

# **Docencia, investigación, experimentación\***

## **Teaching, Research, Experimentation**

### **Ensino, pesquisa, experimentação**

**Mariano Cebrián-Herreros**

**Universidad Complutense de Madrid (España)**

*Fecha de recepción: 10 de enero de 2018*

*Fecha de recepción evaluador: 20 de enero de 2018*

*Fecha de recepción corrección: 30 de enero de 2018*

## **Resumen**

Las Escuelas de Comunicación tienen un compromiso serio con la docencia. Deben ser la unión de los conocimientos universitarios con las habilidades y destrezas profesionales, donde la vinculación de lo aprendido con las prácticas profesionales tenga coherencia. En este artículo se habla de la necesidad de una amplia investigación y una seria rigurosidad de las Universidades por analizar y observar los procesos de producción, difusión y recepción en medio de los cambios tecnológicos y comunicativos, y a su vez, la necesidad de surgir con innovadores productos comunicativos.

**Palabras clave:** Escuelas de Comunicación, Investigación, Experimentación, Docencia, Medios de Comunicación.

## **Abstract**

Communication Schools have a serious commitment to teaching. They should be the union of university knowledge with professional skills and abilities, where the linking of learning with professional practices has consistency. This article discusses the need for extensive research and serious rigor of the universities to analyze and observe the processes of production, dissemination and reception in the midst of technological and communicative changes, and in turn, the need to emerge with innovators communicative products.

**Keywords:** Schools of Communication, Research, Experimentation, Teaching, Media.

## Resumo

As escolas de comunicação têm um sério compromisso com o ensino. Eles devem ser a união do conhecimento universitário com habilidades e habilidades profissionais, onde a ligação da aprendizagem com as práticas profissionais tem consistência. Este artigo discute a necessidade de extensa pesquisa e rigor das universidades para analisar e observar os processos de produção, divulgação e recepção em meio às mudanças tecnológicas e comunicativas e, por sua vez, a necessidade de emergir com produtos comunicativos inovadores.

**Palavras-chave:** Escolas de Comunicação, Pesquisa, Experimentação, Ensino, Mídia.

Se cumplen treinta años en España desde que los estudios sobre comunicación entraron en la Universidad procedentes de las Escuelas Oficiales de Periodismo, Cine, Radio y Televisión y Publicidad orientadas a la transmisión de conocimientos y habilidades profesionales. En la actualidad se llega ya a la treintena de Facultades de Comunicación públicas y privadas. La Universidad asumió la docencia y aportó la investigación y la rigurosidad metodológica, pero se vio envuelta en la masificación de alumnos que generó problemas graves en sus funciones y en su vinculación con la práctica profesional. La Ley de Reforma Universitaria de 1983 mantuvo el título de Doctorado para la formación de investigadores e impulsó la creación de títulos propios de cada Universidad para estrechar sus relaciones con las empresas. Las Facultades de Comunicación han aprovechado esta posibilidad y ofrecen a los postgraduados decenas de titulaciones especializadas. Esto ha fomentado una prolífica vinculación con las empresas mediante patrocinios, becas y prácticas. Varios periódicos y cadenas de radio y televisión se han unido a alguna Universidad para ofrecer conjuntamente un Máster del cual seleccionan luego a sus trabajadores. Es la unión de los conocimientos universitarios con las habilidades y destrezas profesionales.

No obstante, todavía queda por desarrollar la "alfabetización" mediática de la sociedad, a pesar de que cada ciudadano dedica un promedio de más de tres horas diarias al consumo de medios. Es otra responsabilidad que deberá cubrir también la Universidad ya que las empresas nunca lo harán.

La investigación académica no acaba de adentrarse, salvo excepciones, en la observación y análisis de los procesos reales de producción, difusión y recepción, de los cambios tecnológicos y comunicativos y de los lenguajes emergentes. Gran parte de la investigación se efectúa desde perspectivas externas y con frecuencia excesivamente especulativas y alejadas de la realidad sin aportaciones en las que los profesionales

puedan fundamentar sus trabajos. También se echa en falta la experimentación para ofrecer productos comunicativos innovadores.

Son ausencias que obligan a una profundización en la investigación básica para la construcción de nuevos paradigmas comunicativos y en la investigación aplicada para dar respuesta a las necesidades de la sociedad, de las empresas y de los usuarios de la comunicación. Si esto no se resuelve, se ampliará la brecha entre la Universidad y las prácticas profesionales y, lo que es más grave aún, con la sociedad de la que nace y a la que debe entregarse con la docencia, investigación y experimentación.

## Notas

\* Publicado en el número 23 de *Razón y Palabra*, octubre-noviembre, 2001. Disponible en: [http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n23/23\\_mcebrian.html](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n23/23_mcebrian.html)