

# Comunicólogos burbuja

Los investigadores en comunicación del país buscan fórmulas que ayuden a sacar a la teoría de la burbuja universitaria. La falta de pragmatismo y la poca inclusión en el ámbito social constituyen un muro a vencer

JOSÉ LUIS ULLOA

**E**n torno a la situación de la investigación en México y sus problemas, hay distintas miradas. Una de éstas es la del doctor Octavio Islas Carmona, director del proyecto Internet-Tecnológico de Monterrey y de la Cátedra de comunicación estratégica y cibercultura, en esta misma institución educativa, en el campus Estado de México.

La opinión del también miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI), es que "hay rezago en la calidad de la investigación en comunicación en México. Una teoriedad acentuada y hermetismo en una generación (de investigadores) que hizo de los fenómenos latinoamericanos una auténtica apología, restándole importancia a la investigación práctica en comunicación".

Agregó que se están desaprovechando potenciales promotores, instituciones e importantes corporativos de medios que pudieran fondear proyectos factibles de realizar por especialistas en comunicación.

"Esto se debe a una brecha generacional. Investigadores consagrados, incluso SNI 3, están terriblemente aislados. Su burbuja es la academia. Disfrutan de esa sensación de poder, que en algún momento dado proporciona la visión monástica de la academia de investigación de comunicación en México".

Señaló que están totalmente distantes de los procesos reales, que hoy demandan la participación activa de los investigadores.

## Academia y empleos

Islas Carmona resaltó la importancia de la vinculación de la investigación en la academia y su repercusión en la empleabilidad de los egresados en comunicación. Al no adquirir los conocimientos y habilidades acordes con los requerimientos de sus ámbitos de desempeño, encuentran obstáculos difíciles de vencer.

Ejemplificó que en ocasiones los comunicadores están en desventaja al competir por una plaza de trabajo, frente a sociólogos, mercadólogos o administradores, porque los contenidos de los planes de estudio que hace algunos años despreciaron los estudiosos de comunicación por considerarlos funcionalistas, pragmáticos o *light*, son ahora aprovechados por otros profesionales.

"Los estudiantes pueden encontrar casi 50 definiciones para distinguir a la sociedad de la información frente a la sociedad del conocimiento, pero esto me parece insano en términos de lo que puede aprender realmente el alumno para ejercer su periodismo, sus relaciones públicas.

"Debe romperse el esquema de la teoriedad, para acceder a un pragmatismo que repare en la importancia del empleo de los futuros comunicadores. Convertirlos en actores capaces de producir contenidos relevantes en este imaginario de la economía del conocimiento. Enseñarlos a crear una red social y pensar en sus aplicaciones".

El doctor en ciencias sociales por la Universidad La Salle, afirmó que las áreas de la investigación en comunicación han crecido. Hay una nueva generación interesada por las comunicaciones digitales, el internet, la sociedad de la información y el conocimiento.

"Caso contrario sucede con investigadores que solo por moda se han instalado en el reflexivo de lo digital para refrescar su discurso y ser citables, porque la realidad se encargó de volverlos anacrónicos, obsoletos".

Mientras que los investigadores se continúan citando unos a otros, no voltean hacia trabajos de exalumnos que realizan análisis y estudios de proyectos de comunicación para importantes corporativos de medios. Esto es un ejemplo de la empleabilidad y la vinculación academia e investigación.

"En la medida que los egresados sean aceptados en el mercado laboral, la misma comunicación tiene perspectiva". \*

## ¿Qué es Proyecto internet?



**E**l doctor Octavio Islas coordina, el Proyecto internet-Cátedra de comunicación estratégica y cibercultura del tecnológico de Monterrey que desde 1995 ha operado como un centro de investigación aplicada, para realizar actividades de consultoría, extensión, capacitación y divulgación en el área de la comunicación estratégica, internet y el comercio electrónico.

Su misión es formar investigadores y consultores de las ciencias de la comunicación en México, especializados en la planeación, desarrollo y ejecución de programas y acciones de comunicación institucional estratégica, que se involucren en el empleo de avanzadas tecnologías de la información asociadas a internet. \*

mediática



**Diviertete saltando al mundo de la imaginación**

"Te invitamos a desarrollar la creatividad, espontaneidad e imaginación de tus niños"

- Baile
- Basquet-bol
- Capoeira
- Creatividad / máscaras
- Fútbol
- Gimnasia
- Inglés
- Recreación
- Tenis
- Teatro
- Voleibol
- Yoga

**Te esperamos en CUCEA**

**Informes:**  
Coordinación de Extensión  
Periférico Norte 799, Módulo de extensión, Nucleo Universitario  
Los Belenes CP 45100. Zapopan, Jalisco, México. Teléfono:  
(33) 37 70 34 66 ext 5391 ó 5200  
[www.cucea.udg.mx](http://www.cucea.udg.mx)