

La formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina, FELAFACS

Introducción

Si bien en la última década el crecimiento sin precedentes del número de instituciones dedicadas al estudio de la comunicación social en América Latina ha suscitado un gran interés por analizar las condiciones en que se realiza la formación de comunicadores sociales, y el volumen de documentos, foros y trabajos de investigación se ha multiplicado sustancialmente, no se dispone todavía de información completa y sistemática ni de estudios profundos y rigurosos sobre el tema.

La constitución de FELAFACS en octubre de 1981 ha dado lugar a avances importantes en la resolución de esta carencia a través del cumplimiento de sus objetivos, entre los cuales destacan al respecto los orientados a: «promover vínculos permanentes para el conocimiento, la relación y el intercambio de ideas y experiencias entre las asociaciones y facultades de Comunicación Social en América Latina» y «contribuir al mejoramiento constante de la formación profesional del comunicador social, tanto en sus aspectos científicos, tecnológicos y éticos, como en lo referente a la adquisición de una conciencia social de actitud favorable al desarrollo independiente y al progreso social considerando las distintas realidades nacionales» (Estatutos de la FELAFACS, capítulo II, objetivos 1 y 3).

Para ubicar el análisis que a continuación se presenta, se define como objeto de estudio el conjunto de actividades educativas de nivel universitario o equivalente a través de las cuales se realiza la formación de comunicadores sociales en América Latina, y las condiciones sociales que determinan tal formación.

Ubicación histórica

El origen de la formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina puede situarse entre 1934 y 1935, cuando se comenzaron a impartir cursos de Periodismo a nivel superior en La Plata, Argentina. En 1950 funcionaban ya 13 escuelas de Periodismo en el continente (2 en Argentina, 2 en Brasil, 1 en Colombia, 1 en Cuba, 2 en Ecuador, 2 en México, 2 en Perú y 1 en Venezuela), de acuerdo con el estudio de Raymond Nixon («Historia de las

Escuelas de Periodismo», *Chasqui*, núm. 2, segunda época, CIESPAL, Quito, enero-marzo de 1982).

El surgimiento de sistemas de radio y televisión según el modelo de los países desarrollados y su rápida evolución en América Latina, provocaron la paulatina ampliación del objeto de estudio de las escuelas de Periodismo para incluir junto a éste al cine, la radio y la televisión, bajo el rubro de los medios de comunicación (o información) masiva, colectiva o social. Este proceso de adaptación de las instituciones educativas a las nuevas realidades comunicacionales de los países del continente tomó fuerza en la década de los años sesenta. Citando nuevamente el estudio de Nixon, el número de escuelas pasó de 13 en 1950 a 44 en 1960 y a 81 en 1970. Entre 1960 y 1970, el número de escuelas se triplicó en Brasil (de 8 a 24) y Perú (de 3 a 8), se duplicó en Argentina (de 8 a 16) y se quintuplicó en Chile (de 1 a 5); 3 países establecieron su primera escuela, para llegar a ser 17 el número de naciones en que se impartían estudios superiores de Periodismo o Comunicación.

Cabe destacar en esta época la importante influencia del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), establecido en Quito en 1959, cuyas «Recomendaciones» de 1963 incluían:

- que las escuelas tuvieran nivel universitario;
- que el programa académico tuviera un mínimo de 4 años;
- que el programa de estudios incluyera cursos humanísticos y técnico-profesionales;
- que las escuelas trataran de convertirse en «facultades autónomas» dentro de las universidades;
- que las escuelas tendieran a convertirse en Escuelas de «Ciencias de la Información».

Tales recomendaciones pueden reconocerse en la actualidad casi como normas, dado que la gran mayoría de las escuelas las han adoptado paulatinamente.

A partir de 1970, la proliferación de instituciones dedicadas a la formación de comunicadores sociales corre paralela al «abandono» del periodismo y la adopción de la comunicación como objeto de estudio, y a la emergencia de las perspectivas críticas en la teoría y la investigación en el área. En 1980, sólo en Haití no operaba alguna escuela de comunicación; en los 22 países restantes funcionaban 163, destacando Brasil con 64, México con 26, Argentina con 20 y Colombia con 11. (R. NIXON, *op. cit.*).

En la década de los años ochenta, de mantenerse el ritmo de crecimiento, puede esperarse una crisis de gran magnitud por la sobresaturación de los mercados de trabajo, las dificultades de definición académica y la consecuente disminución en la calidad de la enseñanza. Estos problemas son ya notables en Brasil y México, países en que se concentra más del 60 % de las escuelas de comunicación latinoamericanas.

Ubicación académica

Como ha quedado asentado en el inciso anterior, las llamadas «Ciencias de la Comunicación», objeto de estudio de las escuelas de comunicación, encuentran su

origen en el periodismo. En un primer momento, a las asignaturas meramente técnicas se agregaron materias «humanísticas» como Historia, Letras, Filosofía, Artes. Después a éstas se unieron Psicología, Sociología y Pedagogía. Más tarde, al desarrollarse sobre estas bases las «teorías de los medios» e introducirse materias de Teoría de la Comunicación propiamente dicha, los planes de estudio comenzaron a sobrecargarse. Los cursos de Investigación y Planificación de la Comunicación, los de Semiología y disciplinas administrativas llegaron más recientemente. El estudio de lenguas extranjeras (o autóctonas en algunos países) ha sido un contenido variable en los *curricula*. En la actualidad, tanto el estatuto epistemológico de las Ciencias de la Comunicación como de los contenidos curriculares comienzan a esbozar definiciones claras del objeto y alcances de la disciplina en ciernes.

En este sentido, Josep Rota propuso en el II Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social (Lima, 1980), la distinción de seis «niveles en el proceso, el estudio y la práctica de la comunicación en la sociedad»: la comunicación intrapersonal, interpersonal, organizacional, institucional, colectiva e intercultural, de los cuales las escuelas y el ejercicio profesional consecuente han atendido prioritariamente el nivel colectivo y algunos aspectos del organizacional y el institucional solamente.

En comparación con las universidades norteamericanas, donde existen programas claramente diferenciados de «Journalism», «Mass Communications» o «Speech Communication», y se persigue un alto grado de especialización, en Latinoamérica se tiende a enfoques generales e interdisciplinarios, incluyendo el desarrollo de destrezas técnicas y enfoques teóricos de largo alcance. Por una parte esta discrepancia responde a las diversas características de las universidades latinoamericanas y las de los países desarrollados, y por otra al modo diverso de enfocar los problemas y necesidades sociales desde unas y otras. La tendencia a establecer «facultades autónomas» de comunicación en el seno de las universidades y el acentuado debate crítico sobre el estatuto teórico de las «Ciencias de la comunicación» habrán de permitir avances muy importantes en la ubicación académica de la carrera en la década actual.

Ubicación sociopolítica

Sería incongruente tratar de entender a las universidades latinoamericanas como actualizaciones de un modelo homogéneo. De hecho las diversas modalidades de inserción en la vida social y política de los distintos países las enfrentan muchas veces entre sí. Sin pretender un análisis de esta dimensión, podría decirse que la enseñanza de la comunicación se realiza en América Latina en tres tipos diversos de instituciones: las católicas o pertenecientes a alguna otra religión; las privadas laicas, vinculadas casi siempre a grupos económicos de iniciativa privada; y las oficiales o públicas, sostenidas por los estados o gobiernos nacionales.

Es evidente que la inserción de las universidades latinoamericanas dentro del juego de fuerzas e intereses sociales, entre los cuales el interés comercial ocupa un lugar importante, es un punto de partida insoslayable para analizar la formación de profesionistas que, en este marco y en referencia a distintas disposiciones legales, constituye el objeto de este estudio. No puede olvidarse que, antes que

nada, una carrera universitaria se establece como respuesta a una demanda social que hace ver como necesaria la formación de determinado tipo de profesionista que satisfaga ciertas necesidades sociales. Y es aquí, precisamente, en la forma de interpretar la «demanda», la necesidad y la consiguiente «oferta» de servicios educativos especializados, que los diseños curriculares manifiestan las posturas ideológico-valorales que las instituciones sostienen dentro y frente a la sociedad.

En este sentido, el diseño curricular que orienta la formación de comunicadores sociales implica una opción que privilegia como deseables cierto tipo de prácticas sobre otras posibles, identifica los ámbitos sociales hacia los que la institución pretende orientar su acción, y determina en consecuencia una manera específica de articular los aspectos teóricos, académicos y pedagógicos entre sí y con la praxis prevista de los profesionales en formación. Esta opción se define con base en la operación de ciertos valores y su relación con la práctica, sobre las cuales se constituye la «institucionalidad real» de la universidad y se ubica la formación en la dimensión de lo político, desde la cual se interpreta lo «necesario» en la sociedad, muchas veces en contradicción con los valores explícitamente declarados.

De ahí que una mera revisión de los objetivos y de los planes de estudio en comunicación no pueda servir a un análisis en profundidad de la «calidad» y de la orientación de la enseñanza impartida en las universidades latinoamericanas. No obstante esta limitación, un estudio descriptivo como el presente es indispensable como requisito previo, y permite detectar algunas tendencias significativas.

Las escuelas de Comunicación en América Latina

El total de instituciones dedicadas al estudio de la Comunicación en América Latina registradas hasta la fecha es de 174, distribuidas en 20 países. Se analizan a continuación algunos de los datos disponibles sobre ellas:

Distribución geográfica

País	N.º Tot.	% AL.	Capital	Interior
Argentina	14	8.0 %	4 28 %	10 72 %
Bolivia	2	1.1 %	2 100 %	0 0 %
Brasil	71	40.8 %	2 3 %	69 97 %
Chile	6	3.4 %	5 83 %	1 17 %
Colombia	9	5.1 %	4 44 %	5 56 %
Costa Rica	2	1.1 %	2 100 %	0 0 %
Cuba	2	1.1 %	1 50 %	1 50 %
Ecuador	3	1.7 %	1 33 %	2 67 %

Distribución geográfica

295

País	N.º Tot.	% AL.	Capital		Interior	
El Salvador	1	0.5 %	1	100 %	0	0 %
Guatemala	2	1.1 %	2	100 %	0	0 %
Honduras	2	1.1 %	2	100 %	0	0 %
México	42	24.1 %	13	30 %	29	69 %
Nicaragua	1	0.5 %	1	100 %	0	0 %
Panamá	2	1.1 %	2	100 %	0	0 %
Paraguay	2	1.1 %	2	100 %	0	0 %
Perú	8	4.5 %	3	50 %	3	50 %
Puerto Rico	2	1.1 %	1	50 %	1	50 %
República Dominicana	1	0.5 %	1	100 %	0	0 %
Uruguay	1	0.5 %	1	100 %	0	0 %
Venezuela	3	1.7 %	2	67 %	1	33 %
Totales	174	100 %	52	31.5 %	113	68.5 %

Carácter y nivel

País	Publ.		Priv.		Univ.		No Univ.		
Argentina	(6)	3	50 %	3	50 %	6	100 %		
Brasil	(18)	11	61 %	7	38 %	17	94 %	1	5 %
Chile	(6)	3	50 %	3	50 %	3	50 %	3	50 %
Colombia	(8)	1	12 %	5	62 %	8	100 %		
Costa Rica	(2)			2	100 %	2	100 %		
Cuba	(2)	2	100 %			2	100 %		
Ecuador	(3)	1	33 %			3	100 %		
Guatemala	(2)	1	50 %	1	50 %	2	100 %		
México	(41)	15	36 %	26	63 %	39	95 %	2	4 %
Nicaragua	(1)	1	100 %			1	100 %		
Panamá	(2)	1	50 %	1	50 %	2	100 %		
Paraguay	(2)	1	50 %	1	50 %	2	100 %		
Perú	(6)	2	33 %	4	66 %	6	100 %		
Venezuela	(1)	1	100 %			1	100 %		

Muestra total: 98 (100 %). Públicas 42 (42 %). Privadas 53 (54 %). Universitarias 92 (93 %). No universitarias 6 (6 %).

Lic. en Ciencias de la Comunicación	25	instituciones	
Lic. en Comunicación Social	9	instituciones	
Comunicador Social	9	instituciones	
Lic. en Periodismo	8	instituciones	
Lic. en Ciencias de la Comunicación Social	7	instituciones	
Lic. en Ciencias Técnicas de la Comunicación	3	instituciones	
Lic. en Ciencias de la Información	3	instituciones	
Lic. en Comunicación	2	instituciones	
Lic. en Ciencias de la Comunicación Colectiva	1	institución	(Méx.)
Lic. en Ciencias y Técnicas de la Información	1	institución	(Méx.)
Lic. en Comunicación y Relaciones Públicas	1	institución	(Méx.)
Lic. en Periodismo y Comunicación Colectiva	1	institución	(Méx.)
Lic. en Relaciones Públicas y Publicidad	1	institución	(Méx.)
Lic. en Educación Artística	1	institución	(Bra.)
Comunicador Audiovisual	1	institución	(Chile)
Periodista Profesional	2	instituciones	
Periodista	3	instituciones	
Bachiller en Comunicación Social	15	instituciones	
Bachiller	8	instituciones	
Bachiller en Publicidad/Periodismo/Propaganda	5	instituciones	
Bachiller en Periodismo	4	instituciones	
Bachiller en Artes	2	instituciones	
Graduado en Comunicación Social	1	institución	(Bra.)
Graduado	1	institución	(Bra.)
Técnico Universitario en Comunicación Social	1	institución	(Arg.)
Técnico en Medios de Comunicación Social	1	institución	(Arg.)
Técnico en Ciencias de la Comunicación	1	institución	(Guat.)
Técnico en Periodismo	1	institución	(Rep. Dom.)
Técnico en Publicidad/Cine/Ventas	1	institución	(Chile)
Técnico en Propaganda y Publicidad	1	institución	(Arg.)
Maestro en Ciencias	1	institución	(Méx.)
Maestro en Tecnología Educativa	1	institución	(Méx.)
Maestro en Comunicación	1	institución	(Méx.)
Maestro en Ciencias de la Comunicación	1	institución	(Méx.)
Maestro en Ciencias de la Comunicación Social	1	institución	(Méx.)
Maestro en Artes	1	institución	(Pto. Rico)

Número total de títulos registrados: 36. Número total de instituciones con dato sobre título: 114.

Hasta la fecha se tiene registrada la existencia de las siguientes asociaciones nacionales de escuelas y facultades de comunicación social en América Latina:

Associação Brasileira de Ensino e Pesquisa da Comunicação (ABEPEC), Brasil. Asociación de profesores, profesionales, investigadores y 24 escuelas de comunicación.

Asociación Centroamericana y del Caribe de Escuelas y Facultades de Comunicación. De reciente constitución.

Asociación de Facultades de Comunicación de Colombia (AFACOM). Reúne a las 9 facultades existentes en el país.

Asociación Peruana de Facultades de Comunicación (APFACOM). Integra la participación de estudiantes.

Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), México. Agrupa a 20 instituciones y 6 miembros a título personal.

Asociación Venezolana de Facultades de Comunicación. De reciente creación.

Para 1983 está programado el acto constitutivo de la Asociación Argentina.

La formación de Comunicadores Sociales

La realidad latinoamericana, constituida por una muy compleja red de prácticas socio-culturales, interdeterminaciones entre esas prácticas, e interpretaciones diversas de su significación en lucha por la hegemonía, es a la vez contexto y contenido de la actividad educativa en la que se forman los comunicadores sociales. Esa inserción de la universidad en la sociedad y las condiciones en que los sujetos provenientes de ella dedican energía, tiempo y recursos a la formación para incidir profesionalmente sobre la comunicación y sus diversas manifestaciones sociales, ubica a la universidad como un espacio privilegiado de transformación y renovación cultural. Pero ese privilegio es sólo una posibilidad en tanto la universidad y sus miembros no se asuman a sí mismos como sujetos a transformación; el currículum expresa y concreta los límites y el sentido de esa posibilidad.

De ahí que si el objeto de la carrera es la comunicación, el sujeto del currículum es la escuela y sus integrantes; son ellos quienes abordan el estudio del objeto dentro de un rango definido de posibilidades, de condiciones de viabilidad del proyecto académico de la institución, que no dependen únicamente de lo que se pretenda hacer, sino de quién lo pretende y desde dónde en la estructura social.

Siendo sujeto del currículum, la institución orienta su dinámica por las definiciones que formula y que practica como instancia formativa. Esta dinámica puede representarse en un modelo, en el cual la delimitación del *objeto de la carrera* y la definición del *perfil del comunicador*, ambos elaborados en relación con el *marco valoral* adoptado por la institución, son los elementos claves del *diseño curricular* que, a su vez, fundamenta la práctica formativa.

Para la delimitación del objeto de la Carrera, las claves son la *teoría de la comunicación* y la caracterización de las *prácticas profesionales* deseables; para el Perfil del Comunicador, a su vez, las *necesidades sociales* de comunicación a

atender prioritariamente y las condiciones del *mercado profesional*. Sobre estas bases, el currículum define objetivos, planes y programas de estudio, metodología y criterios de evaluación, cuya *práctica* requiere la administración de recursos humanos, técnicos, académicos, financieros, políticos, materiales, culturales y pedagógicos. Finalmente, del adecuado equilibrio y aprovechamiento de todos esos recursos dependen los resultados concretos del proyecto, expresados como capacidad de la institución y sus egresados para incidir efectivamente en la transformación crítica de las prácticas comunicacionales de la sociedad.