

# La importancia de los imaginarios

>Kristian Antonio Cerino Córdova

40  
Cinzontle

## INTRODUCCIÓN

En los últimos 10 años se han realizado algunos estudios sobre Los Imaginarios de la Comunicación. No sólo en México sino en toda América Latina los investigadores han dedicado páginas a su estudio; entre ellos, Luis Beltrán Rojas, investigador de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín en Colombia. El saber que los jóvenes eligen una carrera universitaria construyendo una serie de imaginarios y que su visión cambia en la medida que avanza la licenciatura que eligieron, ha obligado a los investigadores a explicar cómo ocurre este fenómeno.

El siguiente artículo contiene una serie de autores que han escrito sobre Los Imaginarios como Luz Moreno, María Elena Hernández e Ixchel Castro. Además, incluye las opiniones de los docentes sobre el estudio de Los Imaginarios y su relación con los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación (LC). Se busca,

ante todo, dejar un antecedente de que los estudiantes de Comunicación de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (UJAT) optaron por estudiar esta carrera porque sus imaginarios los construyeron en sus casas, en sus preparatorias o simplemente viendo y escuchando a los representantes de los medios de comunicación.

En Tabasco poco se ha dicho sobre Los Imaginarios. Este es quizás uno de los primeros artículos que pretende exponer el concepto de Imaginario y sus alcances. Para ello, fue necesario consultar a los académicos de la UJAT y a los alumnos de la LC. De acuerdo con los profesores-investigadores los estudiantes de Comunicación eligen estudiar esta carrera porque imaginariamente se ven laborando en los medios de comunicación.

Actualmente no existe un documento o una investigación que establezca qué porcentaje de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la UJAT prefirieron estudiar esta

carrera cuyos imaginarios, en su mayoría, hayan sido y son los medios de comunicación (prensa, radio, televisión y cine). Sin embargo en mi calidad de académico de Periodismo y de Literatura puedo sostener que 4 de cada 10 alumnos, en los primeros ciclos de la carrera, han dicho que estudian Comunicación porque quieren ser reporteros, periodistas, conductores, locutores, cineastas, representantes artísticos, etc. Estas respuestas de los estudiantes las he registrado en un cuaderno de apuntes para una próxima investigación sobre Los Imaginarios de los estudiantes de Comunicación de la UJAT. Con los apuntes tomados puedo decir que sus imaginarios van cambiando en la medida en que avanzan con el número de ciclos (antes semestres); si en un principio sólo pensaban en medios de comunicación, en los últimos ciclos su visión no es la misma. Y es el momento cuando ya han comprendido que la Comunicación no es un reducto de medios informativos o de

\* Profesor investigador de la DAEA, licenciado en Comunicación por la UJAT. Premio nacional de Periodismo en el género de Crónica.

entretenimientos. A continuación les presentaré diversas posturas sobre Los Imaginarios de la Comunicación partiendo de un punto muy elemental: ¿qué es un imaginario?

## DESARROLLO

El imaginario es una obra de la imaginación trascendental que es en gran parte independiente de los contenidos de la percepción empírica. El imaginario revela *el poder figurativo de la imaginación, el cual excede los límites del mundo sensible*. Además, el imaginario es inseparable de obras mentales o materializadas, que sirven a cada conciencia para *construir el sentido de su vida, sus pensamientos y acciones*. Por esa razón, el imaginario se presenta como una esfera de representaciones y de afectos profundamente ambivalente. La imaginación obliga a formular una ética, una sabiduría de las imágenes.

Los seres humanos viven constantemente con imaginarios sociales y definen su ruta en el mundo planteándose imaginarios individuales o colectivos. Algunos imaginan un escenario en el amor y otros más en el éxito profesional. Y es aquí cuando los filósofos coinciden en que los imaginarios deambulan entre la vida y entre las visiones sobre la muerte. Así, hombres y mujeres, difícilmente pueden separarse de los imaginarios cotidianos.

Para Mireya Lozada, investigadora venezolana, el concepto de imaginario influye, *desde el quehacer filosófico*, en los campos de la sociología, la psicología, la antropología y la comunicación; así lo conceptualizó en un artículo publicado en la Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, 2004: *Ubicado entre la problemática diaria entre lo real y lo simbólico, el imaginario aparece en general asociado a otras nociones como mentalidad, mitología, ideología, representación, ficción, memoria, cultura, imagen e imaginación*.

Últimamente en las escuelas de Comunicación de América Latina se está analizando el sentido de los imaginarios. En universidades como Argentina, Colombia y México su estudio está requiriendo de un profundo interés. Se desea saber, sobre todo, qué expectativas tienen los estudiantes antes de elegir la carrera de Comunicación; así como cuáles son sus realidades cuando están por finalizar la licenciatura. En México un centenar de escuelas sobre Comunicación, en sus múltiples presentaciones, han mostrado un interés sobre la visión que se tiene de la carrera y sobre sus realidades. Según, unos de los primeros estudios, a los estudiantes de esta carrera les llaman la atención una posible aparición en los medios audiovisuales, el mundo del espectáculo y el ocupar grandes posiciones en las empresas periodísticas.

Un escenario semejante sucede en UJAT, institución que abrió la carrera de Comunicación en 1991. En esta institución un grupo de docentes de la LC considera que los primeros alumnos de la carrera fueron personajes que eran, en aquel entonces, representantes de los medios de comunicación: reporteros, conductores, locutores, redactores, entre otros. Para César Santos, profesor fundador de la carrera de Comunicación, en un principio los comunicadores ya estaban formados en la práctica pero les hacía falta formarse en la teoría: *Fue difícil para los maestros de aquella época porque estos comunicadores ya venían formados en la práctica, no así en la teoría*.

A esta postura se sumó la maestra Angélica Fabila, otra de las fundadoras de la LC: *Comenzamos con dificultades pero poco a poco se le fue dando sentido a la carrera de Comunicación*.

La carrera de Comunicación cumplió 17 años de su fundación. Ha egresado cientos de estudiantes y no todos están laborando en los medios de comunicación. La razón es sencilla: esta licenciatura, cuyo

imaginario se reduce a la televisión, a la radio y a los periódicos, según un buen porcentaje de estudiantes, presenta un perfil de egreso de mayores alcances.

Los estudiantes sólo piensan que la carrera se traduce a una presencia mediática, menos a las relaciones públicas, la investigación, la administración, la divulgación, la literatura. En el 2005, Gerardo Rafael Pérez, ingresó a la UJAT para estudiar la LC. En un principio pensó que esta carrera sólo era un reducto de medios de comunicación: *pensé en la televisión pero nunca en la producción. Ahora mis imaginarios han cambiado, veo otros temas en la carrera*.

Un caso similar le sucedió a Ricardo Fernández, estudiante del décimo ciclo de la LC. En el 2004, cuando arrancó la carrera, sólo creía en el papel de los medios de comunicación como el único camino para laborar: *Creí que sólo era para radio, televisión y periodismo y que podría trabajar en algunas de esas ramas y es que en realidad yo quería entrar a Ciencias Políticas Internacionales, pero al presentarse incidentes pensé en desempeñar algo parecido, pero desde otro lado*.

Durante el Congreso de Comunicación que organizó la UJAT —en el 2007— con la participación de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), una serie de ponentes, entrevistados para este artículo, resumieron que los imaginarios de los estudiantes de Comunicación necesitan ampliarse. Uno de ellos fue Jorge Calles Santillán, investigador de la carrera de Comunicación:

*Yo soy profesor de comunicación en Puebla y ahí me parece que las escuelas están jugando un papel importante; la comunicación no se limita a los medios; el campo de los medios es saturado y hay que empezar a ver más esferas en otros campos, queremos que vean otras formas y áreas*.

Raúl Fuentes Navarro, profesor del ITESO Guadalajara, se preocupó porque *los estudiantes de comunicación*

**Los seres humanos viven  
constantemente con  
imaginarios sociales y  
definen su ruta en el mundo  
planteándose imaginarios  
individuales o colectivos.  
Algunos imaginan un  
escenario en el amor y otros  
más en el éxito profesional.**

42  
Cinzontle

lo que quieren es aparecer en la tele. Para él que el mismo concepto de imaginarios habla de la inmensidad de las representaciones en este mundo en donde las certezas están cada vez menos firmes: *El mundo de los imaginarios de los jóvenes es para todas las carreras, de cualquier cosa, extremadamente complejo y muy poco conocidos. No sirve de mucho en el sistema educativo reducir a estereotipos.*

José Carlos Lozano, maestro de Comunicación en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), expuso que los estudiantes de Comunicación continúan imaginando a los medios de comunicación en su formación. Aunque la carrera de Comunicación, dijo, ha crecido y ahora se conocen más sus alcances, aún se mantiene el imaginario por los medios de comunicación: *Creo que sigue siendo muy persistente ese imaginario, siguen estando muy interesados en la parte técnica, creativa y artística de la producción audiovisual. Pero es un área muy acotada con pocas posibilidades de trabajo.*

Empero, el investigador señala que en los últimos años *muchos alumnos a pesar de llegar con esos imaginarios los cambian porque los maestros los orientan en otros campos de la comunicación, y les empieza a gustar y hasta*

*a veces se vuelven investigadores de la comunicación.*

En la UJAT, en un primer acercamiento con los alumnos, ellos expresan que ni los programas, ni la práctica docente de la Licenciatura en Comunicación, corresponden con los imaginarios que ellos tienen al ingresar y al concluir la misma.

Existen diversas formas de aproximarse al fenómeno de los imaginarios, se puede hacer desde la filosofía, la antropología, la sociología, la política, etc. En los estudios hechos sobre las carreras de Comunicación en América Latina se ha sustentado diversas explicaciones sobre las diferentes concepciones de realidad producida por los estudiantes universitarios como actores sociales, abriendo una puerta de aplicación al pensamiento moderno.

Los cambios producidos en las ciudades en las últimas décadas han influido directamente en la construcción de nuevos imaginarios los cuales son asumidos por los jóvenes como elementos unificadores de una edad que los identifica y que les requiere de datos comunes para poderse comunicar. Luis Beltrán, investigador de la Facultad de Comunicación en la Universidad de Colombia, ha estudiado el fenómeno de Los Imaginarios. Aquí una de sus definiciones:

*Los imaginarios actúan en los jóvenes universitarios como agentes socializadores que contribuyen a la generación de pautas de comunicación interpersonal. Vivir el mundo de la universidad supone el aprendizaje de nuevas formas adaptativas las cuales generalmente empiezan por la comunicación interpersonal.*

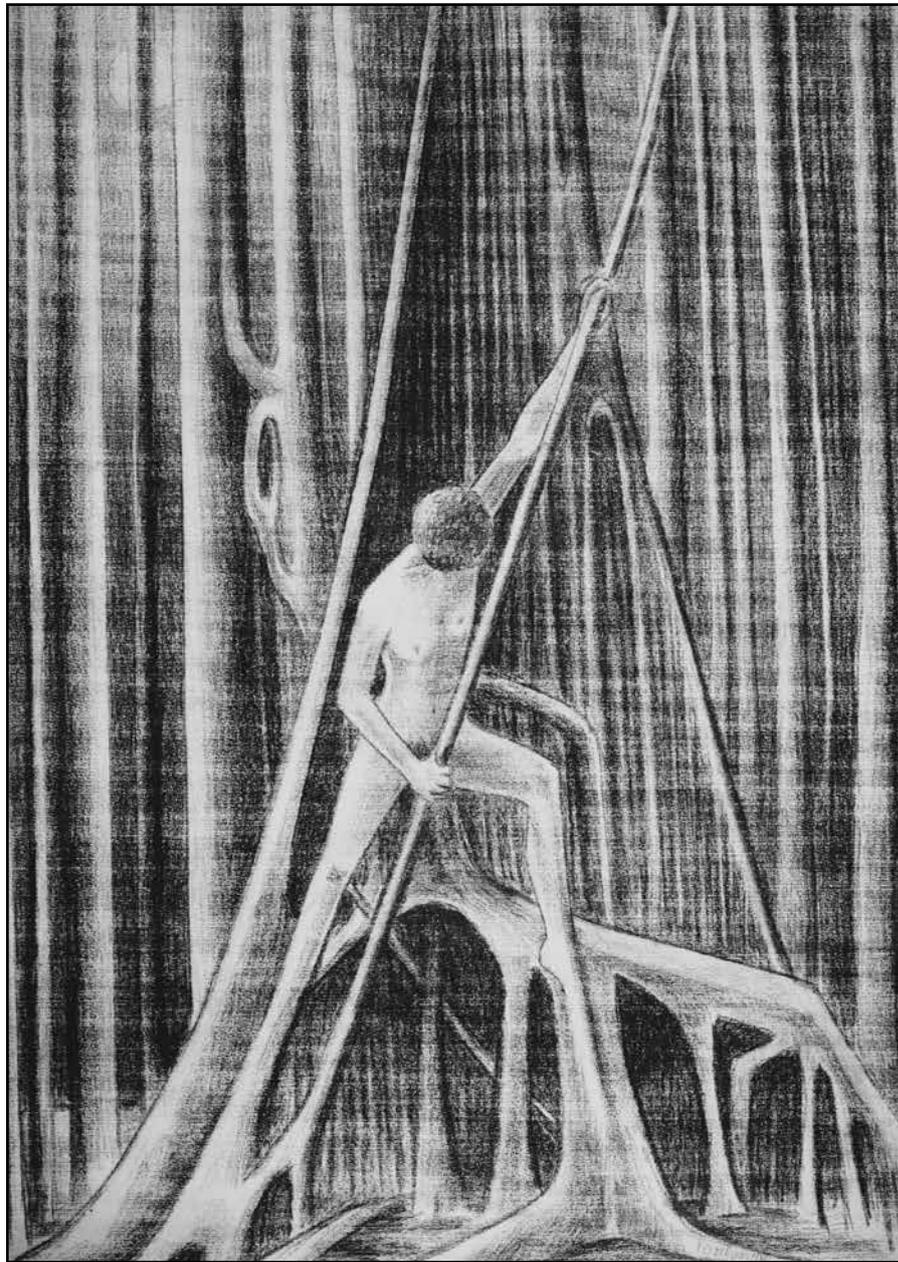
La importancia de la investigación sobre la Comunicación en las universidades radica en identificar cuáles son los imaginarios comunes que manejan los estudiantes de comunicación. Para Beltrán Rojas *si los jóvenes no comparten imaginarios comunes los cuales construyen a partir de la realidad que les corresponde vivir, entonces, la comunicación se convierte en algo prácticamente imposible de realizar.*

Aunque se trata de una afirmación un poco terminante, está fundamentada en los planteamientos de los teóricos consultados y en algunos resultados de la misma investigación

Articulistas de la revista electrónica mexicana Razón y Palabra coinciden que la LC ha cobrado posicionamiento entre la población estudiantil. De ahí la importancia de estudiar los imaginarios sobre Comunicación.

Como antecedente tenemos que en 1960 América Latina contaba con 44 escuelas que ofrecían esta licenciatura y para 1988, la cifra se incrementó a 225, el 61 % se concentraba en México (74) y Brasil (66). En la cifra más reciente presentada por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), se expresa que sólo México cuenta aproximadamente con 223 instituciones educativas de esta línea. Y que conste, que la LC no sólo es un sinónimo de medios de comunicación.

Ante el crecimiento de la carrera de Comunicación y el interés de miles de hombres y mujeres por estudiarla, es necesario entonces estudiar qué pasa con los dichosos imaginarios.



Hombre manglar, carbón / papel, 47.5 x 65.5 cm.

# 43

Cinzontle

## BIBLIOGRAFÍA

- Castro, Ixchel, *Los estudiantes de Comunicación y el imaginario laboral. Un estudio introspectivo*. Revista Electrónica en América Latina especializada en Comunicación. (Número 25).
- Calles Santillán Jorge; Fuentes Navarro, Raúl; Lozano, José Carlos. Maestros de Comunicación entrevistados para este artículo durante el Congreso de Comunicación organizado por la AMIC y la UJAT, celebrado en Villahermosa en el año 2007.
- Hernández María Elena, profesora investigadora del departamento de Estudios de la Comunicación Social, Universidad de Guadalajara. La formación universitaria de periodistas en México.
- Moreno, Luz, *La Comunicación en la educación formal. Estudio: El imaginario social del comunicador de la Universidad Latina de América en Morelia*. Revista electrónica Razón y Palabra. (Número 37).
- Pérez Rojas, Luis Beltrán, *Imaginarios de los estudiantes de Comunicación*. Facultad de Comunicación, Universidad de Medellín (FE-LAFACS).