

SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA LA EDUCACIÓN

Mg. Rubén Canella

rubencanella@ciudad.com.ar

Universidad Nacional de Lomas de Zamora

Resumen:

Este artículo reúne algunas de las perspectivas planteadas en la mesa de Estrategias de Comunicación para la Educación presentadas en el IV encuentro del FISEC en Granada. Se proponen entonces tres ejes, por un lado, la necesidad de incluir en los campos educativos el concepto de “Estrategar”; por otro lado, la forma de inclusión de los conceptos en estos campos; y por último, plantear la necesidad de formalización de las publicaciones académicas de acuerdo a las normas internacionales de Latindex. La perspectiva desde la cual se realiza este planteo es la discusión de la teoría de las Estrategias de Comunicación, partiendo de su convocatoria transdisciplinar para su aplicación sobre un objeto comprendido como núcleo complejo, con una metodología que también debe ser compleja y relacional.

Palabras clave:

Estrategias de Comunicación, educación, publicación científica.

Abstract:

This article joints some of the perspectives presented in the discussion panels about Communication Strategies for Education in the IV Fisec congress in Ganada, Spain. There are then three axis proposed: in the first place, the need of including in the educative fields the concept of “Estrategar”; secondly, the way this concept should be included in these fields; and finally, to state the need of academic publications’ formalization according to the international regulations of Latindex. This is stated from the discussion of the Communication Strategies theory, coming from its transdisciplinar convocatory to its application on a complex object, with also a complex and relational methodology.

Keywords:

Communication Strategies, education, scientific publications

Introducción

El presente artículo pretende reunir algunas de las ideas principales que los expertos propusieron en el seno de la mesa de estrategias de comunicación para la educación. Se trabajaron 3 ejes de acción posibles para orientar la dirección en el futuro próximo:

- a) La primera idea consensuada es la concientización/ publicación de una estrategia para sembrar el concepto de “ESTRATEGAR” en la educación (formadores, grado y postgrado)
- b) Difundir y explicitar las diversas acepciones de los conceptos de la investigación internacional e interuniversitaria “Estrategar” y
- C) implementar acciones tendientes a lograr la formalización las publicaciones de los materiales referidos a la teoría, según la normativa internacional Latindex; buscando la inclusión internacional en diversos repositorios internacionales.

Proponemos como objeto para la discusión la teoría sobre estrategias de comunicación:

1) que al ser compleja y relacional lleva de sí una convocatoria transdisciplinar entre las que no pueden estar ausentes las otras disciplinas de la comunicación, abriendo el campo hacia diversas direcciones,

2) que el estudio se centre sobre un objeto que se manifiesta como un núcleo complejo. De este modo podemos acercarnos a un objeto de estudio en comunicación que nos permite enfocar en un elemento común a toda comunicación, permitiéndonos integrar en este campo a los diversos objetos de estudio, sin hacer distinción desde la materialidad de su soporte, como lo fueron algunas taxonomías históricas, comunicación gráfica, auditiva, visual y audiovisual; y, por otra parte, las grandes divisiones taxonómicas que han sido la comunicación en las organizaciones y la comunicación en los medios

3) la metodología también debe ser compleja y relacional, de manera que permita la integración de las tradiciones que han desarrollado las disciplinas de la comunicación hasta el presente, así como también la inclusión de nuevos elementos para consolidar una metodología de las ciencias de la comunicación, integradora y válida para las diversas disciplinas

4) que la diseminación, difusión y divulgación de los resultados se realice con los formatos aceptados para la ciencia, lo que permitirá sistematizar la aceptación de la comunicación como una ciencia (objeto, método y difusión de resultados), y la comunicación estratégica como su eje vertebrador. Al ser compleja y relacional, la comunicación podrá incluir a las tradiciones de investigación previas en el campo, tales como la sociológica, antropológica, semiótica, cibernética, y también otras como psicología, economía, epistemología (reflexión epistemológica, etc.)

Desarrollo

Estrategias de comunicación para la educación

AVANCES EN LA NUEVA TEORÍA ESTRATÉGICA: De las palabras a los hechos.

Desde este lugar hemos consensuado algunos ejes generales con la colega María Isabel De Salas Nestares de España y los colegas Fernando Otero de Portugal, Antonio Roveda de Colombia; Claudio Avendaño de Chile, y quien suscribe.

Presentamos las ideas principales a modo de esquema en esta primera parte con el objeto de marcar ideas fuerza, que podrán servir de objetivos a alcanzar en el tiempo y en la segunda parte desarrollaremos algunos conceptos y descripciones de acciones concretas que nos llevan de las palabras a los hechos.

Primer eje: A) de la estrategia para sembrar "estrategar" en la educación (grado y postgrado)

Incorporamos en principio un aporte de Fernando Otero, que percibo como una reflexión de orden semántico y epistemológico, nos propone sobre el término Estrategar su registro en dos sentidos: uno como la definición de concebir estrategias, y el otro como base metodológica para el desarrollo de un nuevo camino de raciocinio. Ambos sentidos serán objeto de profundización en el campo de la investigación, y marcan un punto de partida para la discusión académica.

Desde una perspectiva amplia de la educación, integrando a todos los niveles, Claudio Avendaño nos propone tener en cuenta lo siguiente:

Que por un lado, hay un cambio multidimensional en los alumnos de cualquier nivel escolar. Los jóvenes, adolescentes y niños ya no son sujetos “sin luz”, sino que se han ido transformando en actores relevantes desde distintos puntos de vista: económico (influencia en el consumo), cultural (nuevas propuestas simbólico-culturales), político (interpelantes al “sistema” desde otros lugares por ejemplo, nuevas formas de movilización), social (nuevas prácticas, por ejemplo, vida y re-definición de género). En resumen, se trata de nuevos sujetos y nuevos actores sociales.

Por otra parte, plantea que es necesario que se incorpore en el currículum de las escuelas el desarrollo del pensamiento estratégico, lo que Otero apoya en tres razones:

1. Desarrollar en los sujetos la capacidad para definir estrategias personales, grupales y societales, que contribuya a formar ciudadanos libres.
2. Transferir prácticas propias de los juegos de estrategia, tan comunes entre niños y adolescentes a otros ámbitos, por tanto es necesario una sistematización educativa por parte de la escuela.
3. Incorporar en los docentes y directivos de las escuelas la necesidad de plantear estrategias de comunicación que permitan generar nuevos horizontes y prácticas, para mejorar la calidad del sistema educativo.

Además, Otero también propone el fomento de prácticas educomunicativas que promuevan la expresión de los actores de la comunidad escolar, de modo que sea posible introducir una visión estratégica de la educomunicación, superadora de la “producción de medios”, orientada al desarrollo de habilidades comunicativas comprensivas y expresivas, para un mayor empoderamiento comunicacional de los sujetos.

En consonancia con lo planteado en esta mesa de estrategias de comunicación en educación Antonio Roveda nos deja sus ideas principales desde la perspectiva de la educación universitaria, planteando que es necesario incluir (como ciencia, disciplina, arte u oficio) los conocimientos y debates sobre comunicación estratégica y pensamiento estratégico en los planes curriculares de los programas académicos profesionales en Comunicación en Iberoamérica.

Y en este sentido Roveda sostiene que la “verdadera” formación profesional en Comunicación desde las facultades y escuelas de Comunicación debería implicar:

1. La formación de un pensamiento estratégico, basado en Competencias (académicas y profesionales), que propenda por una acción-reflexión estratégica; ello, implica, en lo suyo, el desarrollo de las competencias desde la interpretación, el diálogo con el contexto y su transformación.
2. La necesidad inminente de definir y/o traducir una aproximación praxeológica sobre el “estatuto científico” de la Comunicación. En consecuencia, es fundamental re-iniciar los debates epistemológicos sobre la comunicación en relación con la estrategia y su relación sistemática con un pensamiento-acción.

De esta forma, Roveda asegura que entender hoy la comunicación desde su visión interpluri y transdisciplinaria, implica, sin duda, revisar su origen, evolución y relación con la estrategia; ésta última como una manera de pensar y de obrar.

Por otra parte, Roveda sostiene que es fundamental incluir dentro de los programas académicos de comunicación en Iberoamérica el desarrollo de unos nuevos objetos de estudio y de nuevos campos de investigación y de reflexión. Insiste en que hoy el pensamiento estratégico es un nuevo escenario de investigación y estudio dentro del mundo de la Comunicación. Y esto, para el autor, implica repensar la formación en Comunicación desde otros escenarios, desde otros espacios, en otros procesos (de enseñanza-aprendizaje), con nuevos actores (docentes, estudiantes, comunidad) y en otros tiempos y contextos. En último lugar, Roveda asegura que no podemos olvidar la relación Universidad-Empresa-Contexto, y que ésta podrá construirse desde la formación de un pensamiento estratégico en nuestros egresados.

Esta es una síntesis de las principales ideas que nos proponen trabajar en los campos epistemológicos de la comunicación para producir un diálogo entre las tradiciones de la comunicación y la estrategia de la comunicación como elemento común y constitutivo. Es menester en el plano teórico construir “Estrategar” como sentido de la acción previa a la comunicación, y como método para la sistematización/ construcción de esa acción previa. En el plano metodológico debemos cruzar entre quienes investigamos las diversas herramientas que utilizamos para armar un conjunto de materiales y métodos que nos permitan consensuar los elementos comunes y construir los más sencillos y representativos de esta propuesta. Por último, una vez logrado los consensos principales, debemos sistematizar todos estos conocimientos de modo simple para su distribución, acorde a las normas internacionales para el conocimiento científico en los géneros apropiados para su distribución en cada sector de la sociedad que nos interese, a través de artículos científicos, de divulgación, de cursos, seminarios o talleres entre otros vehículos de la cultura.

Sobre la praxis de estrategias de comunicación a implementar

Una de las reflexiones que proponemos se encuentra en la observación de las vías principales de transmisión del conocimiento en el aula. El camino histórico de la llegada de los conocimientos a la escuela, ha sido lentos, y está en relación a los tiempos de elaboración/ producción de un conocimiento, más la realización de un escrito en cantidades (volumen) considerable para el tamaño de un libro, más la presentación y evaluación de una editorial, la corrección, revisión e impresión. A todo esto se podrán sumar variables que relacionan el conocimiento producido a la editorial, y a su mercado, y si cumple con las prioridades de la empresa editora, y si no hay otro material que lo eclipse puede tardar dos o tres años en editarse. Si este material es reconocido, promocionado y se distribuye correctamente, saldrá el año de la edición en la plaza que fue editado, y un año después o más en otros los países. Los docentes inquietos podrán disponer de ese libro con suerte cuatro años después de generado el conocimiento, y las bibliotecas lo tendrán cinco años después.

Como buena noticia podemos señalar que en algunos casos de ciertos objetos disciplinares, si se encuentran dentro del interés de la divulgación científica o forman parte de la agenda de los medios o de los canales de documentales, el público general lo podrá ver con un retraso de seis meses, y con anuncio de avances desde los cuatro meses de producido el acontecimiento, como por ejemplo el caso de las momias del altiplano Andino, en Salta. La mala noticia es que en nuestro rubro creo que no hay “momias mediáticas”, o nuevas especies por descubrir, que generen este tipo de interés.

La brecha que hay entre el circuito comercial de un libro y otro tipo de difusión es grande. Sin ir más lejos en Argentina el Libro “Estrategias de comunicación” de Rafael Alberto Pérez ha tenido una muy escasa, casi nula, distribución.

A pesar de lo dicho estoy lejos de presentar una apología contra los libros, dado que sin duda todos nos hemos formado con ellos. Son buenos y son necesarios para guardar la obra en la disponibilidad de las bibliotecas, y hay quien repetirá la frase que: un libro se lleva a la cama,...

Tampoco voy a dejar de mencionar como ecologista la contaminación que producen las papeleras, lo toxico del proceso de las imprentas, y que cada árbol de eucaliptos de la especie que se utiliza por ejemplo, en la cuenca del río Uruguay, consume trescientos litros de agua por día para su desarrollo; por último como argumentación creo que un árbol en pie produce oxígeno y reduce la amenaza del calentamiento global y la desertificación.

Estos argumentos son excusas para preguntarnos:

¿Cómo podemos darnos una estrategia de comunicación para que estos nuevos conocimientos del “estrategar” lleguen a la educación? Y ¿a quienes? ¿De que modo se podrán presentar para generar el interés de los profesores y de los alumnos?

Una vía posible: Tendremos que incorporar la modalidad de incluir en la bibliografía para nuestras cátedras y nuestros cursos de los avances de las presentaciones científicas que se producen en las revistas científicas, y las de divulgación aquellas disponibles gratuitamente online, certificadas por los sistemas internacionales de indización.

Debemos tomar conocimiento y compromiso en la estrategia de comunicación de la ciencia, siendo rigurosos en la selección del material por dos vías: tanto como productores de artículos científicos y tanto como usuarios docentes para presentar a nuestros alumnos, y darnos el tiempo para la reflexión/ discusión de los textos, e interactuar con los autores. El tiempo físico que se emplea en los encuentros para la discusión es escaso, y sería bueno tomar como práctica la consulta y la discusión de los resultados utilizando los nuevos contactos disponibles, como el correo electrónico.

También hoy disponemos de otros elementos como el ítem comentarios disponibles al pie de cada artículo, publicado en nuestra revista virtual (www.fisec-estrategias.com.ar), que actualmente se encuentra subutilizado. Esta es una herramienta que nuestros antecesores soñaron, ya que a través del correo postal sistematizaron un método de legalización de la ciencia utilizando el correo postal que aún hoy perdura, que puede ser potencializado por la interactividad que ofrecen estas nuevas herramientas como los comentarios al pie de las notas publicadas, con una inmediatez incomparable con el sistema de correo de lectores.

El desafío hoy es redefinir nuestros conceptos de estrategias de comunicación, utilizando los medios de que disponemos.

Otra necesidad para sembrar el concepto “estartegar” es que quienes investigamos también tendremos que producir además de artículos de calidad científica, mayor cantidad de artículos de divulgación, en formatos breves, haciendo referencia en estos artículos a aquellos de mayor profundidad. Hoy la utilización de las herramientas de publicación que disponemos en Internet es de fácil acceso para la comunidad académica y cada vez más cercanas para la población del campo de la educación en general, a pesar de la existencia de la brecha digital (y del asimétrico desarrollo en iberoamérica, en lo económico, y en lo cultural).

Siguiendo la tradición de las ciencias, por definición, el vehículo de la ciencia es la comunicación de materiales, es lo que se ha publicado, bajo sistemas de revisión o referato

de la comunidad científica. Desde hace tres siglos sucede así en los Journals o revistas científicas.

Hoy estamos ante la emergente de un nuevo paradigma de publicación de la ciencia que se denomina Open Access, o de acceso abierto que se caracteriza por defender a la producción de la ciencia en lengua madre, y avanza hacia la reducción de la brecha entre publicaciones de corriente principal, en idioma inglés y en impresos de edición limitada y ciencia perdida, aquellas investigaciones no publicadas.

Muchos acostumbrados al sistema que ha demostrado ser eficiente en los últimos siglos se preguntan ¿por qué cambiar el soporte de difusión de la ciencia que es el vehículo que registra las novedades de la humanidad y está funcionando igual desde hace tres siglos?

Una respuesta posible es: porque se ha tornado inviable el sistema, no sustentable, dado que las mismas universidades ricas de los países ricos no pueden disponer de tantos recursos como para estar actualizadas con todo el material publicado, y aún así queda sin publicar una inmensa cantidad de ciencia perdida, investigaciones que no llegan a ser publicadas.

Esta situación genera un círculo vicioso en la región iberoamericana, acentuada en Latinoamérica, creciente en las ciencias sociales y acentuada en las disciplinas de la comunicación: son escasas las publicaciones que cumplen las normativas de la publicación científica. Por esto la evaluación que realizan los sistemas de control académico institucional no da puntajes a estas revistas “protocientíficas”, no indizadas en repositorios internacionales (entre las que se cuentan algunas revistas de comunicación de nuestras Universidades, entre otras de extensa tradición en comunicación como Telos o Chasqui) y esto se traduce en escasez creciente de recursos para la investigación en este sector disciplinar.

Discusión

Dada la situación descrita en el párrafo anterior, nos preguntamos si es posible revertir este círculo vicioso.

Esto es posible a partir de generación de un círculo virtuoso.

Una salida estratégica es estudiar las propuestas del nuevo paradigma Open Access, y observar las normativas internacionales para la indización de materiales científicos de Latindex, (pueden verse en documentos de www.hologramática.com.ar N° 4 o en Latindex http://www.latindex.unam.mx/latindex/busquedas1/revistas_elec.html).

Estas normativas tienen el consenso de las agencias científicas de nuestros países, como las propuestas de Redalib, Scielo, y Ebsco, en su propuesta en idioma Español (Castellano, para nosotros, con respeto a las Autonomías Españolas y su diversidad lingüística).

Desde la presidencia del Fisec capítulo Argentina, desde la Facultad de Ciencias Sociales, de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora estamos trabajando en la realización de la revista académica fisec-estrategias (entre otras) con el objetivo de lograr su indización en el año 2007. En este momento también estamos realizando una investigación sobre una base de 200 de las revistas académicas de comunicación online de Iberoamérica y su objetivo es establecer la situación de cumplimiento de las publicaciones con respecto a los parámetros exigidos por el sistema internacional Latindex.

Los primeros resultados nos indican que del total aproximadamente un 55% no cumple la regularidad de publicación, que es un requisito exigido para la inclusión.

El 15% del total de las publicaciones con pocas modificaciones estrían en condiciones de estar indizadas en Latindex, y otro 14% podría incluirse con una modificación de 10 sobre

36 parámetros. Estamos aproximadamente ante un número de 60 publicaciones que fácilmente podrían actualizarse. Estos resultados se volcarán en el 2007 en un portal, en el que se ofrecerá información, formación, documentos y software y alojamiento para lograr la formalización de la difusión científica, que es deficitaria históricamente en nuestras disciplinas de comunicación. Desde esta perspectiva trabajamos en la edición de varias revistas académicas. La más antigua es Hologramática una revista de la facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora, URL: www.hologramatica.com.ar que ha logrado su inclusión en Latindex recientemente con un cumplimiento muy alto de todos los parámetros solicitados.

Estamos trabajando también en un proyecto de desarrollo de portal dinámico para FISEC, donde pueda generarse intercambios de modo más frecuente que el “ciclo agrícola” de nuestra reunión anual, (nuestro esperado y querido encuentro) con la inclusión de weblogs y espacios para el vínculo continuo de los diversos grupos, de interés, de investigación, entre sí y con los demás miembros.

Si tomamos la utilización de estas herramientas de comunicación como estrategia y logramos apropiarnos de éstas, nos permitirán hacer un aporte a la reducción de la brecha digital, y a la vez, podremos avanzar en la difusión de los conocimientos indicados como Estrategar, en los campos referidos en la primera parte, el profesorado, los alumnos los estudiantes universitarios, los profesionales. En fin, la sociedad

Hay una brecha digital en el campo cultural que se puede combatir con el compromiso que cada uno tiene con su conocimiento, su voluntad, y la apropiación de la tecnología.

Uno de los desafíos es lograr el reconocimiento de las otras ciencias para las disciplinas de la Comunicación como ciencia, y se juega en el campo de la formalización de la publicación de los resultados de investigación, como primer paso. Los otros pasos simultáneos se irán dando en la discusión del objeto y del método, propuesto en el campo de la investigación como acción y como método Estrategar, por nuestro colega Fernando Otero.

La utilización de estas tecnologías y de la acción estratégica del Capítulo Fisec de Estrategias Académicas Virtuales (por el momento solo una entidad de razón) nos permitirá paulatinamente producir revistas de calidad científica en todo el campo académico de las comunicaciones, y si nos damos la estrategia compartida y hacemos el pequeño esfuerzo de acomodar nuestras publicaciones institucionales de Comunicación a la normativa internacional, y si aceptamos la colaboración interinstitucional para producir materiales científicos de calidad, (dado que por norma no puede haber calidad científica certificada en una publicación que es realizada y evaluada por los miembros de la misma institución), lograremos a corto plazo un salto cualitativo para la Comunicación Estratégica.