



Universidad Autónoma
del Estado de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

***El espectro comunicativo: la experiencia del
conocimiento y el poder***

ENSAYO

Que para obtener el título de
Licenciado en Comunicación

Presenta
Angel Olegario Escobar Ortega

Director/a:
Dra. en C.S. Laura Elizabeth Benhumea González

Toluca, Estado de México, Septiembre 2023.



La comunicación es un tema tan antiguo como el hombre y tan importante como él mismo. Muchos problemas y conflictos se resolverían democráticamente si la comunicación entre los seres humanos partiera de escuchar con respeto y tolerancia, posibilitando la expresión honesta y clara de los mutuos intereses y sentimientos. (Gómez, 2016, p. 5)

Contenido	Página
Introducción	3
El espectro comunicativo: la experiencia del conocimiento y el poder	
El espectro comunicativo: consideraciones iniciales	7
Ida y vuelta en la historia de las teorías de la Comunicación	10
Crítica al modelo de comunicación dominante del metaverso y los medios masivos de comunicación	17
El espectro comunicativo: la experiencia del conocimiento y el poder	39
Viabilidad del espectro comunicativo	52
Consideraciones finales	64
Referencias	66

Introducción

El espectro comunicativo: la experiencia del conocimiento y poder

La constitución del campo de estudios de comunicación en una disciplina significaría obturar un proceso muy estimulante y creativo que está en curso y sacrificar la posibilidad de hacer investigación desde las múltiples fronteras de la comunicación con todas las disciplinas sociales y humanas, que ha permitido abrir nuevos horizontes al conocimiento científico. (De la Peza Casares, 2013, p.29).

El abordaje de estudios relacionados con la Comunicación remite a la apertura de un amplio abanico de perspectivas: el origen de investigaciones en materia de comunicación, concepciones y aplicabilidades epistemológicas, a quiénes satisface el proceso de comunicación. De las emociones y la experiencia que transmiten, de la subjetividad y objetividad con la que se precisa el mensaje, de errores y de logros, algunos medibles y otros incuantificables.

Hablar de comunicación también es destacar uno de los oficios más antiguos de la humanidad. Es hacer alusión a términos empleados para referirse a personajes como escribas y lábridos (animal político), amén de recordar el papel que los comunicadores han encarnado desde sociedades milenarias, que reconocieron la importancia y dotaron de un prestigio sin precedentes a los comunicadores. Dada esta cualidad de la comunicación en las primeras sociedades, se obtuvieron técnicas y modelos que hoy se perciben vigentes en el hacer de la comunicación como profesión.

Sobra decir que el comunicador no sólo fungió como asesor de comunicación en lo escrito y en lo discursivo, también desde los comienzos de su encomienda social, se dedicó a aportar experiencias a la clase gobernante y a sostener el vínculo entre la conciencia cultural y la continuidad de los rituales sociales. Además, los primeros comunicadores contribuyeron a documentar la historia; es decir, se hicieron presentes a través del arte y la escritura sin identificarse como comunicadores, dando prioridad y correspondencia a los gustos y ordenamientos de aquellos que dictaban la manera de

percibir el mundo desde la teología, el poder y, posteriormente, también desde las comunidades científicas.

Es entonces, que para fines de este ejercicio académico se define como comunicador: a aquel individuo que asesora, sugiere, elabora y evalúa contenidos (productos comunicativos), que obtiene formación en comunicación o adquiere la habilidad de documentar y proceder en el ámbito comunicativo como asesor en este proceso al ámbito gubernamental, social, científico y político. Es el integrante social que se designa para descender el conocimiento a través del lenguaje.

El papel de la escritura es fundamental para entender la importancia de la comunicación. La creación de alfabetos, de las relaciones entre signos y las pronunciaciones, dieron pauta a la necesidad de determinar un código que pudiera resguardar información importante y precisa para la posteridad. Por esta razón, se puede interpretar que la escritura es una extensión más de los procesos de comunicación y que, por si fuera poco, preservó el rumbo de las sociedades y determinó la identidad de estas, además ocupó un lugar de primer orden en la evolución de los procesos sociales y la preservación de dictados a gusto de quienes solicitaron el servicio de los comunicadores. Podemos apreciar esta práctica en el pentimento y palimpsesto, términos con los que se denominó a los rasgos o atributos más favorecedores de los “patrocinadores”, por lo que son el primer vestigio de censura en la realidad social y de la influencia que ha tenido la esfera económica en el quehacer de la Comunicación.

Actualmente, la mayor parte de las propuestas comunicativas aún son elaboradas a partir de sustentos teóricos dictados por los estudios de mediación en Comunicación, que corresponden a prácticas, como la condensación de la información sin un objetivo claro para beneficio de la comunidad. De los integrantes sociales, en una época donde predomina la imagen, la permanencia de la comunicación a través de tecnologías y de la alta correspondencia de la comunicación a intereses mercadológicos.

En el presente trabajo se exponen temas que contextualizan el desarrollo de actividades en las que ha sido posible la transferencia de varias ideas derivadas del *espectro comunicativo*. Comienza con la exposición de varias reflexiones que abren la pauta al estudio del tema. Continúa el escrito con una crítica al modelo de comunicación imperante, para después hacer un recorrido por las teorías de comunicación más relevantes en la historia para, plantear las principales ideas en torno al modelo del *espectro comunicativo*. Así también, contiene un apartado en el que se manifiestan tres experiencias en las que es viable la aplicación de postulados teóricos del espectro. Finalmente a manera de cierre, se plantea una serie de reflexiones.

El primer apartado, *El espectro comunicativo: consideraciones iniciales*, sitúa al espectro comunicativo como un modelo de la comunicación que retoma el pensamiento crítico de los estudios sociales. A su vez, considera las frecuencias como la relevancia que adquieren los múltiples productos comunicativos en el metaverso, que atraviesan el pensamiento y las formas de vida de los integrantes sociales.

El segundo apartado, *Ida y vuelta en la historia de las teorías de la Comunicación*, se efectúa el recorrido histórico, previo a las teorías de la comunicación, para descubrir prácticas, técnicas y planteamientos teóricos que conducen al oficio social de la comunicación en el tiempo, a través de productos sociales que contemplan la sensibilidad humana, el proceso imperfecto de la comunicación, la condición de escucha y la capacidad de asombro que fortalece los lazos sociales a través del aprendizaje.

En un tercer momento, *Crítica al modelo de comunicación dominante del metaverso y los medios masivos de comunicación*, es una crítica a la suscripción de la esfera económica que conduce significativamente las técnicas de los estudios de Comunicación y satisface intereses adversos a la construcción de comunidad.

El espectro comunicativo: la experiencia del conocimiento y poder, pretende hacer hincapié en la conciencia del origen de la comunicación como espacio de conocimiento social, su colocación como proceso rodeado de otras líneas de conocimiento y la

importancia que tiene este para fortalecer otros estudios sociales. Sugiere a los nuevos comunicadores romper paradigmas de lo establecido en el método, para así proponer nuevos modelos de comunicación que coadyuven a fortalecer el criterio de los integrantes sociales, su conocimiento, entendimiento, organización política y participación en la transmisión del saber.

En la sección *Viabilidad del espectro comunicativo*, la propuesta retoma el conocimiento del modelo y ejemplifica su aplicabilidad en una campaña de divulgación de un proceso de auscultación para elección de director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México en 2021 y en las propuestas de código de ética y revisión de los perfiles de ingreso y egreso de los estudios de Licenciatura en Comunicación.

En el apartado *Consideraciones finales*, se comparte una serie de reflexiones que puntualizan las ideas fundamentales que son expuestas en este texto.

Cabe destacar que el espectro comunicativo no es la panacea para la transformación de la comunicación en la actualidad, es una propuesta perfectible, de ruptura, que permite incidir en las ciencias sociales, para detonar una corriente de equilibrio de fuerzas entre la esfera económica, política y del conocimiento, misma que pretende incitar a los nuevos comunicadores a contemplar variables como los sentimientos, la frecuencia y perdurabilidad de los productos comunicativos. Asimismo, la intención auténtica de acercar el conocimiento de manera significativa a los integrantes sociales para propiciar la construcción de comunidad.

Finalmente, esta propuesta es una invitación al debate crítico y propositivo que nos distingue como universitarios. También es una exhortación a la acción en la búsqueda de mejora de los procesos comunicativos encaminados al bien común.
Patria, Ciencia y Trabajo.

Bajo el lema "Patria, Ciencia y Trabajo", se estila concluir las participaciones, discursos, propuestas y comunicaciones oficiales que elaboran integrantes de la Universidad Autónoma del Estado de México, (UAEMéx). Este elemento es un distintivo que agrupa los valores de la institución.

El espectro comunicativo: consideraciones iniciales

Esta propuesta epistemológica pretende resaltar la presencia de la Comunicación y su importancia en los oficios sociales a través de la historia de la humanidad, así como, sus contribuciones a otras ciencias sociales. Documenta y propone una nueva perspectiva para abordar los estudios de Comunicación que retoma la teoría del espectro electromagnético de las ciencias Física y Química y plantea una nueva percepción y autocrítica sobre el oficio social de la Comunicación por medio de la propuesta del espectro comunicativo.

El modelo del espectro comunicativo promueve una nueva perspectiva del hacer de la comunicación en los procesos sociales y enfatiza la importancia de la estrategia y el posicionamiento que refieren el saber y el poder. Pone en relieve la atención en la comunicación no perceptible pero existente en las experiencias derivadas de los productos comunicativos (formadoras de criterio) y en como estas interfieren sustantivamente en la toma de decisiones de los integrantes sociales, en la construcción de identidad, en el aprendizaje, en la manera como se documenta el nuevo conocimiento y en la convivencia entre el mundo digital y real.

Partiendo del dueto de la Física y de la Química, la comunicación como proceso convierte la información en un derivado análogo a la energía. Encontramos que la comunicación transita del universo del pensamiento y el precedente sobre el estímulo que este tiene con la materia; es decir, con los integrantes sociales y su entorno.

Debido a que existe una disociación entre las ciencias exactas y las ciencias sociales se encuentra que, para descifrar los procesos de comunicación actuales y permitir nuevos estudios en la materia, se tendría que contar con herramientas y conocimientos teóricos que puedan ilustrar las deficiencias de los modelos de comunicación anteriores, refiriendo que las citadas propuestas no necesariamente tuvieron origen en las teorías de la Comunicación, dado que respondían a propósitos de control e inteligencia militar.

Si bien en algún momento se retoma la idea de la comunicación subliminal de los estudios funcionalistas de la Comunicación, se ha concluido que la comunicación no necesariamente propicia una conducta específica, pero sí se convierte en un punto de referencia sobre la percepción y en otros momentos puede significar una tendencia sobre la toma de decisiones de los integrantes sociales, por esta razón es importante proponer herramientas que permitan la posibilidad de la aplicabilidad de tiempos y teorías de la Comunicación que se atraviesan entre sí para entender el proceder de los integrantes sociales en un mundo altamente comunicado.

Es importante destacar que, la indagatoria del espectro comunicativo pretende sumar al entendimiento de los procesos de comunicación que en ocasiones son imperceptibles a los integrantes sociales, pero que a su vez tienen afectaciones significativas en su manera de vivir y percibir el mundo. Decisiones que ocurren en el estado profundo y en las indagatorias extensas de lo desconocido por las ciencias, así misma saturación de contenidos publicitarios y presencia de marcas en todo lugar.

Para fines de esta propuesta epistemológica se reconoce la existencia de tres esferas de influencia: Económica, correspondiente al ordenamiento e interés de la industria a través del patrocinio para conducir investigaciones y desarrollo científico que favorecen el consumo permanente de bienes, servicios y tratamientos por parte de los integrantes sociales, así como, la sutileza y persuasión que obnubila y desplaza la participación política priorizando la intervención de la iniciativa privada en temas de asistencia, políticas públicas y servicios sociales. De ciencia y de ejercicio de poder. Este trabajo considera necesario profundizar en la trascendencia comunicativa de las ciencias y en el ejercicio del poder debido a que existe un detrimento en las aportaciones científicas y estructurales derivadas del interés económico.

Encontrar la participación de la Comunicación para el equilibrio de los poderes y espacios de influencia entre la ciencia, el poder y la economía, puede significar una alternativa regulatoria de la sobreposición de influencia del poder económico y la correspondencia de las ciencias y el servicio público, que se deben a la sociedad antes que a los

patrocinadores. De esa manera se habla del espectro comunicativo, como un enfoque que reconoce la comunicación e instrumento para el bien común.

Ida y vuelta en la historia de las teorías de la comunicación

¿Qué es comunicación? de la conceptualización a las utilidades sociales

Antes de seguir adelante es fundamental hacer una breve revisión de las acepciones más aceptadas referentes al vocablo de la Comunicación para encontrar bases que apoyen la clarificación de este término.

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2023), significa: la acción y efecto de comunicar o comunicarse; trato o correspondencia entre dos o más personas; la transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor; la unión que se establece entre ciertas cosas, tales como mares, pueblos, casas o habitaciones, mediante pasos, crujías, escaleras, vías, canales, cables y otros recursos; papel escrito que comunica algo oficialmente; Escrito sobre un tema determinado que el autor presenta a un congreso o reunión de especialistas para su conocimiento y discusión; petición del parecer por parte de la persona que habla a aquella o aquellas a quienes se dirige, amigas o contrarias, manifestándose convencida de que no debe ser distinto del suyo, propio; correos, telégrafos, teléfonos, etc.

En ese sentido también se propone retomar la aportación de David Berlo quien compartió los principios generales de linealidad propios de la comunicación telegráfica, notando que: las personas se comunican por turnos y se asume que mientras no hablan, se escuchan en distintos grados (recuérdese la obligatoria necesidad de silencios pautados cuando se utiliza el código morse).

Sin embargo, a esas acepciones no se sumó la correspondiente al carácter de objeto en los conocimientos sociales, ni siquiera determinó si la comunicación es un proceso social. Para fines de este ejercicio académico se definirá a la comunicación como un proceso o intercambio de información a través de un mensaje encriptado en algún código, lenguaje, sonido o elemento gráfico, que implica la interacción de dos o más individuos, con cualidades de emisor y receptor, en las que interfieren intereses y desintereses,

emociones, posibilidades de recepción físicas, temporalidad, ruido, canales o medios de transferencia, posibilidades de realimentación y agotamiento del tema o información.

Partiendo de esta definición surge un cuestionamiento mayor sobre: ¿qué investiga la Comunicación como línea de conocimiento social?

Derivado de este planteamiento, hoy existe un diálogo entre especialistas de la Comunicación, como Hugo Zuloaga Orrego, Gustavo Adolfo y León Duarte, quienes han determinado la dificultad para identificar el estatus de la propia línea de investigación de este saber social. Aunado a ello se ha vislumbrado también una trivialización por los investigadores de Comunicación, además de la dificultad para delimitar lo que pertenece a la Comunicación como sujeto de estudio y lo que es propio de otras ciencias sociales.

Al citar el origen de la Comunicación podemos determinar que no es estudiada desde el siglo XVIII, si no que la Comunicación fue debatida desde el comienzo de las sociedades, la evolución de un grito o sonido a un lenguaje, la interpretación de la memoria mnemónica, la colecta de frutos y la organización de la cacería, fueron los motivos de los primeros procesos de comunicación. Derivado de ello también encontramos los primeros archivos que documentaron la historia de las sociedades y, en conjunto, la Historia de la humanidad.

Las indagatorias de la Comunicación han argumentado la justificación de los modelos de producción. Asimismo quiénes deben o son aptos para gobernar a través de recursos teológicos, filosóficos y políticos. Podemos apreciar una constante en los libros de historia: el discurso y la dialéctica como recursos para justificar a las sociedades, complementando a esto la consumación de los primeros contratos sociales que dependían del aspecto teológico dieron justificación a los modelos de explotación y a desigualdad social. A esta cualidad, podemos se puede atribuir la prevalencia de ideologías que deshumanizan, segmentan y polarizan en la actualidad.

Se encuentra además, los cambios de paradigmas y adopciones culturales que fomentaron la crítica interna de los modelos sociales imperantes, permitiendo también el diálogo sobre el descontento de las sociedades cuando el discurso de sus líderes se

distanciaba de la realidad de las mayorías permitiendo. Así, la organización social, las revoluciones, las independencias y los movimientos por derechos sociales.

Derivado de la revolución industrial, de la creación de la imprenta y de la migración a los espacios urbanos, encontramos relevancia en la escritura y el dibujo como medios de comunicación. En el siglo XVIII también se puede referir a los primeros estudios de Comunicación los cuales argumentaron su función unidireccional. Es decir, la comunicación que no obtenía realimentación ni crítica en su hacer, no obstante, era la carencia de otros contenidos lo que mantenía el consumo de los productos comunicativos a través de canales como la imprenta, la televisión, la radio y el cine.

Posteriormente, el alcance de las producciones masivas de la revolución industrial, transitaron a las aristas que refieren la creación de contenido, permitiendo en productos de comunicación masiva, canales y estrategias de venta.

Aquí percibimos que el consumo de productos comunicativos implementa estrategias de venta por parte de productores audiovisuales, atribuyendo al oficio de la comunicación los derivados del *marketing*.

Estudiar la Comunicación en la actualidad: entre el descubrimiento, la documentación y el control

Abordar los estudios de Comunicación remite a la apertura de una serie de discusiones acerca de su origen, similar al dilema de: *¿qué fue primero, el huevo o la gallina?* Podemos colocar el dilema sobre la idea o la socialización de esta, comunicar forma parte del éxito de la humanidad en la adaptación evolutiva, proceso que parte de la naturalización hasta la socialización y consumación de las conductas humanas en los contratos sociales.

Respecto al origen de la frase: *¿Qué fue primero, el huevo a la gallina?* Refiere al origen de los animales ovíparos desde que el hombre domesticó a las aves. Sin embargo, también hace referencia al entorno cíclico de la vida en otras especies.

Desde la infancia aprendemos a comunicarnos en nuestro entorno, los primeros aprendizajes refieren al entendimiento de nuestras necesidades fisiológicas y como satisfacerlas, también se suma la dualidad de las virtudes de convivencia y entendimiento social.

El contexto es un elemento de la comunicación que básicamente consiste en el espacio donde se producirá la comunicación.

Desde un hombre que baja de los árboles y camina solo con sus piernas, hasta otro que tiene las habilidades de crear el fuego (los llamados “homos”), han ido construyendo las bases exactas para ir incluyéndose dentro de una sociedad. Podrán llegar al punto de incorporar dentro de sus virtudes la facilidad de la lengua, el lenguaje para posteriormente, ir empleando en lo que ahora se le conoce como comunicación. (Gómez, 2016, p. 5).

Partiendo de la manifestación de nuestros pensamientos y el aprovechamiento de hechos o actos concretos, la comunicación se convierte en el canal común del aprendizaje y adopción de la cultura, de las negociaciones y acuerdos en las comunidades, sin importar su tamaño, así mismo, de la documentación del conocimiento que a su vez permite el aprendizaje. No puede dejarse sin indagar y sin apreciar si es objetiva, pero es un recurso necesario y de alto valor.

Estudiar la Comunicación permite la posibilidad de sugerir la adopción y construcción de criterio, identidad y experiencia en otros integrantes sociales, lo que a su vez conduce al comunicador a adquirir selectivamente características y virtudes sociales que refieren a la buena escucha y a la profunda indagatoria de los hechos. En afán de sugerir lo más objetivo, el comunicador vigila lo inteligible y ofrece de manera orgánica la información a quien la requiera.

Al retomar el concepto *la virtud de comunicar* se asume que el comunicador adopta un compromiso para regular la verdad. Es necesario continuar observando los procesos de

comunicación que derivan de los movimientos sociales, independientemente del medio que se utilice, las interacciones humanas deben trascender el conocimiento.

El oficio de la comunicación debe adquirir las cualidades de adaptarse y camuflarse; cuando se tiene algo importante que decir, no determinando el rubro, descender el saber radica en la persuasión y la vigencia de fundamentar los beneficios a las sociedades o grupos sociales que se propone el mensaje al momento de comunicar.

Compete a los comunicadores observar la difusión de esos mensajes. Se entiende como la responsabilidad compartida, que hay entre la comunicación y la educación, es una de las razones por las que la precisión de la Comunicación tendrá que estar vigente en este tiempo, debido a que no podemos comunicar sin esperar que el mensaje o la información dé paso a la curiosidad, peculiaridad que catapulta el conocimiento y permite la indagación de este. “El asombro constituye una experiencia consciente cuando presenciamos algo insólito que capta poderosamente nuestra atención y, a un mismo tiempo, rebasa nuestro entendimiento”. Diccionario de las emociones, UNAM (2023).

Se comparte la anécdota de un pequeño que se acercaba a su vecino, ingeniero aeronáutico, para consultar si las propuestas de diseño con piezas armables de juguete permitirían que el modelo volará. El pensamiento puede ser conducido y catapultado a otras posibilidades cuando se comparte. Así de importante es la comunicación, cuya cercanía a las formas de pensamiento permite la indagación de los hechos y la obtención de respuestas.

Diferenciar entre el oficio de la comunicación y el proceso de comunicación en la actualidad es un recurso elemental para arribar los estudios de Comunicación a buen puerto. Esta diferenciación compromete al comunicador a entender cabalmente las sutilezas del proceso de comunicación y potencializar desde el lenguaje.

Más allá del dominio lingüístico, el contenido debe propiciar el acceso al conocimiento de cualquier tema, la complejidad de los procesos comunicativos no es casualidad, si no estrategia. Al momento de deglutir el contenido uno debe mantener el mensaje inicial. Es importante retomar el conocimiento histórico, dialéctico, del lenguaje corporal, del

lenguaje escrito, de las relaciones diplomáticas, de las negociaciones en términos reales, de los hallazgos y materiales novedosos, para obtener productos comunicativos formadores de criterio.

El mecanismo del conocimiento ya no tiende a los conceptos abstractos. El mecanismo era la abstracción teórica, hoy se tiende a las cartas finas de singularidades, a una descripción detallada de los grandes objetos cósmicos, de los importantes fenómenos de la vida, de la actualidad siempre vieja de la guerra. Describir es conocer; informar es saber; hablar de lo mismo es diferenciarse. La instrumentalidad es el menú del día. (Álvarez, 2008, p.9).

La certeza, la confianza y el dominio, son el fin último de la obtención de respuestas: como primer acto está la imitación, como segundo acto la apropiación del saber, como tercer momento la posibilidad de experimentar a través de nuestro propio cuerpo el proceso de comunicar. Sin importar las capacidades de este se convierte en toda una experiencia, evitemos perder de vista la forma y el fondo, estos caracteres contribuirán a acotar el proceso de comunicación que culmina en los estadios de la atemporalidad referentes al espectro comunicativo que reside en nuestra memoria. Los estadios se desglosan más adelante.

Es la experiencia a través de los productos comunicativos -publicaciones científicas y literarias, artículos, opiniones, notas informativas y formatos digitales- donde se propone jugar con los sentidos para acercar, motivar y socializar información y conocimientos que son manifestación de los integrantes sociales.

Hoy damos a conocer esos gustos a través de nuestras consultas en internet, convivimos con agrupaciones afines a nuestro pensamiento y consumimos propuestas comunicativas e informativas que se asemejan a nuestra concepción del mundo, no obstante, esta peculiaridad es susceptible a la incursión de ideologías, polarizaciones, criterios pseudocientíficos, *marketing*, *neuromarketing* y estrategias de consumo desmedido.

Debido al escenario actual, donde el proceso de comunicación se encuentra fuertemente conducido al interés de la esfera económica, encontramos la necesidad de proponer un nuevo modelo de comunicación que contempla múltiples variables sobre la manera de percibir y tratar los procesos de comunicación, y que, a su vez, contempla la necesidad de fortalecer otras esferas para equilibrar la manera en la que se conducen los procesos de comunicación.

Retomar el espectro electromagnético permite apreciar la existencia de múltiples procesos de comunicación que convergen en el escenario social, en mismo tiempo y con repercusiones graduales, mismos que en algunas ocasiones atraviesan de manera significativa la vida de los integrantes sociales. Es en las clasificaciones del espectro electromagnético donde encontramos experiencias que solo podemos escuchar, otras que podemos observar y algunas más que impactan en nuestra condición orgánica celular y pueden propiciar daños significativos a las personas. Inspirar la propuesta del espectro comunicativo desde las ciencias exactas, refiere al entendimiento de estas debido a conocimientos previos en aquella disciplina.

Esta sugerencia permite apreciar desde una perspectiva distinta la manera en la que debemos conducir los procesos de comunicación.

Crítica al modelo de comunicación dominante del metaverso y los medios de comunicación masiva

Actualmente vivimos la era de la imagen en la que el mensaje ha transitado múltiples escenarios para concluir en contenidos de síntesis, abstracción y subjetividad sobre el ejercicio del oficio de la comunicación. No obstante, los precursores de las mediaciones, Barbero y Serrano, concluyen que mejores contenidos en los medios propiciarían mejores mediaciones.

Esta postura es especulativa, la clasificación de impactos sobre las publicaciones de redes sociales en la actualidad significa el cambio de plataformas cuyos contenidos no ascienden a otros temas, las interacciones en redes sociales dejaron al televisor apagado y empolvado, *la nueva piedra filosofal*: la telefonía móvil presenta una continuidad respecto a la memoria humana y el poco esfuerzo neuronal para retener información.

Encontramos así, el hecho de que el exceso de competencia sobre la producción de productos comunicativos ha llegado al punto de saturar a los integrantes sociales, de tal modo que ya no consultan estas propuestas, todo lo contrario, las repelen. Aunado a esto, el precepto de mejores contenidos no necesariamente ha procurado mejores procesos de comunicación. Hoy el consumo se retoma por algoritmos, todos pueden comunicar y disponen de muchos medios para hacerlo, hay un mercado de aplicaciones y redes sociales que lucra con el universo digital, situación que hace recordar el refrán popular: *A río revuelto, ganancia de pescadores*.

Ante esta reflexión no debemos perder de vista el dicho de los pescadores, ese enfoque de las mediaciones no necesariamente coadyuva a resarcir los estragos y problemáticas sociales, parece ser que esta posibilidad responde a ganancias muy específicas.

Entiéndase por mediaciones el concepto de Jesús Martín Barbero en su obra: “De los Medios a las Mediaciones” dónde se interpreta el poder de la audiencia y su papel en la configuración del universo en el que se desenvuelven los integrantes sociales. En este ámbito donde surge la noción de lo masivo y se conoce qué es lo que llamamos medios

masivos en los estudios de la comunicación. Para ello se retomó la reseña de: "De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía" de Jesús Martín Barbero, por Carlos F. Baca Feldman, Razón y Palabra 2011, (75).

Aunque existe una conexión peculiar entre quienes ostentan y representan el poder y aquellos que practican este oficio social, es importante destacar la aspiración que hay sobre la importancia de indagar en la creación de contenidos que se comunican adecuadamente, justifican y argumentan ideologías, la creación de la idea de propaganda y la mercadotecnia en la comunicación.

La posibilidad de monetizar su aportación semiótica hoy se extiende y se debate sobre horizontes que pretenden el control social desde la empresa y el libre mercado, la política y la estabilidad geoestratégica de los pueblos e incluso la fragilidad física y orgánica de las propias sociedades civiles.

La comunicación actual y la subordinación al interés económico

Bajo el principio de máxima publicidad, la conectividad y la interrelación del mundo real con el metaverso, refieren a un compendio de fórmulas para realizar estrategias de consumo, de monitoreo de consulta, minería de datos y control del universo de los productos comunicativos que han sido susceptibles, maleables y creados desde la escuela de las mediaciones.

Donde la aplicación de las técnicas del proceso de comunicación que sirve al interés económico y a sus patrocinadores, en el cual pocas veces se presentan las complicaciones del producto en cuestión, si bien en esta subjetividad no se encuentran recursos de falsa publicidad, si existe una omisión significativa que no puede ser regulada por el estado si esta no se legisla, así mismo, se yuxtaponen las ideas de la experiencia ante la necesidad social de pertenecer, consumir o experimentar. Si bien, es sutil y la aplicabilidad no obliga a los integrantes sociales a consumir para pertenecer, si existe un impacto significativo.

Aunque se maneja el interés de los organismos del estado y de la sociedad civil, la percepción de las mediaciones y la libertad de expresión desdibujan, aparentemente, las barreras históricas de las agendas mediáticas a conveniencia, y en este ejercicio nulifican o dan poco tiempo de exposición a las agendas sociales.

Es importante reconocer que también los dueños de la industria mediática reconocen que se generan contenidos que no suman al criterio de las personas, es preciso rescatar la frase de Emilio Azcárraga Milmo:

Nuestro mercado en este país es muy claro: la clase media popular. La clase exquisita, muy respetable, puede leer libros o Proceso para ver qué dicen de Televisa... Estos pueden hacer muchas cosas que los diviertan, pero la clase modesta, que es una clase fabulosa y digna, no tiene otra manera de vivir o de tener acceso a la distracción más que la televisión. (Villamil, 2023).

La maestría de la dispersión a través de los contenidos de Comunicación manifiesta las deficiencias de un modelo comunicativo actual que responde a intereses económicos, aspiracionistas, antes de procurar el bien común, el exceso de contenido poco útil, carente de significado y veracidad muestra una deficiencia específica en los creadores de las mediaciones.

Esa nada y ese ocio de aquellos que no pueden aspirar a una variedad de contenidos que sumen a su criterio, se convierte en un obstáculo, en un espacio que solo aspira a consumir ese contenido y esas propuestas, es en sí, una manera de ver la vida y escapar de la realidad. Hoy el metaverso, también funciona bajo esos preceptos de consumo. Este suscribe e induce contenido que el buscador desea consultar. Posteriormente, sugiere contenidos similares y vincula grupos de interés, personas y contenidos que convergen en esa esfera de intereses, lo cual concluye en un reduccionismo de opciones y de posibilidades de criterio.

Es en este escenario en el que también se generan las condiciones idóneas sobre el consumo y suscripción que exalta la individualidad, antes que agrupar y sumar a la

comunidad. Existe también, la priorización del valor monetario y de los objetos antes que los sujetos, se asume como el nuevo reto a observar desde las ciencias sociales. Desmitificar el objeto y colocarlo en el valor social adecuado, para poder resaltar el criterio y la importancia de los actores.

Del entretenimiento y la industria cultural

Si el contenido no genera un criterio y ha sido diseñado para marcar una agenda social programada, no procurará el bienestar y el aprendizaje de los integrantes sociales desde los procesos de comunicación. Los beneficiarios de la viralidad son los dueños de los medios de producción, de las redes sociales y de los medios convencionales, que a través de este efecto materializan económicamente sus suscripciones.

Esto no significa que ahora debamos dejar de suscribir contenidos de entretenimiento, además esta estrategia en la industria cultural no es nueva. Desde la época de los romanos, el estado profundo y la élite asumen que el entretenimiento mantiene control social y disipa de la crítica al estado por sus deficiencias, de ahí, la justificación del dicho: *“al pueblo pan y circo”*. Por tal motivo, se asume que sigue vigente la práctica de asignación y creación de la agenda mediática a través del Estado y detentadores del poder económico.

El espectáculo actualmente transitado al dominio de la industria del entretenimiento, que entre sus tareas sugiere el actuar de las sociedades y satisface una agenda de consumo, sustenta el desequilibrio entre los integrantes sociales, en las esferas de influencia antes mencionadas (poderes políticos, económicos y de conocimientos).

Por la razón anterior, la importancia de indagar sobre la percepción de la Comunicación en la actualidad parte de fomentar el pensamiento crítico, desde la satisfacción fisiológica hasta la construcción de criterios racionales para satisfacer gustos personales, transitar del bombardeo constante de información, la manipulación y la polarización al uso de los productos comunicativos como una estrategia autodidacta, de equilibrio, autodeterminación y recepción.

Aunque la construcción de la identidad intelectual y el criterio son cualidades que el individuo debe asumir de manera autodidacta, existe el compromiso social de los comunicadores actuales a propiciar el incremento de criterio y objetividad desde las propuestas comunicativas. Aunque todos transitamos esta etapa en nuestra primera infancia, la creación de nuestra identidad, la convivencia con nuestros pares sociales da vigencia a la observación de la comunicación.

Del mercado a las mediaciones.

La posibilidad de monetizar la aportación de la Comunicación hoy se extiende y se debate sobre horizontes que pretenden el control social desde la empresa y el libre mercado. Retomando el concepto de “la producción social en comunicación” se asume que esta industria dicta precedentes en la política y en la estabilidad geoestratégica y conduce los intereses sobre el diseño del conocimiento, dejando expuestos a los pueblos, su cultura y el principio de fragilidad física y orgánica de los integrantes sociales. (Serrano, 1986)

Vivimos en un mundo más interconectado de lo que creemos. Son pocas las cosas que no pasan por la apreciación de las tecnologías de la información, la barrera entre lo cotidiano y lo extraordinario no es tan elevada como la llegamos a pensar, lo que dificulta las capacidades de asombro de los integrantes sociales. Es la propia humanidad la que lucra con el conocimiento.

El exceso de productos comunicativos no necesariamente garantiza una alta competitividad entre los nuevos comunicadores. Extiende la necesidad de diluir las ideas iniciales de los contenidos para yuxtaponer estrategias de venta, por lo que vender experiencias comunicativas a través del sensacionalismo tiene que ser cuestionado por la ética de los comunicadores.

En esta época donde la objetividad de la Comunicación se encuentra en verdadero peligro, es en la conciencia de ese control y la ruptura de los sistemas sociales en la que los estudiosos de la Comunicación deben prestar especial atención. La última transición

sobre los estudios de Comunicación obnubiló la presencia de una comunicación objetiva; más de cincuenta años de investigaciones en mediación, han desgastado el margen de posibilidades y espacios para los comunicadores. Debido a que poco se ha diversificado el método de abordaje de los estudios de Comunicación.

De ahí que el proceso de comunicación no debe dirigirse únicamente a la industria del entretenimiento, debido a que estas percepciones intervienen en temas que vulneran los procesos de comunicación, directa o indirecta a los integrantes sociales. Esta variable puede condenar a sociedades más susceptibles al desconocimiento o negación de su cultura, la adopción de prácticas e ideas que vulneran su entorno social y ecológico, así como la suscripción de contenidos de información que favorecen la cadena de consumo y la precariedad social.

Cabe destacar que la rendición de cuentas en el proceso comunicativo históricamente no es una línea sencilla, en ocasiones la demagogia ha obscurecido la posibilidad de trascender las acciones comunicativas y legislarse. Como consecuencia han desarrollado contenidos, programas, proyectos gubernamentales y pseudocientíficos que atentan contra la dignidad de las sociedades. Como por ejemplo: campañas amparadas en estadísticas y encuestas que no reflejan una realidad social e inciden en la convivencia y comportamiento de los integrantes sociales.

Sus efectos han sido devastadores para el tejido social, entre quienes adquieren la representación social y quienes son gobernados. Hay varios ejemplos en la historia contemporánea universal: la incursión del modelo neoliberal en Gran Bretaña por Margaret Thatcher, la disolución del bloque soviético, la crisis en Chiapas y el levantamiento del EZLN en 1994, entre otros.

Es motivo suficiente apreciar que las esferas política y científica son imprescindibles para restaurar la experiencia comunicativa de manera auténtica, sin descartar que, al momento de compartir un mensaje, este producto construido desde la comunicación tendrá rasgos propios del emisor, su saber, su experiencia y su memoria social-colectiva,

al marcar una tendencia sobre aquello que es conveniente suscribir y reproducir, desde el ámbito creativo de los productos comunicativos.

Una vez alguien dijo que la tierra era plana y otra persona más se inspiró en la propuesta y al recorrer la tierra con intenciones de llegar “al otro extremo” llegó al mismo punto, por esa razón supuso que el planeta era cilíndrico. Otro más al escuchar esta propuesta se percató que el sol no alumbraba de la misma manera el sur y el norte, al recorrer el mundo se encontró los polos y la inclinación del planeta, por esto concluyó que la tierra tiene forma “esférica”. La comunicación no sólo permite la reflexión o la filosofía, se convierte además en su conducto. Debido a esta característica podemos interpretar que los procesos de comunicación otorgan forma al pensamiento complejo y son la vía para hacer comunidad.

La comunicación es la vía (a través de las emociones orientadas y vinculadas al compromiso con un Otro) que permite la comprensión, que facilita un encuentro comprometido y responsable. Esta comunicación que mueve hacia una relación entre personas con rostros definidos es la forma de comunicación que puede ser estable en el tiempo, es decir, navegar con más certidumbre en el contingente panorama líquido. (Mönckeberg, 2020, p. 144).

El formato en el que los comunicadores han conciliado compartir el saber, no sólo aplican metodologías encaminadas al entretenimiento, también relacionan formas del lenguaje, la escritura y la comunicación que plantean la posibilidad de acercarse a quienes desconocen el tema, no perdiendo de vista las herramientas derivadas del sensacionalismo, el amarillismo y la cultura de odio. La necesidad de acercarse a nuevos actores sociales, e ir más allá de los productos comunicativos, genera un inconveniente desde que se decide implementar estas estrategias al momento de hacer comunicación.

Actualmente en las democracias participativas, el reto de legislar la comunicación, sin trastocar libertades de expresión, determinará también qué tipo de propuestas comunicativas se pretende publicar, acercar y compartir a la población para generar

criterio, no obstante, está latente la posibilidad de reserva y clasificación de la información, que mantiene una delgada línea entre la censura y la pérdida de la objetividad en los procesos de comunicación.

Mirar la industria del entretenimiento yuxtapuesta en los procesos de comunicación no sólo se convierte en una amenaza al prestigio del oficio de los estudios de comunicación, también convierte a la comunicación en un producto vendible, trivial, y poco profundo, algo que favorece el enriquecimiento de unos pocos. Es decir, la prevalencia de la carencia epistemológica puede afectar la necesidad de subsanar limitantes que, para los actores sociales es necesario erradicar.

Presencia del funcionalismo en la comunicación actual

Algunos promotores de esta teoría consideran que las estrategias funcionalistas - Marketing y Neuromarketing- dentro de la comunicación han sido efectivas. Podemos ver ejemplos de posicionamiento de productos en el mercado como: *Mattel, Apple, Coca-Cola, Pepsi, McDonald's*, entre otros, que se sustentan en la concepción funcionalista la cual pretende seducir a las sensaciones y sentidos antes que procurar la razón. Ries (2000) señala “El nacimiento de una marca se consigue con comunicación, no con publicidad”.

Podemos apreciar que la eficiencia derivada de cualquiera de los mensajes pensados desde los antecedentes de la Comunicación a través de los estudios funcionalistas se basa en apelar a las experiencias derivadas de los sentidos; es decir, la aplicación de persuasión y subliminalidad en productos comunicativos que se enfocan a las experiencias sensoriales, sumadas al aparato del metaverso y *mass media*, obtienen una recepción de alta eficacia por parte de las personas.

De ahí la peculiar publicidad que destaca el escape de un aliento después de un sorbo de gaseosa. Ahora al comienzo de un video en *YouTube*, en el *Reel de Facebook*, en el *Spam* del correo, en la radio local, en los comerciales de medio tiempo en la televisión comercial se programan estos mensajes.

En la actualidad el término *influencers* ha sido apropiado para aquellos comentaristas, líderes de opinión, que influyen de manera significativa en la toma de decisiones a través de las redes sociales, cuyo objetivo corresponde a promocionar productos, servicios y prácticas de consumo a sus suscriptores. Este protagonismo se convierte en un intento de reavivar la aplicabilidad del pensamiento funcionalista desde los medios de comunicación actuales. Véase a este respecto el canal de YouTube: *El mundo de Camila y Angélica Bovino*.

Cabe subrayar que este tipo de comunicación pensada en ámbitos como la comunicación política y la comunicación científica resulta en estrategias que diluyen contenidos que deberían coadyuvar a fortalecer un criterio informado sobre acontecimientos.

[...] son comunidades listas para el consumo, comunidades instantáneas para el consumo instantáneo [...] son comunidades que no requieren una larga historia de construcción lenta y minuciosa, que no requieren un esfuerzo laborioso para garantizar el futuro [...] su característica común es la naturaleza superficial y episódica de los vínculos que surgen entre sus miembros. Los vínculos son fríos y efímeros [...] en realidad son vínculos que no atan, vínculos sin consecuencias. (González, 2003, p.86.)

Es necesario precisar que hay interconectividad en los contenidos de entretenimiento y los malestares sociales, debido a que estos son un reflejo que identifica a los integrantes. Notamos que su aplicabilidad respecto a la comunicación suma al imaginario colectivo. Este recurso es indicativo para monitorear percepciones, otros autores categorizan a los estudios de mediación como un brazo operativo para enajenar a las masas y alejarlas de la participación política y científica, que en ocasiones dicta precedentes para el control y dominio de las sociedades.

A partir de la modernidad y con la llegada de las telecomunicaciones, la relación vital espacio - temporal se rompe. Esta ruptura, agudizada por el fenómeno de la instantaneidad [...] es a partir de esta realidad que se desencadenan las consecuencias líquidas en los variados ámbitos sociales del ser humano y de su

vida en comunidad (la fragilidad de los vínculos y compromisos, la formación de comunidades efímeras, relaciones contingentes de corto plazo, identidades mudables, desvalorización de las tradiciones locales). (Mönckeberg, 2020, p.145.)

A lo largo de la historia hemos tenido representantes sociales: políticos, de la sociedad civil, líderes religiosos, entre otros. que no eran talentosos o notables, pero que a través del uso de dichas herramientas y estrategias de Comunicación funcionalista, lograron la instauración de ideologías como el nazismo y el fascismo, incluso, podemos argumentar que a lo largo de la historia el ascenso de la comunicación influenciada por la ideología funcionalista supone la creación de un arma discreta y silenciosa, donde el control de las sociedades se obtiene a través de un mensaje o, mejor descrito, de una propaganda.

De las comunicaciones, la Comunicación y la gestión de redes sociales

A lo largo de la historia de la propia comunicación irrumpieron fuertes planteamientos desde la epistemología de las ciencias sociales, hasta la determinación sobre las limitaciones que presenta la Comunicación para denominarla *Comunicología* de Jesús Galindo Cáceres quien refiere:

El tema de los procesos de comunicación y las redes sociales en la Internet es un tema específico de la Comunicología, aunque por supuesto puede serlo también de la Sociología, de la Psicología Social o de la Antropología. El caso es que también existe la perspectiva comunicológica. En este punto aparece entonces la mirada de una ciencia de la comunicación, y su pareja, una ingeniería en comunicación. (Cáceres, 2010).

Esta formación es susceptible a percepciones en boga en la investigación, lo cual obnubila el crecimiento y la conducción hacia qué comunicaciones aspiramos para hacer ciencia social.

Ese desinterés también recae en el estudio de las tecnologías de la información convertidas en extensiones del ecosistema comunicativo, que ha tomado mucho tiempo ser apropiado por los oficios sociales. Hoy cualquier persona puede “tener éxito” al

publicar un producto comunicativo en una plataforma digital, porque es la creatividad, e incluso el desconocimiento sobre el tema, que genera motivo de consulta entre iguales, o personas que se identifican con promotores. Esto demuestra que hay aplazamiento de aquellos que tienen el conocimiento en comunicación.

En redes sociales existe una posibilidad infinita de alcance sobre información, independientemente de la minería de datos que se maneja. Hoy es inamovible el valor social de las tecnologías de la información, sus beneficios y posibilidades de mejora en la vida cotidiana de las personas. Sobresale aquí, la importancia y cautela de aquello que transita como comunicación de consumo y su contraparte que acerca a la verdad científica y promueve la participación política. Bauman asevera:

En la actualidad, las pautas y configuraciones ya no están “determinadas”, y no resultan “autoevidentes” de ningún modo; hay demasiadas, chocan entre sí y sus mandatos se contradicen, de manera que cada una de esas pautas y configuraciones ha sido despojada de su poder coercitivo o estimulante. Y, además, su naturaleza ha cambiado, por lo cual han sido reclasificadas en consecuencia: como ítem del inventario de las tareas individuales. En vez de preceder a la política de vida y de encuadrar su curso futuro, deben seguirla (derivar de ella), y reforzarse y remodelarse según los cambios y giros que esa política de vida experimente. El poder de licuefacción se ha desplazado del “sistema” a la “sociedad”, de la “política” a las “políticas de vida” ... o ha descendido del “macronivel” al “micronivel” de la cohabitación social.

Dicho en otras palabras este concepto de Bauman es interpretado por Mönckeberg, quien considera que las comunidades antiguas poseían conocimientos y significados complejos, que en la actualidad han sido “licuados”, “diluidos” a conveniencia del mercado de las experiencias y de la instantaneidad.

... que las antiguas comunidades eran densas en contenido, relaciones, tradiciones y ritos, que les permitían mantenerse integrados y cohesionados.

Todos estos vínculos se forjaban por la comunicación directa entre los miembros de aquella comunidad. Con la llegada de las telecomunicaciones y luego con el fenómeno de la instantaneidad esa comunicación intracomunitaria perdió “sus ventajas respecto del intercambio intercomunitario”. Es decir, estar dentro o fuera, cerca o lejos perdió parte de su significado antes tan diferente. (Mönckeberg, 2020, p.141).

En los últimos años hemos atravesado nuevas controversias respecto a las huellas de la información y minería de datos que se depositan al momento de transitar a través de ordenadores y *software*. Teniendo una interrogante sobre aquello que dejamos/entregamos en el metaverso y cuyos impactos residen en el entendimiento algorítmico que interactúa con nuestros patrones de consulta, nuestra comunicación y nuestro intelecto. Debido a que somos seres diversos, también somos seres rutinarios y predecibles, lo que nos hace vulnerables a ser interpretados y conducidos a un control mayor por medio de las sutilezas de la oferta que acompaña la transición del mundo digital al mundo real. La preocupación de la legislación del *metaverso* deberá fundamentarse en la manera en la que nos comunicamos.

Para el bien común es recomendable que no exista opacidad sobre como las tecnologías de la información nos miden y perciben al momento de interactuar día a día con ellas. Lo deseable es regresar a observar que la comunicación en muchos momentos de la vida es discrecional y no tiene que ser monitoreada, también puede descartarse y olvidarse en algún momento. Se entiende que al hecho de comunicar no le precede un aviso de privacidad, sino que, en su manera de ser, encriptado, adquiere temporalidad finita si no se decide grabar o documentar de manera escrita. De adquirir esta condicionante se interpreta que la vigencia que adquiere tiene carácter de temporalidad extendida o infinita.

Es en este rubro de la comunicación, en el que partir de las experiencias pretende acompañar la correspondencia de la información en la era de la inteligencia artificial, el metaverso, la computación cuántica, debe imperar una garantía sobre la observación a

través de los gestores de la Comunicación por medio de un mecanismo de *objetividad regulatoria social comunicativa* lo cual complementaría e identificaría el conocimiento abordado por otras ciencias al momento de contribuir a la Comunicación como espacio de conocimiento, lo cual permite que se procuren el estado de derecho, los derechos de cuarta generación, el equilibrio en la propaganda política, el papel fundamental de la comunicación en la geoestrategia, así como la importancia de la comunicación en las ciencias para poner al alcance de todos el conocimiento.

Lo anterior con la intención de mostrar qué significa la *experiencia comunicativa*, a partir del principio de diferenciación en la manera transita el proceso de comunicación, condición ligada a favorecer al emisor en su propósito y navegar a través de las tecnologías de la información, para sumar la profundidad del mensaje.

Actualmente, podemos apreciar que ningún producto comunicativo de alta calidad y contenido asegura el incremento de suscriptores, debido a que se han pensado como productos de venta y el público objetivo, que es receptor, se ha pensado como desconocedor. Se promueven productos comunicativos del ámbito gubernamental que al ser explicados interpretan que los ciudadanos ignoran completamente el tema.

Por otra parte, la información que debería ser difundida adecuadamente por la comunidad científica es sustraída por comunicadores, quienes desvinculan los contenidos de su idea principal y, así, fomentan desconocimiento del tema a través de percepciones o interpretaciones sesgadas.

De la exposición anterior se deriva un exhorto general a la comunidad de comunicadores: a procurar que la comunicación compartida a los espectadores sea equilibrada, veraz, útil, ilustrativa y que permita la consulta autodidacta sobre contenidos, que fortalezcan la ciudadanía y abunden en la percepción del mundo.

Se considera preciso contener los productos comunicativos que fomentan el desconocimiento, el desuso y la mentira debido a que en una sociedad sobre informada también existe la enorme susceptibilidad de la desinformación. Diferenciar entre la ignorancia promotoría para mantener a las élites del poder en el mismo lugar, motiva la

reinterpretación del oficio de la comunicación, para marcar la posibilidad de cambio y regulación de los entornos sociales.

El uso de aplicaciones y redes sociales debe adquirir otro valor para los integrantes de cualquier sociedad. Si hoy abrimos y buscamos el perfil de un estudiante asiático, seguramente replicará algún experimento científico y él estará en espera de ser revisado por su autoridad escolar, lo cual se convierte en una nueva interpretación sobre el valor que tiene replicar un experimento, pero si indagamos el perfil de algún estudiante latinoamericano, probablemente encontraremos la grabación de algún baile de moda o chiste local, lo cual no está mal, pero, el valor dado es para fomentar el entretenimiento. Dos visiones sobre un mismo uso de las tecnologías de la información y las aplicaciones.

Observamos desde las propias ciencias sociales que apreciar la interacción de los individuos y los productos comunicativos permiten entender aquello que la sociedad piensa y le interesa, y a su vez indican, el universo de posibilidades sobre la diversidad y el entendimiento complejo de las colectividades.

Aunque muchas veces la ideología de las personas se convierte en un obstáculo para la formación de criterio, sí se manifiesta que la manera como se comparte la información determina el actuar individual y colectivo. De ahí la trascendencia de comunicar.

Hoy todos podemos comunicarnos e interactuar sin necesidad de habernos conocido previamente, de manera personal, también ignoramos más y conocemos únicamente lo necesario.

Basta tener un perfil y un usuario para poder interactuar. Esto acelera las frecuencias de interacciones y de conversaciones sobre acontecimientos y realidades, permitiendo una voz a cada integrante social para poder calificar y cuestionar aquello que acontece, nuestra huella digital se ha convertido en una moneda de cambio respecto a la informática, que ha rebasado el uso de la información y se ha coronado como una de las industrias más lucrativas del siglo XXI. (Moreno, 2000, p. 528).

Se rebasa así al poder de los gobiernos y al crecimiento de la ciencia. Notamos claramente que la mayoría de las investigaciones de actualidad responden a interrogantes, por ejemplo, como diseñar un teléfono inteligente que tenga resistencia al agua, creación de aplicaciones que incluyan a diferentes individuos, mayor aprovechamiento de internet, más velocidad y más resolución, entre otros.

Antecedentes del hacer comunicativo: Retomar el oficio de los escribas

El quehacer de los comunicadores no es un acto reciente. Si recordamos el oficio de los escribas, aquellos humanos que condujeron una parte de la historia de la humanidad. A ellos se tiene que atribuir la aportación de las primeras técnicas de la comunicación, muchas de las cuales siguen vigentes y activas al momento de comunicar.

Los primeros comunicadores también contribuyeron a documentar las formas culturales; es decir, se hicieron presentes a través del ritual y de otras cosmovisiones que hoy no se consideran científicas sino literarias, dando prioridad y correspondencia a los gustos y ordenamientos de aquellos que dictaron la manera de percibir el mundo desde la teología, el poder y posteriormente de las comunidades científicas. (Vázquez, 1997, p.21)

La cautela que sugiere el oficio de los escribas que hereda el comunicador, ha permitido mantener la participación dentro de los círculos de poder, el conocimiento de a quiénes asesora, quiénes desarrollan líneas de investigación o sobre qué temas se debate en el argot de las otras ciencias y foros sociales. Esta cualidad otorga desde ese entonces la posibilidad de tener la primicia informativa que, conducida en los canales correctos y descendida de manera adecuada a través del mensaje, permite la exclusividad a la referencia de consulta, así como la posibilidad de solicitud a servicios propios de quien tiene el dominio de la palabra. Es decir, la búsqueda del medio por el cual se comparte la información permite también su alcance, así como, posteriores consultas en otros escenarios sociales.

Desde siempre, las cúpulas de poder notaron la importancia de comunicar adecuadamente y dotaron de un prestigio sin precedentes a los escribas. En esta primera etapa de la comunicación se desarrollaron protocolos sobre como empeñar las habilidades y dominios lingüísticos para descender el conocimiento de cualquier tema, la complejidad de los procesos comunicativos en las élites y la complejización de los procesos de comunicación, no es casualidad si no estrategia, al resaltar el conocimiento

histórico, dialéctico, del lenguaje corporal, del lenguaje escrito, de las relaciones diplomáticas, de las negociaciones en términos reales y materiales.

La reflexión sobre la problemática del lenguaje abrió a los estudios de Comunicación un camino de gran riqueza para pensar la especialidad de los procesos de comunicación y el funcionamiento del quehacer científico de los estudios de comunicación.

La reflexión teórica de los lenguajes y su inserción concreta en procesos locales, singulares, ha marcado una de las tendencias de la investigación en el campo de estudios de la comunicación, no solo desde la perspectiva del poder, de los medios sino desde la perspectiva de los procesos sociales de significación que se despliegan entre los sujetos y las colectividades. (De la Peza Casares, 2013, p. 18).

El lábrido comunicador

Al hablar de comunicación también se hace necesario resaltar la participación directa de los comunicadores en la actividad política y retomar la noción de animal político. El comunicador, antes conocido como escriba, tenía una labor muy similar al *labroides dimidiatus* en el mundo animal, un diminuto pez habitante de los océanos, aparentemente insignificante al lado de quienes presta su servicio. Su función es limpiar los dientes de los depredadores marinos para mantenerlos saludables, por consecuencia, sostiene el equilibrio en la cadena alimenticia.

El comunicador, al igual que el lábrido, sostiene relaciones simbióticas estratégicas con quienes ostentan el poder (como asesores de comunicación), se enfoca al cuidado de aquello que se comunica y procura el equilibrio entre los representantes sociales y sus sociedades.

Para mantener su existencia, sin esta limpieza, los depredadores por excelencia de los océanos morirían, no digamos más de las élites de poder. Así de importante es el oficio del comunicador.

Al igual que su homólogo pez, el escriba o asesor, el periodista o comunicador deberá determinar la cualidad de poco protagonismo, nunca estar en los reflectores de la opinión pública y mantenerse desde el anonimato visual, social y político. Porque si adopta una postura política y se propone para representar a algún segmento de la sociedad se convertirá en tiburón, por ende, en otro personaje de la fauna animal político y perderá sus atribuciones como comunicador.

En las primeras sociedades y en las sociedades contemporáneas, los escribas, asesores de gobierno, cortesanos, artistas, historiadores, sacerdotes y científicos, trabajaron la virtud de la comunicación para preparar la mordida verbal de quienes obtuvieron el poder, ciertamente este es el fundamento de los asesores en comunicación en las estructuras sociales; por otro lado, también encontramos a aquellos otros lábridos (profetas, revolucionarios, poetas, protestantes, periodistas, pregoneros, recitadores, juglares, trovadores, clérigos, entre otros), que contribuyeron a mantener el equilibrio en los “arrecifes sociales” y propiciaron cismas y rupturas que hoy nos permiten sociedades más justas y equitativas, en las que prevalecen el estado de derecho y los contratos sociales.

Los estudios críticos y los precursores del Marxismo

Los precursores del marxismo notaron la peculiaridad de la comunicación como un proceso para generar criterio y razón. Esa escuela trabajó respecto al nexo existente entre la Filosofía y la Comunicación, aunado a eso se interpretó un nuevo valor a la comunicación como factor de entendimiento y de experiencia sobre el mundo y la temporalidad. No obstante, el periodo rojo en las ciencias sociales y en los estados nación, fue marcado con la adopción del discurso de la conciencia de clases para instaurar modelos absolutistas, como en la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas y el establecimiento del Partido Comunista en la República Popular China. Curiosamente, en estos lugares se negó el pensamiento crítico y se impusieron gobiernos absolutistas que atentaron contra las libertades, de esa manera contradijeron los postulados del filósofo alemán Karl Marx:

Nadie combate la libertad; a lo sumo combate la libertad de los demás. La libertad ha existido siempre, pero unas veces como privilegio de algunos, otras veces como derecho de todos. Karl Marx citado por (Pérez, 2017, p. 31).

Es necesario recuperar el sendero de los estudios críticos fuera de los movimientos soviéticos y populares, que se apropiaron del discurso de la lucha de clases para instaurar un modelo de gobierno donde no existieran clases sociales y el estado de derecho, se ocupará de permear las necesidades de todos. Rebasó las expectativas sobre la aplicación del pensamiento crítico como antítesis del pensamiento funcionalista. Sin embargo, como se menciona, la instauración del socialismo en la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas y en la República Popular China (la nueva configuración del mundo económico la reconoce como primera economía mundial). Nunca distanciaron la imposición de ideologías para gobernar, lo cual dejó el precedente que enmarca la desestimación de otras propuestas que acompañan al pensamiento crítico.

Retomando como ejemplo a la primera economía del mundo, la cual ha apostado por la violación de las garantías humanas y el deterioro del medio ambiente, para instaurar su modelo de manufactura, capital humano y consumo.

Se torna necesario diferenciar la aplicación del socialismo real de las aportaciones del pensamiento crítico para evitar el abordaje reduccionista del marxismo y la comunicación.

Un ejercicio intelectual permitirá la selección, criterio y suscripción, asimismo, algunos postulados teóricos, como: el oficio del sociólogo y la acción comunicativa, son clave para entender que los alcances en materia de la comunicación notaron un estrecho vínculo entre el criterio y la razón. En ese sentido, también es preciso entender que el conocimiento de la miseria y de la precariedad de otros integrantes sociales, es clave para entender la configuración del mundo desde el papel donde uno se encuentre, para reconocer y considerar que el fin último de todas las ciencias y teorías debe responder a aquellos que han sido desprotegidos social, intelectual y económicamente.

En resumen, el estudio de los procesos comunicativos, desde la perspectiva crítica, implica considerar la conciencia de la explotación social, los vínculos estrechos de la

propiedad y el control de los medios, la ideología que permea los mensajes y sus efectos en la permanencia del sistema de clases, asimismo, el rol de los medios como extensiones de los grupos de poder a expensas del capital.

Será primordial emprender la revisión de los postulados marxistas en materia de comunicación, el legado de la escuela de Frankfurt, la teoría de los aparatos ideológicos del Estado, de los estudios culturales, las obras de Luxemburgo, Arendt, Gramsci y Brecht.

El lenguaje y la labor comunicativa

El comunicador funge como asesor del lenguaje y de la escritura, se basa en estas herramientas transitorias y conectoras, con el propósito de contextualizar, conceptualizar y expresar ideas, pensamientos y sentimientos que se materializan a través de signos verbales produciendo la comunicación. “Para que se configure la comunicación esta debe ir dentro de un contexto adecuado en donde el lenguaje se aplique como un mensaje claro”. (Gómez, 2016, p. 5).

El lenguaje y la comunicación están estrechamente relacionados. El lenguaje aplica los signos y la comunicación se vale de diferentes elementos para la eficiencia de los mensajes.

Objetividad regulatoria social comunicativa

Hay una disociación entre las ciencias exactas y las ciencias sociales. Encontramos que, para descifrar los procesos de comunicación y permitir nuevos estudios en la materia, tendríamos que contar con herramientas y conocimientos teóricos que no necesariamente tienen origen en las teorías de la comunicación.

“El realineamiento de la Biología y la Medicina de la posguerra ha sido acompañado de la emergencia de un nuevo tipo de objetividad, objetividad regulatoria, que ha sido sustentada sobre el recurso a la producción colectiva de la evidencia”. (Cambrosio et.al, 2006, p.135).

La posibilidad de experiencia que otorga la Comunicación es parte del origen multidisciplinario, transdisciplinario, interdisciplinario e híbrido. Hoy se mencionan las oportunidades de dialogar acerca de las interrelaciones de diferentes campos de conocimiento, la validez científica y la validez social. Para fines de esta propuesta teórica que retoma algunas características y postulados del espectro electromagnético de la Física y la Química, para proponer una perspectiva distinta de abordar los estudios de Comunicación. Se piensa desde un mecanismo de *objetividad regulatoria social comunicativa*, que parte de la atribución de la *objetividad regulatoria* que condujo un entendimiento significativo sobre como operaba el cáncer y como se podía interpretar desde la medicina y la biología, lo cual permitió una respuesta conjunta para el objeto de estudio, a su vez, fomentó un entendimiento mayor respecto a la cancerología.

Partiendo del principio que la Comunicación tiene múltiples orígenes desde los conocimientos sociales, es importante enumerar que la comunicación como espacio de conocimiento social no se rige por axiomas o determinantes establecidos, aunado a eso, requiere de la contribución de otras líneas de conocimiento para poder abordarse de manera más integrada desde múltiples perspectivas.

Por esta razón, es necesario plantear un mecanismo de *objetividad regulatoria social comunicativa*, para así satisfacer interrogantes que actualmente no tienen explicación desde las teorías y escuelas de pensamiento de la comunicación, sin perder de vista la contribución de otras ciencias al entendimiento de este objeto de estudio.

Del universo exacto a las teorías sociales

Rescatar en esencia el diseño del conocimiento de las ciencias exactas pretende retomar, desde sus formas abstractas, como puede observarse la comunicación. ¿Interconectividad?, realmente no lo sabemos, lo que sí podemos determinar es que estos conocimientos se reencontraron en otro tiempo y en otros saberes.

En el oficio de comunicar se adiestró la manera de compartir las necesidades humanas, lo que sentimos y lo que pensamos. Muy en sus adentros las pasiones y sentimientos

humanos develan lo que la humanidad idealiza y persigue. Si consideramos que nos enamoramos derivado del lenguaje que empleamos, por nuestras palabras, nuestros mensajes y por la forma en la que lo compartimos, podemos rescatar un principio de la *alquimia* presente en el universo de la comunicación.

Encontramos que la posibilidad de medición de las propuestas comunicativas es incalculable, aunque este trabajo dibuja el entendimiento de la comunicación como un recurso del pensamiento a la realidad, no pretende encontrar fórmulas específicas para medir o calcular la comunicación.

El espectro comunicativo: la experiencia del conocimiento y el poder

El espectro comunicativo no nulifica los estudios de mediación en comunicación, sí los cuestiona en su objetividad, la propuesta referida no puede entenderse sin dos variables. La primera, relaciona a los integrantes sociales que producen un contenido y a aquellos que los interpretan; es decir, sus aportaciones al conocimiento científico o al ejercicio del poder, respaldan el oficio de los comunicadores.

La segunda, relaciona al proceso de comunicación como un móvil canalizador de pensamiento, energía, las variables externas serán el resultado que cobija nuevos estudios críticos de Comunicación y fortalece la importancia de la conciencia sobre la configuración del sistema político, del hacer en la ciencia y de la estructura social a la que se deben.

Los modelos y los estudios de Comunicación como espacio de conocimiento tienen que aportar variables nuevas, equilibradas y razonables al desempeño del proceso comunicativo, toda vez que hay líneas de estudio y diálogos del claustro académico y de especialistas en la materia. Quienes concluyen que debe existir una mejora significativa en la calidad y elaboración de productos comunicativos, aluden que éste sería el nuevo compromiso de los comunicadores.

En la tarea de la resignificación del rol del comunicador destaca la transición de nuestro autodescubrimiento a través del metaverso, de la consulta digital, de los espacios de convivencia, de las aplicaciones y redes sociales, sin descartar que se asumen como valores secundarios y que debe priorizarse subsanar el entorno social.

El cuidado de la comunicación profundiza respecto a la permanencia del mensaje y la posibilidad de consulta en la posteridad, debido a que el diseño de los nuevos productos comunicativos ya no son elementos efímeros y unidireccionales, se entiende que las nuevas propuestas comunicativas adquieren la fase de atemporalidad e impersonalidad, mismas que despersonalizan el acercamiento a los integrantes sociales específicos, para significar un contenido de valor distinto, asombro, al que se recibiera si no hay elementos

que fortalecer, posturas y ejes rectores que refieren los integrantes sociales y su desarrollo.

Al convivir y organizarse, hacer comunidad, se ha determinado que el proceso de la comunicación es estratégico para compartir el conocimiento científico y fortalecer la cultura política.

Apreciamos la valorización del propio hecho de comunicar, en ella notamos que el establecimiento de vínculos sociales y aplicabilidades epistemológicas va más allá del hecho de lucrar con un mensaje, además tiene que ser de alta responsabilidad la elaboración de productos comunicativos apegados al principio de formulación de criterio.

Comunicar propone sutilmente la discusión y el incremento de criterio en las personas, la posibilidad de nuevos hallazgos a través de canales comunes, la educación y la investigación, toda vez que también significa la construcción de identidad de los integrantes sociales, desde la psicología, la participación de estos en el entorno común, así como su organización en la esfera política y la documentación de hallazgos en el ámbito científico. En otras palabras, comunicar, en esencia, atraviesa temas sensibles de la organización social, como la formación de la identidad de los individuos, la educación, la investigación y la cultura política.

Definir y conducir el trabajo de la Comunicación hacia una experiencia significativa requiere del compromiso social y humildad absoluta, que incluye la capacidad de escuchar ¡bendita posibilidad de escuchar!, debido a que un buen escuchador tendrá mayores oportunidades de procesar el mensaje de manera adecuada y esto otorgará mayor asertividad de respuesta y realimentación al proceso de comunicación.

Saber escuchar, sin duda, es una de las virtudes humanas más complejas, pero se puede apetecer escuchar cuando esta es la primera fuente que permite desarrollar e hilar escenarios posibles y trascendentales en las dinámicas sociales. La búsqueda de nuevas direcciones y nuevos mensajes está a la espera de quien aprende que es cuestionable comunicar sin saber escuchar.

Cuando pensamos en la palabra *alquimia* nos remontamos al momento histórico en el que varios de los primeros científicos, magos y brujos, conocidos como alquimistas, buscaban la creación de pociones para enamorar, otros más plantearon la creación de una roca que permitiera acumular todo el conocimiento: la piedra filosofal. También nos recuerda que, desde entonces, la humanidad se planteó la búsqueda de la inmortalidad. Ciertamente, los primeros pasos de la Química y de la Física transitaron del trabajo basado en el pensamiento mágico a la construcción de sólidas e innegables innovaciones en la vida actual. Las conclusiones de estas hipótesis han sido retomadas por el comercio, la industria y el entretenimiento, transferencia que no corresponde a los intereses de la ciencia y rebasa la normatividad de los contratos sociales.

Se pretende también partir de la perspectiva de la teoría del espectro electromagnético de las ciencias Física y Química, para obtener la primicia del modelo del espectro comunicativo, que plantea promover un nuevo enfoque para hacer comunicación, donde la *frecuencia* forma parte de un papel decisivo para profundizar el saber y el poder. Por tal motivo, también se pretende abundar en el concepto de experiencia que permite el asombro del conocimiento.

Bajo esta lógica, el espectro comunicativo se encamina a la identificación de la frecuencia y reactividad de comunicación no perceptible pero existente, que atraviesa de manera profunda la vida cotidiana de los integrantes sociales, con múltiples temporalidades y exposiciones. Como cuando se somete un elemento al sol y conserva calor, existe conocimiento en los actores sociales que no se cuestiona desde las comunidades, pero se conserva a través de la memoria y de los procesos de comunicación, y cuando este se encuentra en bajo otra condición puede o no replicar el conocimiento o las prácticas sociales aprendidas.

Habrá que centrar las indagatorias en la localización de procesos que radican en nuestro entorno y tienen efectos directos en nuestra existencia, con el fin de culminar una propuesta que permita visualizar nuevos espacios de oportunidad y nuevas posibilidades que deben imperar en la línea de los estudios críticos de la comunicación. La exhortación

al respecto a los comunicadores refiere a ser mejores escuchas y a templar pasiones para obtener el bien común, a través del saber y del ejercicio del poder, que contrarreste el dominio actual de la esfera económica.

Los procesos de comunicación, desde el enfoque del espectro comunicativo, pueden ser ubicados en intervalos que parten de la frecuencia baja hacia la frecuencia alta (figura 1). En esta misma escala, es posible situar al aprendizaje junto con la comunicación y observar que el aprendizaje mecanicista estaría colocado en la gradiente más baja, en contraste con el aprendizaje significativo que estaría en el nivel más elevado del esquema. Por lo tanto, el aprendizaje significativo y la comunicación sistemática nuclear serían los niveles socialmente esperados.

Figura 1. Modelo del espectro comunicativo.



Nota. Estadios de la comunicación según su temporalidad y relevancia.

Fuente: elaboración propia

En los parámetros propuestos se aspira a tener mayor presencia y participación en investigaciones sociales, más allá de los derechos de libertad de expresión y normatividad en publicaciones y productos comunicativos. También deberá apegarse a la clasificación de la información, la protección de datos personales y los derechos humanos.

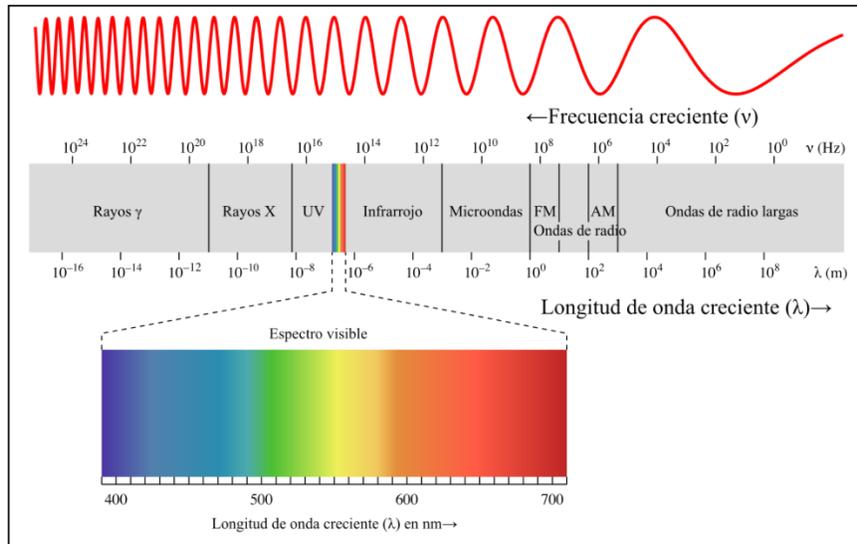
La conciencia desarrollada en el proceso de comunicación refiere a la posibilidad de baja frecuencia, a aquello que se reserva en la memoria pero que no es un factor determinante o recurrente, este no significa que no exista, si no que su utilidad es poco usual y de remonta a momentos precisos de la existencia de ellos, característica que mantiene su permanencia en el tiempo.

La comunicación sistemática-nuclear refiere al proceso de comunicación en el que no todos los integrantes sociales participan, pero que indirectamente resienten y viven los efectos derivados de esos procesos comunicativos. En ellos reside la experiencia dada por las historias de vida, la conciencia del pasado, de aquello que es ancestral y milenario. Así mismo, es una comunicación que puede avivar discordancia, polémica e incluso conflictos de gran escala. Por tal razón, este proceso debe ser monitoreado y trabajado de la mejor manera por el experto que asume el papel de comunicador al momento de procesarla.

Si retomamos la línea del espectro electromagnético es preciso identificar conceptos generales que la explican, entre ellos onda electromagnética, longitud de onda, frecuencia, ondas de radio, microondas, ondas infrarrojas, ondas ultravioletas, rayos X y rayos gamma, nociones que hacen referencia a una estimulación gradual de la materia a través de la energía.

Los seres humanos somos capaces de observar una parte muy pequeña del espectro electromagnético denominada espectro visible. Hay un intervalo de frecuencias consideradas bajas y se refieren a la estimulación por calor y a la transmisión de ondas de radio que sólo algunas podemos escuchar. Por otro lado, el incremento de las frecuencias da lugar a la irrupción de rayos X y rayos gamma, si nos encontramos expuestos a ellos de manera extendida pueden propiciar afectaciones en nuestro organismo e incluso pueden contribuir a la malformación celular que refiere a enfermedades como el cáncer.

Figura 2 Modelo gráfico representativo del espectro electromagnético.



Nota. Representación gráfica del espectro electromagnético. (Red de datos, 2018)

Desde tiempos remotos, el ser humano ha desarrollado habilidades inimaginables a diferencia de otras especies. La maleabilidad de sus entornos y de las materias dispuestas en la tierra ha hecho de él un ente interesante, valioso y dominante según la interpretación de la cadena alimenticia. Esta especie poseedora de la conciencia y la conducción del mundo ha extendido sus sentidos a través de herramientas que disponen su hacer, desde la creación de instrumentos para cultivar y recolectar alimentos, hasta la alta especialidad de utensilios sofisticados, para enviar un mensaje al universo, buscando comunicarnos con alguien de otra dimensión.

Notar la importancia de la comunicación en el equilibrio de los poderes y espacios de influencia, significa una alternativa regulatoria del predominio económico y la correspondencia de las ciencias y el poder político que se deben a la humanidad antes que al modelo de capitales. El *espectro comunicativo* permite un enfoque que reconoce la comunicación como instrumento regulador.

El abordaje del espectro comunicativo propone la convergencia de múltiples estadios de la comunicación. Se espera que este modelo genere respuestas a futuro con certeza, confianza y dominio de las características del saber y de la gestión sobre la organización social y que, además, sus aportaciones irradian hacia campos específicos como la educación y los estudios del lenguaje. De ahí la necesidad de mostrar la importancia de la comunicación, a través del aprendizaje del idioma, en los niveles básicos de educación, como primer acto la imitación, como segundo acto la apropiación del saber, como tercer momento la posibilidad de experimentar *motu proprio* el proceso de comunicar, sin importar las capacidades de este. Estos caracteres contribuirán a acotar el espectro comunicativo que es percibido por nosotros.

Gracias a los distintos avances de la ciencia de la complejidad, ha sido posible entender mucho mejor el panorama de la relación comunicación-lenguaje-educación. Se han abierto las puertas para aclarar el papel de la comunicación y del lenguaje en los procesos educativos. Ahora es posible dilucidar como varían y se estabilizan los procesos dependientes del tiempo como son, entre otros, los procesos relacionales, pedagógicos, emocionales o de aprendizaje. (Flórez, 2009, p. 36).

La apertura de esta multidisciplinariedad técnica permite aportar desde las experiencias y a sostener el vínculo entre la conciencia cultural y la continuidad de los rituales sociales.

El espectro comunicativo se relaciona con otras líneas de conocimiento social, colocándolo en medio de los demás saberes sociales, humanidades y psicología. No significa que tiene importancia mayor, sino que en este, se desenvuelven muchos temas y escenarios que le interesan a los integrantes sociales, para autorrealizarse y vivir en comunidad. Es la comunicación un eje vertebrador entre el pensamiento y la materialización de este.

Figura 3. Interrelación de las líneas de conocimiento que atraviesan a la comunicación.

Ciencias políticas	Antropología	Sociología
Historia	Comunicación	Economía
Psicología	Filosofía	Artes

Nota: representación de las ciencias e interrelación con la comunicación.

Fuente: elaboración propia.

Todo eso con la intención de mostrar qué significa la experiencia comunicativa del espectro, a partir de la aportación de otras ciencias al ámbito comunicativo. Bajo ese precepto hoy podemos asegurar que se ha documentado la Historia, a través de productos comunicativos de la época, de los que se ha producido el proceso archivístico dónde se ha clasificado lo destacable.

Dado que en los procesos de comunicación en el espectro comunicativo reconoce diferentes variables (comunicación poco memorable, comunicación de conocimiento general, comunicación perceptible, comunicación dosificada o inducida, comunicación reservada, comunicación sistemática/nuclear), hoy podemos retomar la condición de los sentimientos para profundizar desde la experiencia comunicativa.

Mención particular merece el peso de la Psicología, debido a que las emociones son fundamentales para entender que la comunicación no se disocia del proceso comunicativo y que este converge de manera auténtica en el espectro comunicativo. Las emociones modifican la condición estructural de aquello que se pensaba desde la razón. Permean de manera extensa los alcances propuestos previamente en los objetivos. La energía es el móvil que ha conducido a la humanidad para subsistir.

La temporalidad que irradia a otros integrantes sociales, en ocasiones puede no generar el impacto esperado por el proceso de comunicación, aquí se encuentra la delicadeza de su hacer. Debido a su espontaneidad y autenticidad la comunicación es un acto vivencial, que se mueve a través del lenguaje, de las emociones y sentimientos también de quienes

escuchan. Por tal motivo, la brújula de la salud mental será, además, un factor a contemplar en la dirección de las teorías para acotar el espectro comunicativo.

Al momento de rescatar teorías y reconocer la multidisciplinariedad de la comunicación se pretende romper con la disociación de los modelos funcionalistas, para encontrar argumentos que ayuden a entender la diferencia entre la experiencia comunicativa y la comunicación de los sentimientos.

A esta condición también se le añade la característica de la Fisiología y Anatomía humana. En origen las especies animales y las primeras sociedades se comunican a través de los sentidos, es necesario aclarar que la comunicación acompaña al pensamiento crítico, por lo que también tiene atributos para obtener y satisfacer necesidades orgánicas, en ese sentido se entiende que la Comunicación fue aquella necesidad que sintetizó a las demás necesidades para poderlas compartir y trabajar en conjunto, posteriormente establece el canal de la Filosofía y las organizaciones sociales complejas. Aquí se puede apreciar que los sentimientos humanos permean los contratos sociales.

En otras palabras, la comunicación deberá pugnar por entender qué se encuentra en el código genético de las necesidades básicas de los integrantes sociales, y es el conducto para la capacidad regulativa de los mismos, ella transita en el pensamiento complejo que conduce a la Filosofía, pero también significa a la par, la organización, la transmisión de experiencias y el reconocimiento social.

Dado que los movimientos sociales pueden ser de baja frecuencia o altamente reactivos, los desastres derivados de la frecuencia en los estudios de Comunicación tendrán que ser acotados a la visión legislativa de aquellos que deciden y comprometen los contratos sociales, los valores y posicionamientos culturales. Es decir, aprendernos a comunicar también es un factor fundamental que deberá introducirse en el orden normativo de las convivencias sociales, haciendo énfasis en la importancia de la conciencia del proceso de comunicación desde la educación básica.

Resignificar el cuidado de la información que es transmitida a través de los procesos de comunicación, a su vez, requiere la transversalidad de una cultura que promueva mejores prácticas sobre aquello que se pretende comunicar.

Rescatando el pensamiento de Hobbes, quien planteó la existencia de un contrato social que promoviera la paz y la estabilidad social en una guerra civil, podemos apreciar que algunos de los límites que debería aplicar todo integrante social con poder y con presencia en el ámbito de la toma de decisiones, es la cercanía y sensibilidad al cuidado y manejo de la comunicación. *Ergo* la rendición de cuentas.

La garantía para poder trascender las nuevas teorías de la Comunicación radica en observar los conocimientos y aciertos de otras posturas teóricas, estas deberán ser adaptables a aquello que la Comunicación no ha podido comprobar.

Transitar del espectro electromagnético al espectro comunicativo es comulgar con un modelo comprobable en las prácticas de análisis sobre la comunicación, no por esperar que estas concluyan siendo axiomas o leyes de las ciencias, sino que estas se puedan observar desde un enfoque diferente que aspira a una óptica holística del conocimiento.

De la comunicación como proceso imperfecto a la atemporalidad

A partir del origen de la comunicación asumimos que este proceso, en su mayoría, está diseñado para compartir información a las personas, quienes experimentan experiencias, trayectorias de vida, intereses y aspiraciones, así como sus intenciones y maneras de compartir el saber. Esta es la razón de la comunicación como un proceso cuya imperfección reside en las múltiples interpretaciones de sus receptores, en la construcción del mensaje y del vocablo, el trasfondo cultural y los valores sociales.

Por tal motivo, la Comunicación como línea de conocimiento social debe asumir que no puede promover apología de las metodologías sociales o de las métricas estadísticas para estimular métodos o tradiciones teóricas específicas. En la obra *El oficio del sociólogo* Pierre Bourdieu afirma al respecto:

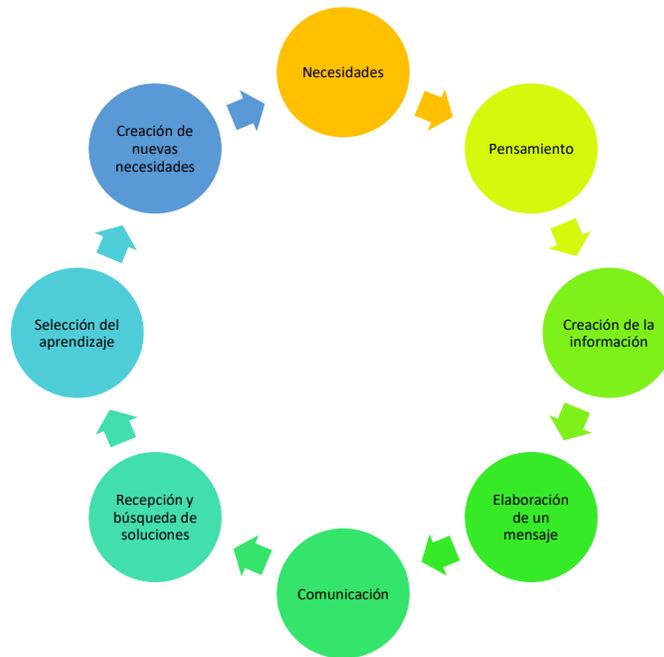
Nos hemos detenido, entre otras razones, por el temor de que este esfuerzo de esclarecimiento pedagógico pueda llevar, debido a los límites de la comunicación escrita, a negar que la enseñanza de investigación es una enseñanza de invención y que pudiera estimular la canonización de preceptos desgastados de una nueva metodología o, peor aún, de una nueva tradición teórica.[...] que consiga, una vez más, postergar la ciencia sustituyendo el honroso lugar de la pureza teórica con la obsesión de la impecabilidad metodológica. (Bourdieu et al, 2002, p.10).

Hay una comunicación embrionaria, básica, que se manifiesta como una herramienta evolutiva para subsistir y externar nuestras necesidades fisiológicas y puede transitar a la comunicación racionalizada, compleja, que en su transición adquiere relevancia en los fenómenos sociales, abstrae e interpreta el conocimiento y se convierte en una herencia a través de la pedagogía, en la que se consagra la necesidad de extender la razón más allá de la temporalidad.

Lo anterior está relacionado con la hazaña más grande de la humanidad, pues la comunicación nos ha provisto de cierta atemporalidad que satisface el sentimiento de la inmortalidad. Si bien el conocimiento compartido a través de nuestras palabras tiene un tiempo específico y lo hace perecedero, el conocimiento documentado ha logrado trascender el tiempo y compartir nuestro pensamiento, es en la escritura donde comienza la atemporalidad de la comunicación.

A esa condición de encriptar el conocimiento le queda un precepto específico: Si el saber es consultado y posteriormente contrapuesto, avivado y aplicado por alguien, permitirá un reavivamiento del proceso de comunicación ya expuesto por lo que la atemporalidad de la comunicación existe en esta interacción, es en la necesidad de encriptar la memoria donde el proceso de comunicación adquiere una temporalidad extendida y en casos más exhaustivos no adquiere un fin, dotando la atemporalidad a través de frecuencias en la propuesta del espectro comunicativo.

Figura 4. El ciclo de la atemporalidad en la comunicación.



Nota. Se sugiere considerar el ciclo de atemporalidad en la comunicación para entender la propuesta del espectro electromagnético. Fuente: elaboración propia.

De modo que, desde el pensamiento mágico hasta el desarrollo científico, la creación y transformación del entorno a un alfabeto, una palabra, una frase, un párrafo, una página, un texto, una publicación, un archivo o repositorio, actualmente transita a una memoria digital, una nube y/o un metaverso. Es decir, el conocimiento es un estímulo energético que puede reactivar el proceso de comunicación para transformar el saber.

La inmortalidad del conocimiento a través de los canales de comunicación no sólo nos ha permitido subsistir y dialogar con personas del pasado, ha cimentado la atemporalidad del conocimiento y la posibilidad de definir el poder.

La necesidad de la memoria histórica, de la consulta de los acontecimientos del pasado, en muchos casos se ha convertido en aplicabilidades de actualidad. El espectro comunicativo tiene cualidades pedagógicas ya que se pretende rescatar el fomento de la

cultura política y las tradiciones científicas, para así equilibrar la esfera de influencia económica.

Hablar de la experiencia comunicativa, nos remonta a la identificación del oficio de la comunicación para la trascendencia dialéctica entre quienes conocen y quienes desconocen, quienes ejercen y representan el poder y aquellos que se encuentran adscritos a este. Toda vez que ha existido la posibilidad de la permanencia en la memoria humana se rescata la frecuencia de la atemporalidad del espectro comunicativo, a través de los productos de la comunicación.

Recordemos el ejemplo de la materia que es estimulada desde las ondas de frecuencia radiactiva, notando que estas presentan cualidades de lectura en un medidor de partículas (PCE) por un tiempo indeterminado, así encontramos referentes de la comunicación en temas de información de valor imprescindible, cuyas características refieren a la atemporalidad y sensibilidad de la información (comunicación sistemática-nuclear).

Viabilidad del espectro comunicativo

La explicación de la creación del mundo, la justificación del hombre sobre las demás especies y la expectativa de una tierra prometida, son mensajes que contenían estrategias de comunicación y movían desde el ámbito dialéctico las emociones de quienes eran receptores. Muchos de ellos ubicados en textos religiosos como: La Biblia, el Corán. Aquella aspiración estructural, emocional, espiritual, física e intelectual nacida de los sentimientos, que evoca un mensaje, es el dominio de la Comunicación para ofrecer la experiencia comunicativa.

Reconocer la importancia social de un mensaje que tiene como objetivo regular la convivencia humana y dar explicación al mundo que nos rodea, son también las intenciones por las cuáles es necesario continuar observando los acontecimientos sociales y como la comunicación manifiesta las formas de pensamiento de la sociedad.

Con referencia a las tecnologías de la información, que hoy fungen como el repositorio de contenidos y el canal permanente de la comunicación, es preciso identificar que los productos transitan del entretenimiento a la posibilidad de contribuir al criterio de los integrantes sociales. Esta peculiaridad rompe la idea de generación espontánea de la comunicación, debido a que se trabaja con antelación; es decir, la frecuencia ha de procurarse (aunque sea baja) antes de la intención de acercarse y socializar el mensaje.

Posteriormente, se debe entender cuáles son las necesidades del emisor al que nos acercamos, sin perder de vista que el límite de la atención producida por cualquier propuesta de experiencia comunicativa se limitará respecto a la moral de cada integrante social y se proyectará hacia la búsqueda de un bien común a través de la ética.

En la realidad es factible la aplicación de varios postulados o recomendaciones del espectro comunicativo en actividades que tienen como propósito promover la participación de las comunidades en acciones concretas de beneficio colectivo. Cabe destacar una actividad concreta en la que se hizo la transferencia de varias de las sugerencias del modelo comunicativo. Es el caso de la campaña referente al proceso de

auscultación de la dirección de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de México, efectuada en el segundo semestre de 2021.

Este acontecimiento de la historia reciente del espacio facultativo se desarrolló en el marco del regreso paulatino a clases derivado de la pandemia por COVID-19. Al participar en el proceso tuve la intención de proponer un enfoque distinto de la promoción de aspirantes a procesos universitarios. En esta ocasión no se pretendía colocar a la persona como un producto político, como una actora de generación espontánea. Debía existir una frecuencia previa, procesos de comunicación que generaran vínculos de confianza y cercanía a través de redes sociales con estudiantes de las cuatro licenciaturas y de los estudios de posgrado antes del proceso de elección, aunado a ello, no se debía exponer intenciones de participar en el proceso de auscultación y se cuidó no presentar elementos gráficos del proyecto final. Lo cual consistió en mostrar lo extraordinario de la cotidianidad y el nuevo regreso a clases en tiempos de pandemia.

Presentar esta campaña también consistió en desvincular aspectos económicos para priorizar el conocimiento científico y político. Todo ello con el objetivo de socializar a la aspirante.

Si bien la trayectoria de la profesora-investigadora ya había sido destacable y sobresaliente por la cercanía con dos de los sectores poblacionales (docentes y administrativos primordialmente), con derecho a suscribir el proyecto, el énfasis se hizo en acercarla al sector estudiantil. Una de las estrategias consistió en compartir información de los servicios de la Universidad a través de redes sociales. En un principio se suscitó la asociación de la candidata con la comunidad estudiantil, tanto que la identificaron de manera anecdótica como “la profa de los avisos”.

En esta coyuntura aconteció un paro de actividades por parte de las y los estudiantes de la facultad que solicitaron el reconocimiento de la importancia de las mujeres en la vida universitaria, así como la demanda de sanciones ejemplares a acosadores en el espacio escolar.

Durante 16 meses, la estrategia de comunicación se encontró bajo un reto entre interacción a distancia y la utilidad de la información para generar vínculos, lo cual permitió replantear el interés generacional y conducir los mensajes acordes a las necesidades de las y los estudiantes.

Al momento de compartir información útil, mensajes solidarios, esperanzadores y fotografías que narraban historias lograron sostener un diálogo horizontal con la comunidad.

Una vez superada la crisis más severa, cuando estaba próximo el proceso de auscultación y fue anunciado el regreso gradual a clases. La convocatoria señaló a los aspirantes una semana para la divulgación de las propuestas de proyectos de dirección. Cabe destacar que uno de los proyectos participantes concentró su publicidad en denostar los perfiles de los otros candidatos intentando avivar un proceso de polarización en la comunidad estudiantil. El tercer contrincante, enfocó su campaña en resaltar su imagen personal antes que la comunidad, lo cual también generó poca suscripción por parte de la comunidad estudiantil del espacio facultativo.

Fue de conocimiento que los otros equipos nombraron coordinadores de campañas de comunicación a profesionistas en la materia, actores que han participado en procesos electorales fuera de la Universidad, con amplio conocimiento en comunicación de las mediaciones y mercadotecnia política. Sin embargo, podemos apreciar que las técnicas de comunicación referentes a los procesos de elección tienen más posibilidades de generar suscripciones favorables si se desmarcan de lo convencional y auténticamente conectan y muestran interés por sus suscriptores. Es la cercanía social y el conocimiento político aquel que rescata y resarce el tejido social.

El diseño de la propuesta de la aspirante que resultó electa consideró la elaboración de carteles en las medidas ordenadas en la convocatoria, documentos numerados y control de material publicitario. Los productos audiovisuales se diseñaron en un lenguaje que permitía entender los ejes y acciones donde la comunidad estudiantil tenía dudas al respecto. Destaca el uso de lenguaje sencillo, concreto y realista, en ella se retomó la

propuesta del proyecto escrito, aunado a ello se cuidó que el lenguaje corporal fuera el adecuado, así se unificó el mensaje con sus complementos visuales.

El contenido refería a una semiótica profunda en la que se retomó la agenda de género, que suscribió la relación de colores naranja, referente a la búsqueda de un mundo sin violencia para las mujeres; morado, utilizado por el movimiento feminista y verde, que representa el acompañamiento a mujeres que abortan. También se habló de necesidades auténticas de los estudiantes, del personal administrativo y del personal docente.

Las imágenes de propaganda de la candidata ganadora dieron cuenta de varias facetas de ella: se proyectó a la maestra, a la investigadora en ciencias sociales, a la mamá, a la esposa y a la antes participante en política fuera del escenario universitario. Presentarla en sus múltiples roles mostró con claridad las potencialidades individuales que comprobaban su aptitud para asumir la representación de la comunidad. Es preciso enfatizar que se posicionó a la persona antes que las intenciones frente a la convocatoria.

Fue la manera como se difundió la campaña y el interés auténtico de la candidata ganadora por “hacer comunidad” dos puntos favorables que le permitieron la victoria. El día de la votación arrasó y ganó en los tres sectores.

A continuación mostramos tres ejemplos concretos de aplicación del espectro comunicativo, donde se consideró plantear productos comunicativos para redes sociales, en la figura 5, se consideró compartir un mensaje de fraternidad entre los grupos de la facultad, derivado de los acontecimientos previos al proceso de auscultación se llegó a la conclusión que los mensajes se encontrarían encaminados a hacer comunidad y a desarrollar.

En la fotografía 1, se retoma como objeto central a los estudiantes, integrantes que no modelaron y que obtuvieron una interacción auténtica con la profesora. Esta imagen se tomó en un contexto cotidiano, de amanecer, notando las diferencias étnicas, profesionales e interactivas entre la aspirante e integrantes de la comunidad.

Posteriormente en la fotografía 2, se retomó la memoria nostálgica desde una perspectiva que reconoce el esfuerzo y buen trabajo efectuado para llegar al momento que se encuentra la facultad, proponiendo que el proyecto no comenzó desde cero. Permitiendo así la posibilidad de retomar acciones que enaltecían a la facultad y se dejaron de hacer.



Figura 5. Arte del proceso de auscultación. Nota. En esta imagen se presentó a la aspirante sin alguna edición en la imagen o pose específica. Se rescató el gráfico identitario. Fuente: elaboración propia.

Fotografía 1. ¡Hacemos comunidad!

Fuente: elaboración propia



Fotografía 2. Mirar al pasado. Fuente:
elaboración propia



Mi participación, como colaborador y gestor del proyecto comunicativo consistió no solo en proponer una campaña con gráficos e imágenes poco usuales, se retomaron pensamientos, aspiraciones y observaciones de la comunidad estudiantil que no se contemplaban por omisión o por descuido.

La aplicación del espectro comunicativo consistió en marcar la diferencia de los formatos de campañas y propagandas políticas, con sensibilidad y aplicación del conocimiento político para así presentar un proyecto integral y que partía desde las bases sociales, si notando así la existencia desde el pensamiento crítico, que se aleja de la generación espontánea.

Por ello se reconoce que la propuesta que presentó el proyecto de la aspirante no tiene comparación a una campaña de difusión simple. Si bien las variables de esta propuesta pueden ser interpretadas y ejecutadas para presentar cualquier proyecto, es el conocimiento del contexto actual y de la sensibilidad para identificar los intereses y frecuencias de interés del público objetivo, los que permiten adoptar de manera eficiente la aplicación del conocimiento científico y de la organización política para alcanzar objetivos precisos de impacto social.

En ese sentido agradezco la posibilidad de coordinar este proyecto que sumó una manera distinta de proponer los procesos de comunicación.

Propuestas para incorporar al espectro comunicativo en el oficio de la comunicación

a) Código de ética para los comunicadores vinculados al fortalecimiento de la cultura política y divulgadores de ciencia

La necesidad inherente de desarrollar un código de ética que contemple el valor social en la política y en la divulgación de las ciencias, tiene intención de no instaurar ideologías, procurar la verdad, la generación de criterio, entre otros. Operar las propuestas de productos comunicativos desde la ética, permite también generar nuevas discusiones desde el ámbito comunicativo.

Por esto, se sugiere la siguiente propuesta de código de ética del comunicador, que puede ser sujeta a consideración de los comunicadores y todos aquellos que tienen como encomienda el fortalecimiento de la cultura política y de la divulgación de las ciencias.

1. Comunicar sólo la verdad. A pesar de contar con herramientas altamente persuasivas, es preciso asegurar aquello que se va a compartir de manera prudente.
2. Desarrollar la habilidad de escucha. Antes de comunicar es pertinente ser receptivo a las necesidades de los integrantes sociales.
3. Evitar la incursión de ideologías. Al momento de proponer en la esfera política y científica debe evitarse imponer o sugerir doctrinas.
4. Nunca sobreponer los intereses económicos al fortalecimiento del criterio político y de la divulgación científica.
5. Entender que todo contrincante o rival a superar también es humano.
6. Fomentar la frecuencia en los procesos de comunicación sugiere también realimentar y observar los alcances de la permanencia en la comunicación.
7. Fomentar la divulgación del conocimiento y la cultura política a los más desprotegidos.
8. Tener confidencialidad y lealtad al bien común.

9. Aspirar a conducir y elaborar productos más sensibles, que propicien aprendizajes significativos a los integrantes sociales.
10. Todo acto comunicativo debe enfocarse a cuidar y a subsanar el tejido social en aras del bien común.

En el ámbito comunicativo el espectro comunicativo es, entonces, el parteaguas de aquello que es benéfico a la sociedad, al bien común, de aquello que dista completamente de los intereses colectivos, convirtiéndose en el deber ser del comunicador en calidad de regulador.

En otro rubro, se sugiere que el ámbito educativo fortalezca la importancia de los procesos comunicativos sustentados en el espectro comunicativo, desde el nivel básico de estudios del Sistema Educativo Nacional, en tópicos de aprendizaje de la Lengua. Es importante concebir que la comunicación es un proceso que permite la armonía y la fortaleza social, además de ser el paso para fortalecer habilidades críticas en los integrantes sociales.

Toda cultura ha creado formas para que sus miembros aprendan, ya que esto es fundamental para que su tradición sea sostenida y prolongada en el tiempo. Desde este punto de vista, la educación tiene como condición las situaciones de instrucción conformada por el conjunto indivisible de tres elementos: la forma particular de las tareas, las características específicas de quien enseña, estables y del momento, y las características de quien aprende, estables y del momento. (Flórez et al, 2009, p. 4).

b) Propuestas de mejora de los perfiles de ingreso y egreso de la Licenciatura en Comunicación del plan de estudios UAEMéx 2018

La propuesta del espectro comunicativo propone una cuarta ola de estudios sobre la comunicación. Es una crítica sobre la obsolescencia que se retomó al momento de instaurar la agenda de los estudios de mediación en comunicación, que responden a los

ordenamientos del modelo neoliberal vendidos como la panacea de la comunicación actual a través de la autogestión, (la creación de agencias de comunicación) como el fin último de los estudios de comunicación.

Una revisión curricular es valiosa porque arrojaría información que permitirá resarcir las múltiples discrepancias entre los estadios históricos de las escuelas de comunicación y sus formas de enseñanza.

Al hacer un breve recorrido por la historia de la Licenciatura en Comunicación impartida en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEMéx, que transitó del título de licenciado en Ciencias de la Comunicación a licenciado en Comunicación en el siglo pasado, es posible identificar la percepción de la formación en Comunicación por modas y como estos factores han recategorizado y modificado su presencia en el escenario social. Esta es una línea de investigación que permite la introspección en la idea que se tenía, tiene y tendrá de los estudios de comunicación.

En el mundo laboral, el exceso de integrantes sociales con una formación específica tiende a depreciar la profesión, la trivializa y limita. Actualmente existe una crisis profunda relacionada con la sobreexposición del programa de estudios en Comunicación ofertado por universidades de origen privado en México. La privatización de la educación superior ha resultado sumamente lucrativa.

Por otra parte, regresando a la perspectiva sobre cuál es la formación de las nuevas generaciones de comunicadores, existe el peligro que si no se conoce el uso de estas herramientas se recurra al autoengaño y a la suscripción de proyectos que pueden comprometer sus entornos sociales y encaminarnos a la industria del entretenimiento, en un momento donde existe una dilución del mensaje en los productos comunicativos.

Si no se realizan mejoras para fortalecer el oficio de la comunicación, se expone a la predominancia de técnicos en comunicación y la poca participación en la conducción y toma de decisiones. En ocasiones, pareciera que las contribuciones de los

comunicadores están cooptadas por la esfera de influencia económica debido a la escasa formación crítica.

Al efectuar la revisión del plan de estudios 2018 de la Licenciatura en Comunicación, de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), se devela que las asignaturas motivan, en su mayoría, el acercamiento a técnicas de la comunicación y descuidan la aplicación crítica dentro de las mismas. Si se consideran postulados de la teoría del espectro comunicativo en el diseño curricular es posible equilibrar el estudio teórico con la práctica.

Socializar las asignaturas y enfocarlas a fortalecer el criterio político de los integrantes sociales y también a descender el conocimiento, son actividades fundamentales para aspirar a una Comunicación distinta. Debe destacar la formación profesional de una labor social equiparable al politólogo-administrador y al sociólogo que egresan del mismo espacio facultativo. Se aspira a la formación de personas que ejerzan el oficio de la comunicación.

Respecto a la Licenciatura de Gestión de la Información en Redes Sociales, es necesario precisar que la formación numérica favorece a los creadores de contenido (comunicadores), para acercar sus propuestas comunicativas. Habrá de tener presente que la convivencia de estas dos formaciones, la del comunicador y la del gestor en redes sociales, puede compartir un modelo de asignaturas comunes para que el comunicador adquiera las herramientas necesarias para monitorear la frecuencia de la comunicación que se mantiene en la atmósfera digital. También puede coadyuvar el reconocimiento que se tiene respecto a las redes sociales.

Cinco años después de la creación del nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación que sustituyó al plan flexible de estudios 2004, es necesario reflexionar en los alcances de esa nueva propuesta. Esa actividad de análisis permitirá explorar varios campos inmersos en la formación de comunicadores: el perfil de egreso, el currículo, la metodología de enseñanza, la investigación curricular, entre otros temas. Se precisa, además, que sea un ejercicio periódico la reflexión colectiva constante que dará luz para

emprender mejoras a la vida académica de la Licenciatura en Comunicación de esta Facultad. Según Camilloni:

Se concibe entonces el currículo universitario como una construcción histórico-social en la que juegan un papel fundamental las comunidades académicas y las profesiones, y se jerarquiza el análisis del currículo prescrito, entendido [...] como una dimensión clave para la comprensión de la naturaleza interna de la enseñanza. El proceso de cambio curricular, a la vez, se comprende como una forma de cambio sociocultural profundo que afecta distintos planos de la vida institucional y moviliza variadas concepciones en juego acerca del conocimiento, los sujetos de la formación, las relaciones entre la enseñanza y el aprendizaje, los modelos curriculares, las funciones institucionales, etc. (Collazo, 2014, p. 42).

Aunque el mapa curricular del programa vigente fortalece de manera significativa el dominio del lenguaje, la comunicación escrita, la creación de textos, así como el conocimiento del abanico de técnicas de la comunicación, es pertinente rescatar las nociones y responsabilidades en el oficio social de la comunicación, desde sus asignaturas teóricas que adquiere el comunicador al momento de su egreso.

El ejercicio de renovación de los planes de estudio que se emprendería pretende incluir contenidos teóricos de actualidad en las asignaturas, así como la actualización de modelos que complementan la formación de los estudiantes de licenciatura.

Derivado del análisis del perfil de ingreso y del perfil de egreso de la Licenciatura en Comunicación del plan de estudios 2018, publicados en la página institucional de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx), es necesario rescatar la importancia de las virtudes del comunicador en su oficio social, para llamar la atención desde la oferta educativa a integrantes que pueden cumplir con alguna o varias de las aptitudes sugeridas. Aunado a eso se sugiere que la convocatoria parta de la colecta y participación de múltiples inteligencias y diversas inquietudes de los aspirantes.

Perfil de ingreso expuesto en la página institucional:

Competencias en manejo de TIC. Gusto por el trabajo constante, concreto y organizado en grupos interdisciplinarios. Responsabilidad y disciplina. Aptitud verbal y numérica. Disposición favorable por hacer un tratamiento crítico de la información. (FCPyS, 2023).

Se propone considerar aptitudes del oficio de los comunicadores, así como virtudes que refieren a la buena escucha y al pensamiento crítico:

Competencias e interés por las ciencias, tecnologías de la información y procesos de comunicación. Sensibilidad para escuchar y trabajar en equipo. Responsabilidad, disciplina y conciencia social. Aptitud verbal, numérica y sensibilidad artística. Disposición favorable para hacer el tratamiento crítico y propositivo de la información.

Respecto al perfil de egreso, se recomienda valorar de manera colectiva, por el claustro académico, empleadores y egresados de la licenciatura, características que puedan destacar como la capacidad de analizar críticamente la información y los procesos de comunicación. Aunado a esto, la búsqueda constante de alternativas y soluciones que coadyuven a resarcir el tejido social, contemplar la importancia de la comunicación desde la divulgación de la ciencia y el fortalecimiento de la cultura política, con intención de contribuir al bien común.

Consideraciones finales

La revisión del estado que guardan los procesos comunicativos en la actualidad, las formas que determinaron los modelos predominantes sobre la aplicación de la Comunicación como línea de conocimiento y la exposición de las principales ideas de la propuesta del espectro comunicativo nos conduce a una serie de consideraciones finales.

El proceso de la comunicación y su significado atraviesan momentos en los que la trivialización y la permeabilidad, a través de las tecnologías de la información, no permiten la conceptualización adecuada que implica su utilidad social.

Es importante precisar la importancia que tienen las investigaciones de los procesos comunicativos en la actualidad, partiendo de su descubrimiento, vigencia y utilidad, así como la importancia de documentar los hallazgos, la relevancia histórica y los usos como herramienta de ruptura, para privilegiar el bien común.

Apreciar la relevancia de la Comunicación que ha adquirido en los medios digitales y convencionales, la manera como ha de interpretarse y reinventarse para romper con el modelo de la industria del entretenimiento, tiene que ser revisada y diseñada para dar cabida y coadyuvar a la formación de criterio de los integrantes sociales. En esta tarea, tendrá que ir a la búsqueda del asombro a través de propuestas comunicativas motivantes, llamativas, que susciten el interés, para que aspiren a detonar aprendizajes significativos en los integrantes sociales.

En la recuperación de la memoria histórica no documentada, destaca la labor de los escribas y de los animales políticos, los lábridos, que ha estado presente desde tiempos remotos. La revisión de sus aportaciones en materia de comunicación, ha permitido la ejecución de técnicas y metodologías que coadyuvan al bienestar general de las comunidades y de los integrantes sociales.

El presente trabajo expone el modelo de comunicación de frecuencias, de temporalidades extendidas en el metaverso y de relevancias colectivas que transitan y atraviesan la vida de los integrantes sociales. En otras palabras, tiene como tema central el espectro comunicativo, propuesta que permite identificar los múltiples estadios de la memoria y de la relevancia, a través de nuevas consideraciones en la comunicación.

Es necesario interpretar a la comunicación como ese conjunto de estímulos y resultado de la materia humana. Una materia sensible e inestable, intangible pero productora de energía, perceptible y exponencial. En ese sentido opera la comparativa del espectro electromagnético.

Se comparten en este texto el ejemplo de una actividad efectuada y sustentada en principios teóricos del espectro comunicativo (proceso de auscultación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEMéx, 2021), y dos propuestas que contemplan el énfasis en destacar las bondades del espectro en el oficio social del comunicador: a) código de ética para los comunicadores vinculados al fortalecimiento de la cultura política y divulgadores de ciencia y b) mejora de los perfiles de ingreso y de egreso de la Licenciatura en Comunicación del plan de estudios UAEMéx 2018. Son dos proposiciones que retoman la condición artesanal e imperfecta de los procesos de comunicación, así como la importancia que adquieren para fomentar el bien común a través de la crítica.

La conexión que permite la experiencia comunicativa es fundamental para construir nuevas propuestas en la era del predominio de la imagen, aquí reside la responsabilidad de la próxima generación de comunicadores cuya formación tendrá que sustentarse en el desarrollo del pensamiento crítico, científico, humanista, para minimizar los estragos de la sociedad de consumo. Se pretende de esa manera, la transformación del comunicador.

Referencias

- Álvarez, F. (2008). La ética y los medios de comunicación. *Alteridad*, 3(1), 19-19. Recuperado de learntechlib.org
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica, Primera edición en español, Sexta Reimpresión, p. 13.
- Bourdieu, P. (1988). *El Oficio del Sociólogo: Presupuestos Epistemológicos* (11a. ed.). México: Siglo XXI.
- Cáceres, J. G. (2010). La internet y sus redes sociales. *Comunicología e ingeniería en Comunicación Social de un fenómeno aun emergente. Razón y palabra*, (71). Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199514914051.pdf>
- Cambrosio, A., Keating, P., & Bourret, P. (2006). Objetividad regulatoria y sistemas de pruebas en medicina: el caso de la cancerología. *Convergencia*, 13(42), 135-152.
- Collazo, M. (2014). El cambio curricular, una oportunidad para repensar(nos). En: *Intercambios. Dilemas y transiciones de la Educación Superior*, 2014 v. 1, n.1 pp. 36-43.
- De la Peza Casares, Ma. (2013). Los estudios de comunicación: disciplina o indisciplina. *Comunicación y sociedad*, Volumen (20), 11-32. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188252X2013000200002&lng=es&tlng=es.
- Demicheli, G. (2000). Comunicación y modelos de mediación: Epistemología, teoría y técnicas. *Revista de Estudios Sociales*, 106. Recuperado de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37725575/Modelos de Comunicacion en Mediacion-libre.pdf?1432512207=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DComunicacion y Modelos de Mediacion epis.pdf&Expires=1697302885&Signature=DL5ACoCBOg~wk4vgxf5iimjx75KVKXkr6UGWvaHSdA5115rGHs7JX3hhfUP-GIGS09JsMNhaGnJepG0cr6EKtF5J83bbaP8~HtiyoiCQpulpTtkVrH-P~8PMUCREia29Ec8o4CcsK~gr-8hdXMapBOMIYYEnz2er13oZ4YlxfBfDr4g3qbC7BKulXCOhWQHCBQO6CW308IDostPI9WNAP6wabYOI1Bx1U15IF3i5Ovhj2FnYwT-R6Ahe66YKrOC->

[OUXEGrV1Ib17blmzRHkhcqrsVSxSgWhjTUUjLMSgN1Gh89NC5tPhZrkCw9fRVFDPcpwKZNC9ZwBn1KgbZVaFA_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://www.humanidadescomunidad.unam.mx/diccionario-de-las-emociones-asombro/#:~:text=Es%20el%20sentimiento%20que%20tenemos%20ante%20la%20presencia,capta%20poderosamente%20nuestra%20atenci%C3%B3n%20y%20rebasa%20nuestro%20entendimiento.)

Diccionario de las emociones. (2023). Humanidad es Comunidad UNAM. México, CDMX: Universidad Nacional Autónoma de México. <https://www.humanidadescomunidad.unam.mx/diccionario-de-las-emociones-asombro/#:~:text=Es%20el%20sentimiento%20que%20tenemos%20ante%20la%20presencia,capta%20poderosamente%20nuestra%20atenci%C3%B3n%20y%20rebasa%20nuestro%20entendimiento.>

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. (2023). Oferta educativa: Comunicación. Estado de México, México. FCPyS. Recuperado de <https://fcpsuaemexoficial.wixsite.com/misitio/comunicacion-1>

Feldman, C. F. B. (2011). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Jesús Martín Barbero (1987). Razón y palabra, (75), 5.

Flórez Romero, R., Castro Martínez, J., & Arias Velandia, N. (2009). Communication, language and education: a look from the theories of complexity. *Folios*, (30), 25-38.

Gómez, Fedor. (2016). La Comunicación. *Salus*, 20(3), 5-6. Recuperado de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S131671382016000300002&lng=es&tling=es.

González, N. (2007). Bauman, identidad y comunidad. *Espiral* (Guadalajara), 14(40), 179-198.

Mönckeberg, M., & Rojas, T. A. (2020). Comunicación líquida en el pensamiento de Zygmunt Bauman: el espacio y el tiempo para la construcción de sentido. *ComHumanitas: revista científica de comunicación*, 11(1), 131-148.

Moreno Moreno, L. R. (2000). Los negocios en la era digital. *Región y sociedad*, 12(20), 193-200.

Pérez Morales, R. (2017). Análisis del artículo 17 de la Constitución Española: derecho a la Libertad.

Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.6 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [01/09/2023].

Red de datos (2018) Espectro electromagnético, Rioja, España: red de datos. Recuperado de <https://adrianredesdedatos.blogspot.com/2018/09/espectro-electromagnetico.html>

Ries, A. (1993). Las 22 leyes inmutables del marketing, Madrid: MCGRAW-HILL INTERAMERICANA.

Vázquez, M. (1997) Historia y comunicación social. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/6321/Analisis%20del%20articulo%2017%20de%20la%20Constitucion%20Espanola%20Derecho%20a%20la%20Libertad.pdf>

Villamil, J. (2013) Televisión para jodidos. Proceso. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/opinion/2013/3/19/television-para-jodidos-115883.html>