

Datos Generales

Proyecto	IMAGINARIOS SOBRE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER Y ÚLTIMO SEMESTRE DE LOS PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA REGIÓN CARIBE		
Estado	INACTIVO		
Semillero	UNIAUTONOMA		
Área del Proyecto	Ciencias Sociales	Subárea del Proyecto	Comunicación
Tipo de Proyecto	Proyecto de Investigación	Subtipo de Proyecto	Investigación en Curso
Grado	V Semestre	Programa Académico	COMUNICACIÓN SOCIAL PERIODISMO
Email	jpalacio@uac.edu.co	Teléfono	3671247

Información específica**Introducción**

Para estudiar la comunicación, a lo largo de la historia, se han adoptado diferentes miradas -muchas con puntos comunes, otras más distanciadas de sus pares- que han tratado de darle, desde la reflexión, un significado distinto a su objeto de estudio. Tal es el caso de la mirada funcional-estructuralista que favoreció y analizó la comunicación desde los medios de comunicación masiva. Por otra parte, la mirada estructuralista que se interesó principalmente por la comunicación al nivel de las interacciones sociales, las significaciones y la cultura. Cada una de estas miradas ha desembocado en diferentes interpretaciones reduccionistas de la comunicación a los elementos o momentos del proceso. El debate teórico, no ha tomado distancia de las universidades como fuentes generadoras de conocimiento, sino que éstas últimas se han nutrido de las diferentes miradas para formar profesionales que respondan a tales planteamientos y concepciones teórico-conceptuales. Pero más allá, del modelo y la idea de comunicación adoptado por las Universidades y los programas de comunicación, hay que preguntarse, primordialmente, ¿Cuál es la idea de comunicación de los estudiantes que empiezan la carrera y de los que la terminan? De manera que el propósito de esta investigación es encontrar los imaginarios que subyacen en los estudiantes de comunicación social, en torno a la comunicación misma, de manera que sea posible conocer la idea con la cual llegan a la universidad, y cuál es la imagen que se construyen luego de pasar por su carrera profesional.

Planteamiento

Tradicionalmente, los jóvenes aspirantes a la carrera de comunicación social, llegan con una idea de la misma, muchos de ellos motivados por la magia de los medios de comunicación, otros con el deseo de ser grandes periodistas, otros con el sueño de presentar programas de televisión, algunos con ideas más orientadas a campos especializados como la relaciones públicas y la publicidad. Ideas todas que construyen a partir de sus relaciones con personas que conocen, que bien pueden ser estudiantes de la carrera, profesionales, o por referencias e información que encuentran tanto en internet como en las ferias universitarias. Lo interesante de este panorama, surge cuando esas ideas que llegan con el estudiante primíparo se confrontan con las del estudiante de último semestre, por cuanto se supone que este ya pasó por la universidad, por la carrera y sus contenidos, de manera que probablemente el imaginario sobre comunicación que estos muestran, puede ser el resultado de un proceso de modelado, e incluso, de moldeado, luego de estudiar su profesión. Uno de los grandes cuestionamientos que ocupan la atención de las escuelas de comunicación, es la formación de los comunicadores sociales. Al ser este un campo multidimensional, ofrece una amplia gama de alternativas disciplinares, que podrían desvirtuar la preparación integral del comunicador a partir de la formación en competencias generales en comunicación, y más bien enfocándolo a la comunicación audiovisual, el periodismo, las relaciones públicas y la comunicación organizacional, entre otras. La comunicación como campo de estudio es una sola, y es allí donde debe residir la coherencia en la formación de los comunicadores sociales, antes de tomar partido por un campo especializado o disciplinar. Y es posible que a partir de la indagación de los imaginarios de los estudiantes de primer y último semestre, puedan encontrarse respuestas que sirvan de insumo para alimentar los currículos de nuestras escuelas de comunicación. De esa manera, la pregunta que orienta esta investigación es la siguiente: ¿Cuál es la idea de comunicación que tienen los estudiantes de primer y último semestre de los programas de Comunicación Social en la ciudad de Barranquilla?

Objetivo General

IDENTIFICAR Y COMPRENDER LOS IMAGINARIOS SOBRE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER Y ÚLTIMO SEMESTRE DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN BARRANQUILLA.

Objetivos Específicos

a. INDAGAR LA MEMORIA DE LOS ESTUDIANTES SOBRE SU IDEA DE COMUNICACIÓN. b. CARACTERIZAR E INTERPRETAR LOS IMAGINARIOS SOBRE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE PRIMER Y ÚLTIMO SEMESTRE DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN BARRANQUILLA.

Referente

Otras miradas de la comunicación Torrico (2004) plantea en su libro *Abordajes y Períodos de las Teorías de la Comunicación*, cinco tendencias intelectuales que plantea como insuficientes para hacer teorizaciones sobre la comunicación: catastrofismo, tecnologismo, pan-comunicacionismo, mecanicismo, moralismo. Inicia definiendo el tecnologismo, como una tendencia inspirada en las ideas del progreso, sustentadas muchas de ellas en McLuhan y en la Teoría Matemática de la Comunicación de Shannon y Weaver, desencadenando en lo que hoy conocemos en el mundo contemporáneo como sociedad de la información. De manera que considera que el centro y causa de la transformación social son los medios y/o las tecnologías, por lo cual es una mirada de carácter mediacentrista, lo que a su vez orienta los intereses de investigación hacia el estudio de los mismos, considerándolos como el objeto de estudio de la comunicación. Por otra parte, con la premisa de que es “imposible no comunicarse”, “todo es comunicación”, “la vida es comunicación”, el pan-comunicacionismo surge como una tendencia totalizadora, que asume a la comunicación como el todo, como el eje de todos los procesos sociales, de las interacciones y de las relaciones complejas de intercambio de información. El catastrofismo, soportado principalmente en MacDonalds y Shils, sociólogos conservadores de la cultura, y Adorno y Marcuse, renovadores de la Escuela de Frankfurt, critican a los medios de comunicación como instrumento que promueve la degradación de la cultura ilustrada, estandarizando a los individuos mediante la circulación de contenidos que los homogenizan. A partir de su postura critican las industrias culturales y su incidencia en la sociedad, como maquinarias que construyen cultura de masas. Otra tendencia es el mecanicismo, que a partir de los postulados marxistas ubica el objeto de la comunicación en un escenario de luchas de poder y confrontaciones económicas, donde los medios de comunicación, y en general los fenómenos comunicacionales, inciden en la construcción de hegemonía en la sociedad, un contexto de relaciones sociales condicionadas por la economía y la política. Finalmente, aparece el moralismo como una tendencia asociada a la idea de responsabilidad social de los medios de comunicación, promovida por las reflexiones y dirección del Vaticano, y por decisiones de las empresas privadas que se acogen al modelo de gestión social para alcanzar el bien común. De modo que los medios son el escenario y objeto de estudio, y su dinámica y lenguajes como insumos para evaluar en congruencia con la expectativa de la moral y el bien colectivo. Estas cinco miradas, o tendencias intelectuales insuficientes como las denomina Torrico (2004), distan de ofrecer una perspectiva completa de la comunicación y de su objeto. No obstante, sirven como marco para depositar en ellas las interpretaciones que tanto a lo largo del tiempo, como en el momento presente, hace la gente, la sociedad al intentar responderse qué es la comunicación.

Metodología

Tipo de investigación El presente proyecto se ubica en el método cualitativo, de corte etnográfico, toda vez que indaga imaginarios como producciones culturalmente situadas. En este sentido, el método ofrece “alternativas para a) la recuperación de la subjetividad como espacio de construcción de la vida humana, b) la reivindicación de la vida cotidiana como escenario básico para comprender la realidad socio-cultural y c) la intersubjetividad y el consenso, como vehículos para acceder al conocimiento válido de la realidad humana” (Sandoval, 2002, p.34). **Diseño de investigación** El diseño de investigación es exploratorio en un primer momento, por cuanto indaga la memoria mediante la aplicación de una técnica de recuperación de memoria llamada “Colcha de Retazos” (Rodríguez, 2004), partiendo de “una idea general acerca del tópico y problemas de posible interés; lo que exactamente será investigado se definirá en relación con aquello que se descubre de los participantes o actores, hacen o dicen en su vida cotidiana” (Sandoval, 2002, p.135). En un segundo momento el diseño es descriptivo comparativo pues apunta a caracterizar y describir la realidad estudiada a partir del discurso de los sujetos de esta investigación, mediante un proceso hermenéutico que se ubica en la técnica citada, que será comparado en la medida que se confrontarán las imágenes de los estudiantes de primer semestre con las que manifiestan los de último semestre. **Población** La población son estudiantes de primer y último semestre de Comunicación Social de la ciudad de Barranquilla. **Técnica de recolección de datos** con el propósito de indagar la memoria y a partir de ella develar imaginarios, esta investigación utilizará la técnica llamada Colcha de Retazos, cuyo enfoque está en la utilización y aprovechamiento de las imágenes y los relatos, que son presentados respectivamente a partir de retazos y el diálogo socializador (Rodríguez, 2004, p. 28). A partir de esta técnica, se pretende identificar momentos clave o hitos en la memoria de los estudiantes de comunicación social, que sean puntos críticos para identificar y comprender sus imaginarios. Esta técnica, de corte etnográfico, tiene una fase de elaboración individual y otra colectiva. En primera instancia se conforman grupos a los cuales se les asigna la tarea a partir de los tópicos que orientan la indagación. Es una técnica proyectiva, por cuanto busca que cada persona pueda representar libre y espontáneamente mediante imágenes los momentos determinantes en su historia. Esta parte es realizada de manera individual. Posteriormente, una vez todo el grupo ha logrado su representación visual, se procede a la socialización de las historias particulares que cada quien plasmó en su retazo, favoreciendo así la reconstrucción de la memoria colectiva que subyace en los puntos de encuentro que surgen en ese proceso de diálogo grupal, por lo cual “es muy importante que cada persona no solo ubique su lugar o evento significativo, sino que cuente cual es la historia que el lugar o evento evocan” (Rodríguez, 2004, p. 30).

Resultados Esperados

Hasta el momento se ha aplicado el estudio en estudiantes de primer semestre de la Universidad Autónoma del Caribe. Se pueden observar en las colchas de retazo que han elaborado, concepciones mediocentristas de la comunicación, lo que responde a la mirada tradicional de la misma, y a las preconcepciones con que llegan los estudiantes primiparos a la universidad en medio del asombro de los medios y su fuerza persuasiva. Por otra parte, surgen imágenes interesantes en torno a la comunicación como proceso social, un tanto distanciado de los medios, que la ubica como centro de todos los procesos sociales, pudiendo considerarse como una mirada sistémica de la comunicación. No obstante, aún es insuficiente la información recolectada para ofrecer un análisis preliminar que se acerque a responder los objetivos de esta investigación.

Conclusiones

EN CONSTRUCCIÓN, POR ESTAR EN CURSO LA INVESTIGACIÓN

Bibliografía

□ BERLO, David. El proceso de la comunicación. Editorial Ateneo: México, 1999. □ BONILLA-CASTRO, Elssy. Más allá del dilema de los métodos. Bogotá: Norma, 2000. □ BRIONES, Guillermo. Metodología de la investigación en ciencias sociales. Conferencia. Bogotá: Universidad Libre, octubre de 2002. □ CASTORIADIS, C. La institución imaginaria de la sociedad. Vol.1: Marxismo y teoría revolucionaria. Tusquets: Barcelona, 1983. □ HERNANDEZ SAMPIERI et al. Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales. México: McGraw Hill, 2006. □ LE GOFF, Jacques. El orden de la memoria. El tiempo como imaginario. Barcelona: Paidós, 1991. □ LOZANO, José Carlos. Teoría e Investigación de la Teoría de la Comunicación. Editorial Pearson Educational. 2008. □ MARTIN BARBERO, Jesús. Proyectar la comunicación. Tercer Mundo Editores, 1997. □ _____, Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. Editorial Fondo de Cultura Económica, 2003. □ McQUAIL, Dennis. Teorías de la Comunicación de Masas. Paidós, 1997. □ MATTELART, Armand, MATTELART, Michelle. Historia de las Teorías de la Comunicación. Paidós, 2001. □ MIÈGE, Bernard. Las etapas del pensamiento comunicacional. En: Revista Signo y Pensamiento, Universidad Javeriana. □ MORENO LÓPEZ, S. (2002). Los imaginarios sociales en la comunicación interpersonal. Razón y Palabra, 25. □ PINTOS, J.L. (1994). Los imaginarios sociales: la nueva construcción de la realidad social. (En línea). <http://web.usc.es/~jlpintos>. □ PINTOS, J.L. (2000). Construyendo realidad (es): Los imaginarios sociales. (En línea. <http://web.usc.es/~jlpintos>. □ SANDOVAL, Carlos. Investigación cualitativa. Programa de Especialización en Teoría, Métodos y Técnicas de Investigación Social. Bogotá: ICFES, 2002. □ SERNA, BRAVO, GÓMEZ, et al. Discurso e imaginario, poder e identidad. Posibilidades de la investigación social. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 2006. □ SUNKEL, Guillermo. El consumo cultural en América Latina. Editorial Convenio Andrés Bello, 2006. □ TORRICO, Erick R. Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación. Editorial Norma, 2004. □ VAZQUEZ, Félix. La memoria como acción social. Relaciones, significados e imaginario. Paidós: Barcelona, 2001. □ VASCO, Carlos E. Tres estilos de trabajo en las ciencias sociales. CINEP: Bogotá, _____. WOLF, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Editorial Paidós, 1996.

Integrantes

Documento	Tipo	Nombre	Email
73163872	AUTOR	JOSE RICARDO ESCOBAR JOHN	jpalacio@uac.edu.co
1140836473	PONENTE	ANDRES VARGAS RUBIO	andresvargasrubio@gmail.com

Instituciones

NIT	Institución
8901025729	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE