo de adultos que participa del proyecto está conformado por alrededor de 30 adultos entre los 25 y 76 años de edad. La propuesta utiliza de manera transversal a la investigación, el desarrollo de la *historia de vida* como instrumento de recolección de información, ya que ésta herramienta está articulada a una estrategia pedagógica llamada *Diario de vida*, usada en el entorno en donde se desarrollará la investigación. También se trabajó la observación participante y los grupos focales para complementar la

información del diagnóstico. En este punto hay que aclarar que al tratarse de un tipo de educación no formal, las personas ingresan y salen de la escuela de manera intermitente, siendo este un factor de complejidad para la investigación, demandando la innovación en cada etapa del proceso para generar en ellos un método de enseñanza que consideren agradable, productivo y que refleje resultados del aprendizaje.

Al desarrollar la primera etapa de trabajo, se buscó obtener una mirada general del lugar que ocupan las tecnologías en la vida de cada individuo y tener un diagnóstico del espacio a trabajar. En la observación del espacio en el que se trabaja es evidente la falta de elementos o herramientas tecnológicas necesarias para el aprendizaje de estas personas en el aspecto digital, un factor que incide en el acercamiento que cada individuo desee realizar al uso de las TIC. Para esta fase fue necesario llevar un diario de campo, en donde se registró la actividad realizada en cada sesión y las conclusiones del ejercicio, de acuerdo a las dinámicas que se dan en la escuela. Desde este análisis, basado en el ejercicio del ver y el juzgar, se abre paso a la segunda etapa.

Para la segunda fase, se trabaja con el apoyo de la herramienta del *diario de vida*. Este nos permite orientar el proceso de formación, y de esta manera, guiar el análisis que nutrirá el diagnóstico. *El diario de vida*, ha sido útil para conocer a profundidad las fortalezas o debilidades que tiene cada uno de los estudiantes de Piccolino en el desarrollo de su día a día, para saber cuáles son los posibles impedimentos que presentan a nivel personal, para la superación del analfabetismo que han llevado a lo largo de sus vidas. Además de ello, es la herramienta que ha permitido crear una relación entre los investigadores y los estudiantes de la escuela Piccolino, para trabajar desde los intereses de cada uno de los estudiantes hacia lo que les motiva y estimula en su ciclo de aprendizaje, dando paso a la tercera fase.

Durante la tercera fase de la metodología, se diseña un diagrama de actividades a partir de la información recopilada de la primera y segunda etapa ya culminada, direccionando la investigación bajo una propuesta

formadora en la cual haya un acercamiento hacia las nuevas tecnologías. En cada actividad propuesta, se busca generar un aprendizaje basado en el adecuado uso de las herramientas tecnológicas, contemplando el aprendizaje de cada individuo a partir de historias de su propia autoría, creando contenidos pensados en la emisión de un mensaje que transmita emociones desde sus propias vivencias, y enlazado a ello se aprenda un adecuado uso de las herramientas.

Dentro de la metodología se crean espacios de reflexión acerca de las TIC y los escenarios digitales, para ello se utilizan contenidos ya creados, los cuales sirven como herramientas a juzgar por los participantes; permitiendo así que ellos conozcan las posibilidades que habilita la red, las distintas formas de comunicar y los mensajes que traen implícitos los contenidos. Luego de que ellos juzguen la forma de crear contenidos y manifiesten sus intereses, se pone en marcha el acercamiento al uso de las tecnologías haciendo uso de *tablets*, celulares y cámaras fotográficas como una prueba y ensayo; claro está, sin alejarnos de los procesos de escritura, siendo un complemento al proceso.

Resultados y discusiones

Como resultados parciales de la investigación y de acuerdo al primer objetivo de investigación, se identifica que en los adultos que participan del proceso, se ve reflejada la brecha digital que separa las diferentes generaciones, y en este caso también está directamente relacionado con su situación socioeconómica, que no les permite tener acceso a internet y adquirir aparatos electrónicos como una *tablet* o un *smartphone*. Igualmente, y derivado de lo anterior, los primeros resultados reflejan un vacío de competencias digitales, incluso en las franjas de edad más tempranas.

Esto es preocupante, puesto que el espacio de educación no formal en el que se encuentran no está fortaleciendo habilidades para la comprensión de los lenguajes de las plataformas virtuales y tampoco para su manejo técnico, ya que en el proceso educativo no se hace uso de recursos tecnológicos de apoyo. Lo anterior, ofrece un panorama en el que los adultos

no explotan al máximo las posibilidades de crecimiento personal y aprendizaje que otorga internet, al tiempo que no se sienten incentivados para aprender de manera autónoma.

No menos preocupante, es el hecho de que por causa del desconocimiento de las herramientas que ofrece el mundo digital representado en el Internet, la mayoría de los adultos no crean ningún tipo de contenido *web*, tampoco participan activamente en redes sociales y mucho menos utilizan las herramientas de comunicación como el correo o la mensajería instantánea.

Aunque un grupo minoritario (5 personas) de los adultos si poseen por lo menos un teléfono con acceso a internet, estos no usan dicha herramienta, porque no poseen un plan de datos que les permita usar todas las aplicaciones que tiene el celular. Por otro lado, hay una despreocupación por parte de los líderes del proyecto educativo por involucrar las tecnologías como apoyo al proceso educativo, pues la misión desde su punto de vista, se reduce a ofrecer los conocimientos básicos para que el adulto aprenda a leer, escribir y desarrollar las operaciones matemáticas básicas.

Diagnóstico del espacio

Al analizar la relación de los adultos y los profesores con las nuevas tecnologías en su vida cotidiana y su espacio de formación, con la información de los diarios de campo, se realiza una matriz de observación de todo el escenario donde se construye el proceso, de acuerdo a aspectos de estructura, organización, recursos y modos de trabajar obteniendo como resultado un visión amplia de las carencias que tiene esta escuela.

Se obtiene como resultado, el estado nulo de aproximación a las tecnologías, pues en esta escuela sólo existe un computador, que no resulta apto para los trabajos que se pretenden realizar, pues tiene un procesador lento, carece de actualizaciones y no cubre la demanda de los participantes. Esto nos da la respuesta a la ausencia de conocimiento digital

que presentan los participantes, pues no cuentan con las herramientas para lograr la exploración tecnológica.

En aspectos generales, la estructura física de Piccolino no es agradable visualmente, pues la ubicación de trabajo está rodeada de malos olores, daños en las fachadas de los salones, sillas y pupitres en mal estado, elementos de trabajo poco apropiados y la ausencia de herramientas didácticas para facilitar el proceso de educación. Para llegar a la solución de estas faltas, se trabaja en una propuesta que contribuya a este fin, reconociendo la inminente necesidad de acercarlos a la educación tecnológica. Para ello, se ha mitigado esta situación con la ayuda de *tablets* y herramientas que han facilitado los estudiantes, para así lograr que la enseñanza sea efectiva.

A partir de la totalidad del análisis de la información, será posible establecer otros resultados que nos lleven a la identificación de posibles metodologías y herramientas, en la alfabetización digital, de acuerdo al entorno y el proceso educativo que adelantan los estudiantes.

Importancia de la historia del individuo para su proceso.

Querer superar el analfabetismo, tanto digital como de lectura y escritura, genera en cada adulto que pertenece a Piccolino, una esperanza de sentirse participe y nunca más rechazado. Ahora, ya que pueden superarse, porque lo desean y porque pueden contar con un espacio que les brinda el apoyo y la oportunidad de hacerlo, es evidente cuán importante es para cada la vida de cada uno de ellos, poder hacer parte de este proceso de aprendizaje, además de ser un proceso de superación, frente al cual, los participantes se muestran motivados, con el compromiso al realizar cada actividad, a participar activamente de las actividades planteadas, partiendo de una necesidad establecida en su propia *historia de vida*, que hoy en día los mueve y les da razones para tomar la decisión de creer que nunca es tarde para aprender y superarse en la vida, tomando las vivencias negativas como motivación para salir adelante. Pero lo más importante de que tengan una historia de vida que los acompaña en su proceso, es que tienen historias por contar.

Introducción al aprendizaje

Al emprender el proceso de formación con adultos, se comprende que hay diferentes etapas de analfabetismo, las cuales se deben tener en cuenta para la apropiación del conocimiento, el desarrollo de los temas y el manejo de cada clase. Se identifica que la alfabetización digital es un elemento que está antecedido por la alfabetización básica, la cual implica lectura y escritura. En este resultado, se explora la introducción en el aprendizaje, al evidenciar que los participantes no tienen el mismo nivel de conocimientos. Para manejar este hallazgo, se divide el grupo en tres niveles: Las personas totalmente analfabetas, los participantes que tienen nociones básicas de lectura y escritura, y finalmente, quienes lideran este proceso; permitiendo así, que la aproximación hacia las nuevas tecnologías sea la adecuada, bajo una propuesta sistemática que aborde los temas que se deben tratar con cada individuo, y la forma apropiada de seleccionar las herramientas tecnológicas que sea pertinente utilizar.

Conclusiones

Como conclusiones parciales del ejercicio investigativo, es posible afirmar que a partir de la intervención de espacios de alfabetización para adultos, direccionados por el enfoque de educación popular de los años 80 en América Latina, existe la necesidad apremiante de la actualización del proyecto pedagógico, en torno a las nuevas formas de comunicación de nuestra sociedad, que se dan en entornos digitales, y sobre las cuales los adultos participantes se comportan como sujetos pasivos, resultado del bajo nivel de comprensión sobre estas temáticas y técnicas. El rápido avance de la tecnología, aumenta la brecha digital y esto significa un mayor aislamiento o exclusión de los individuos de la sociedad.

Estamos, en ese sentido, ante una nueva situación, que evidencia las carencias en alfabetización mediática, de la población, pero en este caso, evidenciadas a través de la falta de habilidades para el uso de las herramientas digitales, cada vez más extendidas y generalizadas, sin las cuales resulta complicado desenvolverse en el contexto hipermedia que nos rodea. Un dominio por lo menos inicial de esas herramientas, no se podrá

equiparar nunca a la adquisición de la competencia digital plena, pero sí colaborará de manera muy significativa al empoderamiento ciudadano y al desarrollo del conjunto de competencias que configuran la alfabetización mediática.

De acuerdo al planteamiento investigativo, se espera en la última etapa de investigación, proponer una efectiva estrategia educocomunicativa, con el proyecto en Piccolino, que resulte útil para otras propuestas pedagógicas; en la que se presente una estrategia de alfabetización digital, que responda a las necesidades derivadas de un nuevo orden social. En esta, se propone una alfabetización que integre múltiples características que capaciten al estudiante para desenvolverse en todos los campos de su vida, identificándose como un ciudadano de la sociedad global y de un país. Capaz de sentirse partícipe en diferentes ámbitos o campos de su vida, siendo crítico y creador de nuevos contenidos, y aportando con cambios necesarios, en un entorno donde los recientes lenguajes y formas de comunicar resultan decisivos para la construcción y el avance de un mundo mejor.

Referencias

- Gutiérrez, A. (2003). *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa.
- Valderrama, C. (2000). *Comunicación-educación*. Bogotá: Universidad Central, Departamento de Investigaciones
- Varis, J. M. (2013). *Alfabetización Mediática y Nuevo Humanismo*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya; Moscow: UNESCO - Institute for Information Technologies in Education.

Facebook: el coloquio mediático para ciudadanías invisibles. Contexto colombiano

Guadalupe Vargas Cortés
 gvargascort@uniminuto.edu.co

Resumen

Este artículo expone los resultados y conclusiones obtenidos mediante un proceso de investigación mixta, en el que se propuso identificar y analizar las dinámicas e interacciones comunicativas en Facebook, en torno a temas sociopolíticos, expuestos a partir de la intervención de los medios de información tradicionales en esta red social; para verificar cómo influyen dichas dinámicas en la construcción de ciudadanía. El proceso investigativo se estructuró mediante una metodología mixta, que usó las herramientas del *análisis de contenido cuantitativo* y la *fenomenología*, para analizar las discusiones en Facebook, en torno a las publicaciones realizadas por dos medios nacionales de prensa escrita; y un ejercicio de participación, promovido desde un medio noticioso de televisión nacional. De este modo, fue posible comprobar que estas interacciones están fuertemente incididas por un factor emocional, donde predomina la ira y el rechazo, resultando en discursos ofensivos, como producto del estímulo polarizador que generan los líderes políticos del país, y que es transmitido por los medios. Esto origina que el proceso de ciudadanía se estanque en la asociatividad en redes participativas, y no permite que estas relaciones desemboquen en acciones concretas. Ante estas conclusiones, surgen propuestas a partir de la teoría de auto-comunicación de masas, expuesta por Manuel Castells.

Palabras clave: ciudadanía, dinámicas de comunicación, medios de información, participación, redes sociales.

Introducción

Al encontrarnos en un contexto sociocultural donde las nuevas tecnologías crean estructuras comunicativas e interrelacionales que varían cada

vez a pasos más acelerados, los medios periodísticos han ideado procesos de incorporación a estos entornos digitales para estar a la vanguardia, y han encontrado en las redes sociales un gran aliado. Esto les ha permitido tener de manera constante un flujo informativo sobre la sociedad, creando dinámicas comunicativas distintas, que pueden afectar el actuar de la ciudadanía, y la forma como conceptualizan la realidad.

Ante tal panorama, se hace necesario analizar este ciclo de procesos, con el fin de constatar de qué manera afecta a la sociedad; y qué mejor escenario para hacerlo que Facebook, una red social que ha cobrado gran importancia en la cotidianidad de los individuos, y se ha posicionado como un ecosistema comunicativo, que a su vez funciona como herramienta de participación y debate en Colombia.

Teniendo en cuenta este contexto y viendo la escasa investigación que se ha realizado en torno al enlace *medios periodísticos tradicionales-tecnologías de información y comunicación digital-ciudadanía*, se determinó como objetivo principal el identificar qué ciudadanía surge de las interacciones en Facebook entorno a temas sociopolíticos, mediante la gestión de los medios de información en esta red Social, en el contexto colombiano.

Como elementos teóricos importantes, resaltan los aportes de Mauricio García Villegas y César Rodríguez, cuyo trabajo de estudio sobre la concepción de lo jurídico, las leyes y la política en América Latina, abre un marco respecto a lo cultural que sirve de referente a la hora de analizar las dinámicas comunicativas respecto a temas sociopolíticos, y su origen. (García y Rodríguez, 2003, pp. 27-32).

En la definición de las variables de estudio, fueron ilustrativos los aportes de Estrella Israel Garzón (2001), frente a comunicación intercultural, en la medida que define las características mínimas para un adecuado proceso de comunicación (p. 32) y los ruidos que se pueden generar (p. 57) aplicados en este estudio al desempeño de los medios periodísticos.

En referencia a los medios y su gestión informativa y social, también se tuvieron en cuenta los aportes de Donald L. Shaw y Maxwell McCombs, con la *teoría de la agenda setting* y Mauro Wolff con su obra *La investigación de la comunicación de masas*, en la que se enlaza la *teoría de la agenda* con el concepto de *mass media* (Wolff, 1987, pp. 163-196).

El trabajo de Esteban Llaguno Thomas (2010), expuesto en su artículo *Concepción de ciudadanía en las teorías latinoamericanas sobre comunicación de masas* (Llaguno, 2010), es la base para la conceptualización de la ciudadanía en esta investigación; y sin duda alguna, Manuel Castells con su teoría de autocomunicación de masas (2009), se convierte en un referente importante para cumplir el objeto propositivo de este trabajo.

A lo largo de este artículo, se evidenciará cómo estos autores aportan a la construcción de un hilo temático que pasa por el análisis crítico de los medios periodísticos, las mediaciones digitales de las audiencias y la construcción de ciudadanía. La metodología aplicada, profundiza en las realidades, permitiendo determinar el papel de los medios de comunicación frente al planteamiento de la agenda social y el debate de la misma, mediante sus publicaciones en Facebook. Analizar las interacciones comunicativas que surgen en esta red social y que giran en torno a temas políticos y sociales, e identificar las características de las interacciones en Facebook, con relación al concepto de ciudadanía, generando como resultados el conocimiento sobre el funcionamiento de las dinámicas comunicativas digitales en Facebook, qué tipo de consecuencias genera en la sociedad, y por qué se concluye la existencia de *ciudadanías invisibles* en estos entornos participativos. Tales conclusiones, conllevaran a un aporte reflexivo y propositivo frente al proceso de construcción de *ciudadanías visibles*, partícipes y activas desde espacios como las redes sociales.

Metodología

Para este proceso, se hizo uso de una metodología mixta no experimental, que enlaza la *fenomenología*, con las técnicas de análisis de contenido, mediante el uso de la observación como herramienta de recolección

de datos, que posteriormente son registrados en un *diario de campo*, para su análisis, codificación y cuantificación. Por lo cual, siguiendo la estructura de la técnica de análisis de contenido, se definieron las siguientes unidades:

Unidad de muestreo: entendida como las noticias acerca de temas sociopolíticos, publicados en la red social Facebook. De manera intencional, se seleccionaron los medios de prensa escrita: Revista Semana y El Tiempo, junto con el noticiero televisivo de Noticias RCN. Se seleccionaron dos medios escritos, por cuanto el formato les permite tener mayor ampliación informativa que un medio radial o televisivo. Con el fin de cubrir mayor diversidad de audiencia, se seleccionó Noticias RCN, teniendo en cuenta que, de los medios nacionales, es el que más debates de opinión presenta en sus emisiones.

La unidad de contexto: se refiere a las conversaciones y reacciones que se generaron en Facebook tras la publicación de la noticia o informe del medio. En cada caso de muestra, se seleccionó la conversación con mayor cantidad de participaciones, constituidas por las respuestas a un comentario.

Unidades de registro: son cada uno de los comentarios de dichas conversaciones, analizados en un marco semántico, aplicado al conjunto de palabras que componía cada participación, para identificar habilidades comunicativas, actitudes evidentes en el comentario, conocimiento de los eventos políticos, su contexto y antecedentes, y la posición dentro de un determinado sistema sociocultural, frente al contexto expuesto en la noticia; siendo estas, las variables del estudio.

Se consideró necesario tomar también como unidad de análisis, las noticias que se mencionaron anteriormente como unidad de muestreo. Esto, teniendo en cuenta que la gestión del medio es la intervención generadora de las demás participaciones, y por ende, en el análisis se buscó identificar el manejo que le da el medio a la información, verificando si se aplican o no, las características de distorsión citadas por Estrella Israel Garzón en su libro *Comunicación y Periodismo en una Sociedad Global*, que serían las siguientes: la nivelación, cuando las sucesivas versiones omiten detalles,

se acortan y se perciben y se recuerdan con más facilidad; la acentuación , cuando un detalle perdurable adquiere mayor importancia y énfasis; y la asimilación , cuando los intereses, motivaciones y expectativas especiales del sujeto influyen en la interpretación de lo que oyen (Allport y Postman, 1947, citado por Israel, 2001, p. 57).

Estos conceptos se tomaron como variables de estudio, pero no aplicados a las audiencias como lo expone la autora, sino en los medios de comunicación directamente, permitiendo identificar si distorsionan o no la noticia. En este estudio, se utilizó el método de análisis de contenido por conteo de palabras, mediante el software *Atlas TI 8*, conjuntamente con la observación *fenomenológica*.

El proceso de observación y registro se realizó durante los meses de abril, mayo y junio del año 2017, por medio del estudio de tres publicaciones, seleccionadas bajo los criterios temáticos (sociopolíticos) y de relevancia (importancia de carácter nacional), requeridos conforme al planteamiento de los objetivos de investigación. Las conversaciones observadas constaban de un promedio de entre 60 y 90 participaciones, que se categorizaron en las variables de estudio ya mencionadas.

Resultados

Inicialmente, se buscó determinar las características de Facebook, que podrían influenciar los procesos de comunicación. Se observó que al ingresar a la plataforma, la página incentiva a compartir “qué estás pensando”, mediante una “muestra de interés”, que se hace explícita con lenguaje coloquial. Esta característica, se convierte en un factor importante dentro del proceso de interacción. Dunia Pino y Yaneth Alfonso, investigadoras de la Universidad de Cienfuegos de Cuba, indican que uno de los principios de la interacción social simbólica que se considera más relevante, es la capacidad de pensamiento de los seres humanos que está modelada por la interacción social, y que en esta las personas aprenden los significados y los símbolos que les permiten ejercer su capacidad de pensamiento (Pino y Alfonso, 2011). Sin embargo, también exponen que “las personas son capaces de modificar o

alterar los significados y los símbolos que usan en la acción y la interacción sobre la base de su interpretación de la situación.” (Pino y Alfonso, 2011, párr. 23) Entonces, entendemos que la pregunta “¿qué estás pensando?”, puede ser algo contraproducente en un contexto de discusión social.

En el contexto colombiano, se encuentra que en este proceso interactivo es natural que se levanten barreras y ruidos comunicacionales que, según Estrella Israel Garzón (2001), pueden ser barreras políticas, de interacción selectiva o barreras sociales-culturales por la diferencia de estatus o clase (p. 14). En el caso de Facebook, a este hecho se le suma la inclinación hacia la emocionalidad que posee esta red social, con la posibilidad de interactuar con el gusto, el encanto, la diversión, la tristeza y el enojo ante las diferentes publicaciones.

La verificación de las variables de *nivelación*, *acentuación* y *asimilación*, se realizó sobre tres noticias: una publicación del día 1^o de abril de 2017, realizada por la *Revista Semana*, en la que se trataba el tema de la marcha anticorrupción, realizada el mismo día en varias ciudades colombianas, con una mención del medio sobre el papel de Álvaro Uribe Vélez durante el evento (*Revista Semana*, abril 1 de 2017). Una noticia del diario *El Tiempo*, que exponía la finalización del paro de maestros el día 16 de junio de 2017 y los acuerdos obtenidos mediante la negociación con el gobierno (*Noticias RCN*, junio 27 de 2017). Y, por último, un debate transmitido por *Noticias RCN*, junto con una encuesta dirigida a la ciudadanía, respecto a la dejación de armas del grupo Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia, Ejército del Pueblo (FARC-EP) y su participación en la política (*El Tiempo*, junio 16 de 2017).

Tabla 1. Resultados de medición de variables cualitativas en los tres casos de estudio

Medio que publica la noticia	Variables	
	Polarización	Distorsión de la noticia por el medio
<i>Revista Semana</i>	Polarización en la audiencia	Acentuación
<i>El Tiempo</i>	Sin polarización	Nivelación y acentuación
<i>Noticias RCN</i>	Polarización en el medio	Acentuación y asimilación

Fuente: elaboración propia.

Caso uno: Revista Semana, “Esta marcha debe continuar: Álvaro Uribe Vélez”

En la publicación de Revista Semana, mediante un análisis de contenido, de conteo de palabras, se evidenció que los temas de la noticia eran Uribe, con 22 referencias, Santos, con 28 referencias (aunque este no participó del evento). También, se encontró que de 2144 palabras que componían el artículo (contando las sugerencias de otras publicaciones por parte de la revista), 908 palabras se usaron para hablar de la marcha en Medellín, donde hizo presencia Álvaro Uribe Vélez, y 1236 se emplearon para hablar de los sucesos de Bogotá, Cali y Barranquilla. Este énfasis, demuestra una acentuación de la información caracterizada como distorsiva.

Se evidencia un ruido semántico en la noticia, al seleccionar la palabra expresidente para referirse a Álvaro Uribe Vélez, de manera permanente, a pesar de que este ocupa el cargo de senador. También hay una acentuación en la noticia, sobre Álvaro Uribe Vélez, su actuación en Medellín y su rivalidad con Santos; además, se acentúan los personajes políticos más polémicos, no solo en los textos, sino a través de las imágenes. Hay también, un error de nivelación al informar dos datos diferentes de la cantidad de marchantes en la ciudad de barranquilla. Los hechos ocurridos en esta fecha, en efecto estuvieron más allá de la protesta contra la corrupción, acogiendo diferentes temáticas y grupos sociales que buscan defender su postura frente a diferentes acontecimientos sociopolíticos del país. Este análisis muestra que la polarización es originada por los líderes políticos, para luego ser transmitida y masificada por los medios periodísticos, con un énfasis controversial.

Caso dos: Periódico El Tiempo, “Después de 37 días de paro, docentes llegan a acuerdo con el Gobierno”

En el caso del periódico *El Tiempo*, la noticia fue publicada el día 16 de Junio de 2017. En la cuenta de Facebook, se publicó el titular de la noticia que enunciaba “*Después de 37 días de paro, docentes llegan a acuerdo con el Gobierno*”. A lo largo del texto, se resaltan en negrilla varios aspectos de la información, haciendo énfasis en lo referente a lo económico, resaltándolo como un factor trascendental dentro del proceso de negociación.

Esta observación, también está sustentada por el análisis de contenido realizado mediante conteo de palabras, donde se evidencio que después de la mención de los actores involucrados, la palabra bonificación y palabras que funcionan como sinónimos del factor económico, tienen entre seis y diez repeticiones durante el texto, compuesto de 1332 palabras.

Al finalizar el video, se expone un pronunciamiento del presidente, cuyo discurso enfatiza nuevamente el factor económico. De los 21 puntos acordados (como se menciona al inicio de la noticia), se exponen solo siete, resaltados como los más importantes. Estos en su mayoría, aluden al factor económico. Tanto en la ampliación de la noticia en texto, como en el video, se expone que adicional a los 7 puntos resaltados como principales, se llegaron a otros 15 acuerdos mencionados brevemente de manera temática. Se evidencia que en los discursos de los representantes del gobierno, se busca expresar que hubo esfuerzo por su parte para lograr un acuerdo, y se hace énfasis en los compromisos que según ellos han cumplido y seguirán cumpliendo.

Hay acentuación durante la noticia, en lo referente al factor económico durante el proceso de negociación. El medio solo trasmite lo emitido oficialmente por los representantes del gobierno, sin indagar más a fondo en las superficialidades que se evidencian en los discursos. Esto revela fallas de nivelación, por cuanto se minimiza información; mientras que por otra parte, se llena información con datos reiterativos. No obstante, no se genera polarización temática en las discusiones mediante la función del medio o el papel de los involucrados en la noticia.

Caso Tres: Noticias RCN, “¿Cree que las Farc están listas para cambiar ‘las balas por los votos?’”

En el caso de Noticias RCN, en su página de Facebook se evidencia una publicación el día 28 de junio de 2017. Esta consta de un titular que dice “¿Cree que las Farc están listas para cambiar ‘las balas por los votos?’” Con un subtítulo que dice *El profesor universitario y el ex-viceministro de Defensa respondieron a la pregunta*. Antes del título, hay una foto del Presidente Santos estrechando la mano con el comandante en Jefe de las Farc, Rodrigo Londoño Echeverry, alias “Timochenko”, sobre escrita con un No,

representado con un emoticón de enojo. Luego decía partícipe y al lado un Sí, con un emoticón de me encanta (los símbolos son los empleados por Facebook en las reacciones). Antes, hay un enunciado que invita a la ciudadanía a participar en la encuesta diciendo “la respuesta la tiene usted. Participe con su voto y escriba sus comentarios en la parte inferior.” En el momento de la observación, la publicación contaba con nueve horas de exposición en la red social Facebook y se evidenciaban las siguientes reacciones como respuesta a la encuesta:

- Me encanta: 499
- Me enoja: 2884
- Me divierte: 93
- Me gusta: 300

Como resultado, se encuentran que el debate organizado por el medio es verticalizado por el medio a favor del No, debido a la elección de los participantes con experiencia política tan diferente. La elección de la expresión *balas por votos*, genera ruido semántico, y el manejo que le da el medio al evento, evidencia asimilación y acentuación.

Resultados porcentuales de medición de variables cuantificadas en los tres casos de estudio

Teniendo clara la existencia de los ruidos y las barreras comunicativas, e identificando que en Facebook predominan las barreras políticas y sociales-culturales, se definieron las variables de estudio, sobre la construcción teórica realizada por Estrella Israel, quien sustenta que para garantizar un buen proceso de comunicación que disminuya los ruidos generados por las barreras expuestas anteriormente, se debe contar con ciertos factores clasificados en cuatro clases:

- a) Habilidades comunicativas (codificadoras: hablar y escribir, decodificadoras: escuchar y leer, y el pensamiento o la reflexión).
- b) Actitudes.
- c) Nivel de conocimiento.
- d) Posición dentro de un determinado sistema sociocultural. (Israel, 2001 p. 32)

En la verificación de estas variables, se empleó un promedio entre 60-90 unidades de análisis, siendo estas los comentarios que conforman las participaciones dentro de una sola conversación, en torno a las publicaciones realizadas por los medios.

Tabla 2. Número de unidades de análisis por caso

Cantidad de unidades de análisis por unidad de muestreo	
<i>Revista Semana</i>	79
<i>El Tiempo</i>	87
<i>Noticias RCN</i>	64

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de *Semana*, después de dos días de publicación, la noticia contaba con 1290 comentarios, 4190 reacciones, y había sido compartida 388 veces desde la publicación del medio. Fueron muchos los comentarios que dieron origen a conversaciones. Para el ejercicio de observación, se seleccionó la conversación con mayor número de participaciones: 78 respuestas generadas por el primer comentario que figura bajo la publicación, sumando 79 intervenciones. El comentario generador, expresa ironía ante el hecho de que fue organizada por Álvaro Uribe Vélez, y lo expresa mediante una analogía, en que la compara con una marcha hipotética convocada por Rafael Uribe Noguera, contra la violencia, violación y asesinato de niños.

En la publicación del periódico *El Tiempo*, durante el ejercicio de observación, se tomó la conversación más larga, conformada por 87 comentarios. El comentario que da origen a la conversación, señala que encuentra problemático que los estudiantes no tengan vacaciones, y asegura que el gobierno no cumplirá los acuerdos y se llegará a otro paro.

En la discusión se evidencian varios temas: sátira a partir del tema, alcance de los acuerdos, perspectiva de la labor del gobierno en cuanto al acuerdo, la labor de los padres y maestros en torno a la educación. Después de una hora de publicación, la noticia tenía 5127 reacciones y se había compartido 3326 veces.

Para la observación de las interacciones en torno al debate y encuestas realizados por Noticias RCN, se tomó en cuenta una conversación de 64 participaciones, incluyendo el comentario inicial. La participación que da origen a la discusión, rechaza la publicación del canal RCN, viéndolo como *un intento de sabotaje del proceso* y relacionando el canal con el grupo paramilitar AUC. Después de nueve horas de la publicación, esta tenía 3799 reacciones, 955 comentarios y había sido compartida 49 veces.

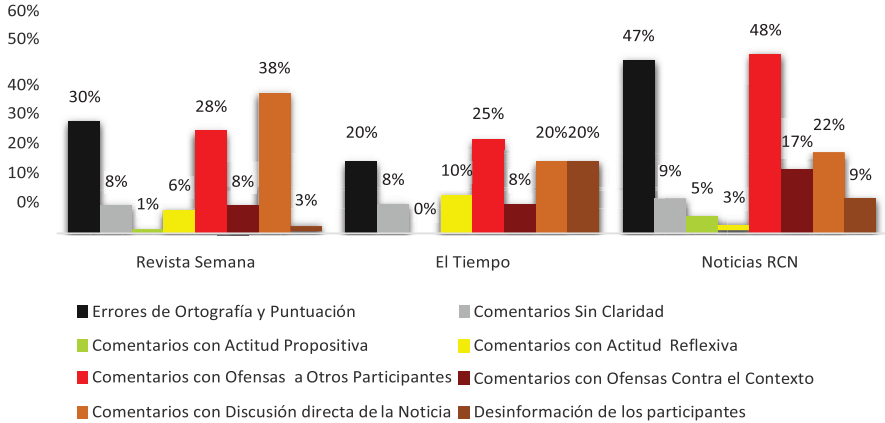
A continuación, se exponen los resultados de la codificación y cuantificación de los datos recolectados, que con base a las variables definidas, permitieron identificar que las interacciones comunicativas en Facebook, en torno a la gestión informativa de los medios periodísticos, constan de unas dinámicas de emocionalidad, fundadas en la ira, el rechazo y la indignación, que no permiten participaciones reflexivas y propositivas que puedan dar paso a acciones participativas concretas. Esto también, a raíz de que las intervenciones no están organizadas en torno a objetivos específicos y colectivos, sino que surgen alrededor de temas agendados por las elites políticas y mediáticas, cuyos contenidos de discusión están compuestos por arsenales de participaciones destinadas al fin individual de posicionar una postura propia frente a las demás. Estas son dinámicas fugaces, efusivas, que desarmen la estructura comunicacional y la convierten en obstructiva.

Tabla 3. Resultados porcentuales de medición de variables cuantificadas sobre las unidades de análisis de los tres casos de estudio

Medio que publica la noticia	Variable							
	Errores de ortografía y puntuación	Comentarios sin claridad	Comentarios con actitud propositiva	Comentarios con actitud reflexiva	Comentarios con ofensas a otros participantes	Comentarios con ofensas contra el contexto	Comentarios con discusión directa de la noticia	Desinformación de los participantes
Revista Semana	30%	8%	1%	6%	28%	8%	38%	3%
El Tiempo	20%	8%	0%	10%	25%	8%	20%	20%
Noticias RCN	47%	9%	5%	3%	48%	17%	22%	9%

Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO DE RESULTADOS DE MEDICIÓN DE VARIABLES NUMÉRICAS EN LOS TRES CASOS DE ESTUDIO



Es evidente que la red social Facebook, tiene un gran poder de difusión. De hecho, de acuerdo con lo anunciado a mediados de junio del presente año, por su fundador Mark Zuckerberg, la misión de la red social que antes era lograr que la gente en el mundo se conectara con sus amigos y familiares, ya no es suficiente y por esto se ha propuesto ayudar a la gente a establecer un sentido de comunidad y exponerlos a nuevas perspectivas e ideas con las que aún no están familiarizados. A medida que se vaya cumpliendo esta nueva misión, seguramente fortalecerá los procesos de ciudadanía y participación a través de la comunicación de masas que domina la red, en la que en la actualidad ya se han dado pasos hacia el comienzo de formaciones ciudadanías que de manera organizada, buscan la forma de funcionar y crecer en el contexto digital.

No obstante, es una red social caracterizada por unas dinámicas comunicativas fugaces, emocionales y con poca cabida al razonamiento previo de una acción; características no aptas para un espacio de discusión. Esto se revela en el alto porcentaje de fallas codificadoras de las participaciones; aun cuando la plataforma cuenta con corrector ortográfico y opción de editar una publicación o comentario, los porcentajes de errores ortográficos y falta de claridad por el enlace de las ideas, oscilan entre un 30 y 50 % (como se evidencio en la gráfica anterior).

Estas características, sumadas a un contexto polarizado y distorsivo, propiciado por medios de comunicación y elites políticas, hacen que Facebook no sea aún, una plataforma apta para procesos de discusión y debate, ya que allí se proliferan las participaciones subjetivas, que no buscan un fin colectivo, constructivo o social, y por ende, se quedan invisibles, incapaces de actuar y empoderarse colectivamente ante las realidades y contextos sociopolíticos.

Entonces, surgen dinámicas obstructivas que levantan muros comunicacionales, desde los cuales cada miembro de la ciudadanía se atrinchera para sostener su posición y percepción dentro del sistema sociopolítico y cultural. Personas que han definido posturas con base en sus realidades e imaginarios individuales, lo que impide que haya una comunicación de ideas que involucre el estar dispuesto a reflexionar y la posibilidad de concebir las opiniones y posiciones de los otros, para resultar en interacciones y dinámicas participativas, que involucren acciones concretas.

Esteban Llaguno Thomas (2011) es un referente importante en este tema, al hablar en su artículo *Concepción de ciudadanía en las teorías latinoamericanas sobre comunicación de masas* de la actuación ciudadana como un elemento de fuerza en la generación de cambio; siendo entonces la ciudadanía, algo más que un *status legal*, y significándose como la pertenencia a *una comunidad política*, en una dinámica de tres etapas: Asociatividad en redes participativas (relaciones con otros grupos) y formación de culturas participativas (comparten ideas, valores y creencias) que desembocan en dinámicas participativas (acciones concretas). (Llaguno, 2011, Introducción, párr. 2).

Las dinámicas obstructivas que permite identificar este estudio, también están influidas por fenómenos polarizadores, que mediante el análisis de la información antes expuesta, han sido caracterizados y categorizados. En un país como Colombia, que posee gran diversidad sociocultural, que coexiste en medio de un sin número de conflictos y problemáticas sociales, no siempre la polarización es originada y prolongada por los medios, como se podría pensar; ya que frente a este concepto, el papel que

desempeñan las élites políticas y la significación que le da la ciudadanía a sus realidades desde el individuo, tienen una importancia trascendental. El estudio nos permitió determinar que existen en Colombia tres tipos de polarización:

1. **Polarización monarca:** la promovida por los representantes políticos. Es la más influyente de todas, por cuanto fluye a partir de las acciones de personajes públicos cuyos discursos están encaminados a la popularización e imperio de sus ideas y en el caso colombiano, el desprestigio de las nociones opuestas o diferentes. Esta es evidente en el caso de la Revista Semana, que aunque hizo énfasis en algunos hechos, solo transmite la brecha política entre seguidores y contradictores de líderes políticos polémicos.
2. **Polarización de trasmisión por asimilación:** se ejemplifica con el caso del debate y encuesta realizados por Noticias RCN. Sucede cuando el medio no manipula la información directamente, sino que usa el proceso de producción para influir en la percepción de las audiencias frente al contexto, mediante la acentuación de las Ideologías y posturas que el medio ya ha asimilado como propias y que revela implícitamente y de forma subliminal en su trasmisión.
3. **Polarización por arraigo:** está, a diferencia de las dos anteriores, no influye en la creación del efecto polarizador, sino en su prolongación, convirtiéndose en un agravante social para la construcción de ciudadanía visibles y participativas. Es visible en todos los casos estudiados, cuando los participantes de las discusiones se aferran a su postura, impidiéndose la reflexión sobre las demás opiniones, buscando deslegitimar y desprestigiar los demás conceptos. En esta dinámica, las actitudes ofensivas se posicionaron en el estudio como armas disparadas a ciegas, sin ningún objetivo diferente al de resistirse a renunciar a su percepción y desmeritar las demás nociones. En la tabla 3 y su respectivo gráfico, en las cifras de comentarios ofensivos, puede evidenciarse cómo la ira y el rechazo son más fuertes hacia los

opponentes dentro de la discusión, que hacia los personajes políticos, eventos y contextos que dicen no respaldar los debatientes.

De acuerdo con el investigador y docente jurídico Mauricio García Villegas, estas conductas tienen sus raíces en la epistemología cultural latinoamericana, que se desprende del proceso de colonización. Según el autor, esa resistencia a cambiar las ideas y concepciones propias por las de otros y el *utilitarismo de lo legal* y por ende de las normas sociales, no son más que secuelas de siglos de resistencia a la imposición y el autoritarismo.

En términos de la teoría del campo jurídico, una estrategia común de los actores subordinados del campo, era no rebelarse abiertamente pero tampoco obedecer incondicionalmente. Expresiones jurídicas tradicionales tales como “*el derecho es para los de ruana*”, “*hecha la ley, hecha la trampa*”, son manifestación de prácticas engendradas de manera subrepticia, para contrarrestar el autoritarismo ahora español, ahora criollo. Estas siguen latentes hoy en día en las actitudes compartidas.

[...]

En América Latina es frecuente que los funcionarios mediaten el derecho en beneficio de sus propios fines políticos. Esto hace que en términos reales, sólo lo cumplan en ciertas circunstancias, cuando consideran que las condiciones fácticas lo permiten. Pero esta concepción instrumental del derecho no sólo es frecuente en el ámbito institucional, también lo es entre los ciudadanos.” (Thoumi, 1995, p. 172; Gutiérrez, 1998, p. 188, citado por García y Rodríguez, 2003, pp. 32, 44)

Ante esta concepción generacional de la aplicación de las normas, es entendible pero no justificable, el contexto estudiado, ya que como se ha expuesto, este depende de una cantidad de variables, no solo culturales, sino también comunicativas, políticas y sociales, de contexto y realidad.

Conclusiones

La polarización no es un efecto exclusivo de los medios de comunicación, sino que también está fuertemente influido y perpetuado por los poderes políticos representativos y la actuación de la ciudadanía.

Facebook, a pesar de ser una herramienta difusora de gran valor, no es un espacio apto para el debate social y político, ya que las dinámicas comunicativas en torno a la gestión informativa de los medios periodísticos, en cuanto a temas sociopolíticos, funcionan mediante herramientas que conllevan a interactuar emocionalmente con otros, con una fuerte tendencia a la expresión de la ira que surge como producto de las experiencias y concepciones individuales de cada participante. Dichas herramientas, son accionadas de manera precipitada como respuesta al estímulo emocional, y desembocan con frecuencia en actos ofensivos, que limitan la reflexión y la proposición, construyendo de este modo, ciudadanías invisibles.

La fugacidad de las interacciones en Facebook, entra en conflicto con la existencia de los requisitos básicos de un proceso de comunicación favorable, que cobra gran importancia en la construcción social ante los ruidos y barreras comunicativas. Esto conlleva a dinámicas obstructivas que impiden los pasos hacia la acción ciudadana.

Manuel Castells (2009) habla de *redes de poder*, refiriéndose a las redes sociales, mediante las cuales se postulan y debaten agendas, o como lo dice el mismo “No redes abstractas e inconscientes ni autómatas: se trata de seres humanos” (p. 76). En su obra *Comunicación y Poder*, el autor sustenta que “la sociedad es una colectividad que requiere actuar, porque la construcción independiente de significado, sólo puede llevarse a cabo si se conservan esos terrenos comunales que en la actualidad son las redes de comunicación que Internet ha hecho posible” (pp. 552-553). Es necesario comprender que, de acuerdo con la teoría del poder de la comunicación, “la mente pública se construye mediante la interconexión de mentes individuales, de modo que, si se piensa de otra manera, las redes de comunicación funcionarán de otra manera, con la condición de que no sea un solo individuo, sino muchos, los que estén dispuestos a construir redes” (p. 553).

Se requiere de mentes críticas y capaces de tomar las realidades e inferir ideas que puedan ser difundidas en red, de modo que sea la ciudadanía quien tome el control de la sociedad y no solo unos pocos de los que se aquejan los muchos.

Esta teoría, traza una ruta de organización ciudadana para la interacción y construcción social a través de plataformas virtuales. Por eso, como última conclusión de este ejercicio investigativo, se propone construir dinámicas comunicativas que promuevan no solo la asociatividad en redes participativas, sino que también involucren estrategias reflexivas que conlleven a un verdadero coloquio ciudadano, mediante la apertura y examinación respetuosa y comprensiva de diferentes concepciones, posturas y realidades sociopolíticas, para que como comunidad, sea posible definir objetivos y acciones, que siendo comunicados, saquen de la invisibilidad a las ciudadanías, para que obtengan representatividad social y gobernanza.

Referencias

Castells, M. (2009). *La Comunicación en la Era Digital*. En M. Castells, *Comunicación y poder*, (pp. 76, 552, 553). Madrid: Alianza Editorial.

El Tiempo. (Junio 16 de 2017). *Después de 37 días de paro, docentes llegan a acuerdo con el Gobierno*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/vida/educacion/gobierno-y-fecode-llegaron-a-un-acuerdo-tras-paro-de-maestros-99810>

García, M. y Rodríguez, C. (2003). *Derecho y sociedad en América Latina: propuesta para la consolidación de los estudios jurídicos críticos*. En M. García y C. Rodríguez, *Derecho y sociedad en América Latina: Un debate sobre los estudios jurídico-críticos* (pp. 16-57). Bogotá: ILSA.

Israel, E. (2001). *Comunicación y Periodismo en una Sociedad Global: Comunicar la Diferencia*. México D.F: Trillas.

Llaguno, E. (2011). *Concepción de ciudadanía en las teorías latinoamericanas sobre comunicación de masas*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199514906019>

Noticias RCN. (Junio 27 de 2017). *Sí o No: responden Diego Carrero y Rafael Guarín*. Recuperado de <http://www.noticiasrcn.com/videos/si-o-no-responden-diego-carrero-y-rafael-guarin>

Pino, D., y Alfonso, Y. (2011). *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/cccss/14/pbag.html>

Revista Semana. (Abril 1 de 2017). *“Esta marcha debe continuar”: Álvaro Uribe Vélez*. Recuperado de <http://www.semana.com/nacion/articulo/marcha-del-1-de-abril-y-alvaro-uribe-velez/520618>

Wolff, M. (1987). *Nuevas tendencias de la investigación: Medios de comunicación de la realidad*. En M. Wolff, *La investigación de la comunicación de masas* (pp. 163-196). Buenos Aires: Ediciones Paidós.



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

INVER- : ACCIONES

Esta publicación articula tres temáticas fundamentales en comunicación: Transformación social, desarrollo y gestión de la comunicación en investigación; Educación y comunicación en procesos de transformación cultural; y Medios, convergencia y cibercultura. Además, responde a la pregunta: ¿qué líneas aborda la investigación en Comunicación Social desde la modalidad virtual y a distancia de UNIMINUTO? Lo anterior, con el objetivo de acoplar la investigación básica y aplicada desde el nivel de pregrado, en atención a los retos que afronta la formación del nuevo comunicador social con respecto al componente de investigación e innovación desde los semilleros de investigación; además, en consideración a que los semilleros son un espacio institucional para el fomento de la cultura investigativa institucional y de programas, propiciar la interacción entre la comunidad académica con miras al fortalecimiento de la excelencia académica, el desarrollo social y el progreso científico de la comunidad, así como la generación de la capacidad de trabajo en grupo, la interdisciplinaria y el establecimiento de redes de investigación.

2017