



cuadernos
de difusión
científica

5

ENRIQUE E. SANCHEZ RUIZ

**La enseñanza
y la investigación
de la comunicación
en Latinoamérica,
en México y en Jalisco**



DIFUSION CIENTIFICA

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

COLECCION:

CUADERNOS DE DIFUSION CIENTIFICA 5

SERIE:

COMUNICACION, EDUCACION Y SOCIEDAD (II)

Con la colaboración de la Asociación Mexicana de Investigadores
de la Comunicación — Jalisco.

D.R. © 1986. Universidad de Guadalajara
Departamento de Investigación Científica y
Superación Académica, Edificio Cultural y
Administrativo. Av. Juárez y Tolsá 80. piso,
Ap. Postal 2-751 C.P. 44100
Guadalajara, Jalisco, México.
Impreso y hecho en México/Printed and made in México.

ISBN—968—895—021—1

INDICE

INTRODUCCION	7
LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN LATINOAMERICA Y EN MEXICO	9
Los problemas	21
LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN JALISCO	29
ALGUNAS CONCLUSIONES SOBRE LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN JALISCO	43
REFERENCIAS	47

INTRODUCCION

A partir de los años sesenta y especialmente durante los últimos quince años, han proliferado los estudios y escritos con el objetivo de evaluar y/o diagnosticar la evolución y el crecimiento que han experimentado la enseñanza y la investigación sobre la comunicación social en América Latina. Algo similar ha sucedido en el último lustro con respecto al caso concreto de nuestro país. Esta proliferación de estudios evaluativos ha respondido, entre otras razones, al crecimiento exponencial, y en gran medida anárquico, que han presentado las facultades y escuelas de comunicación, así como la indagación sobre fenómenos y procesos comunicativos, en el subcontinente y en México. En este documento buscamos lograr un primer acercamiento descriptivo sobre el desarrollo de las llamadas "ciencias de la comunicación" en el estado de Jalisco, donde aparentemente han evolucionado de una manera más "pausada" que en el país como un todo la enseñanza y la investigación sobre fenómenos y procesos comunicativos. Este es, entonces, un primer intento de evaluar la manera en que se ha dado lo que parece estar constituyendo una moda en el momento presente, tanto en nuestro país como en América Latina: el surgimiento y proliferación de escuelas y facultades de comunicación, y en menor medida de investigaciones con algún grado de científicidad y sistematicidad sobre la realidad comunicativa. El escrito tiene la finalidad de proporcionar un primer "mapa" de la realidad tratada; no se pretende ninguna aportación teórica o explicativa, ni exhaustividad descriptiva, ni actualidad periodística. La aportación radica en la ausencia absoluta de intentos similares publicados, con respecto a nuestro estado. Con relación al punto de la actualidad, hay que hacer notar que en el presente es posible descubrir una nueva escuela de comunicación en nuestro país dentro de períodos de

pocos meses (lo que comprueba que esto es una especie de “moda”), por lo que nosotros podemos apuntar aquí solamente las tendencias principales, más que los números o los datos más recientes.

Como importante contexto para el diagnóstico sobre el estado de la enseñanza y la investigación de la comunicación en nuestra región, haremos en la primera sección una síntesis descriptiva sobre la evolución y la actual situación latinoamericana y de nuestro país al respecto. Juzgamos relevante este elemento contextualizador, pues hay mucho que aprender de las experiencias históricas más generales, a muchos de cuyos determinantes y restricciones no se pueden substraer los desarrollos regionales particulares. Describiremos la evolución cuantitativa y cualitativa, tanto de la enseñanza como de la investigación sobre comunicación en México y Latinoamérica, para enseguida presentar los principales problemas que se han encontrado recurrentemente en estos desarrollos. En la segunda parte del documento haremos un breve recuento histórico de la evolución de las escuelas de comunicación en el estado de Jalisco, con un diagnóstico sobre el estado actual de la enseñanza y la investigación en la materia en nuestra entidad. Se notará que la sección de conclusiones de la segunda parte es un poco más corta que la de la primera, en virtud de la recurrencia de problemas y situaciones, que nos obligan a ser breves para no ser demasiado repetitivos.

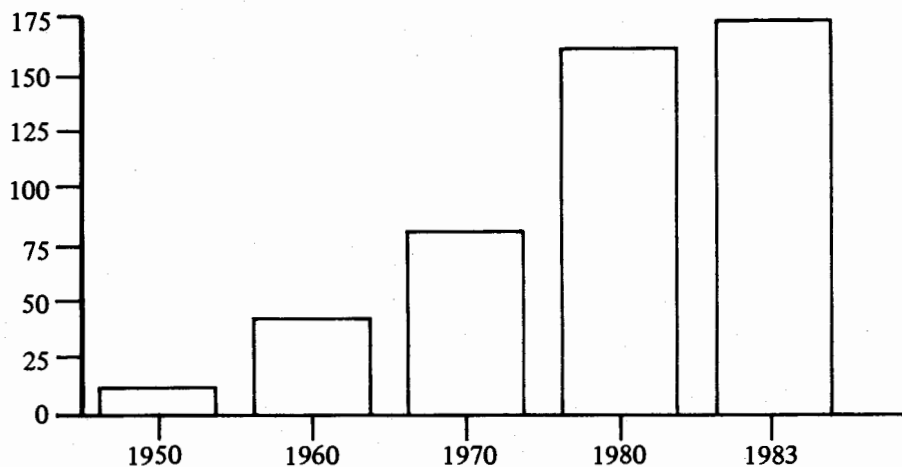
LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN LATINOAMERICA Y EN MEXICO

Latinoamérica. Un investigador boliviano (Beltrán, s/f) ha rastreado sistemáticamente lo que podría considerarse de una manera amplia como "investigación de la comunicación" en Latinoamérica. Alrededor de 1810 se encuentran los primeros estudios descriptivos sobre la prensa. Durante todo el siglo pasado, se hallan cerca de 50 estudios susceptibles de control bibliográfico. En la primera mitad de este siglo, se rastrean alrededor de 360 investigaciones, mientras que a partir de los años cincuenta se manifiesta un crecimiento exponencial del número de indagaciones: unas 3,600 de 1950 a 1979, cerca de la mitad de las cuales fueron realizadas durante el decenio de 1970. De los 79 centros que realizaban algún tipo de investigación sobre comunicación en América Latina en 1979, el 78% habían sido creados a partir de 1961 (CIESPAL, 1979).

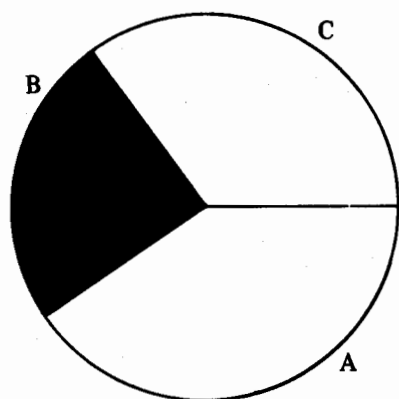
De hecho, la aceleración del crecimiento de las investigaciones en comunicación, así como su diversificación (de estudios sobre la prensa escrita, pasando a cubrir muchos otros medios y ámbitos de comunicación), y su formalización e institucionalización, está íntimamente asociada al nacimiento y proliferación de escuelas de periodismo y comunicación a partir de los años cincuenta. Ambos procesos expansivos, a la vez, están íntimamente ligados al proceso de "modernización" y desarrollo capitalista dependiente, a la expansión de los modernos medios de difusión masiva, y al creciente proceso de transnacionalización en nuestro subcontinente.

Entre 1934 y 1935 se comenzaron a impartir cursos de periodismo a nivel universitario en La Plata, Argentina. Para 1950 existían ya 13 escuelas de periodismo en Latinoamérica, dos de las cuales se encontraban en México. Como puede observarse en la gráfica 1, desde enton-

GRAFICA 1
Escuelas comunicación en latinoamérica



GRAFICA 2
Dist. escuelas comunic. Latinoamérica



A	BRASIL	41%
B	MEXICO	24%
C	RESTO A.L.	35%

1983

**FUENTE: FELAFACS (1983): La formación
universitaria de comunicadores
sociales en América Latina**

ces las escuelas y facultades de comunicación social se han expandido considerablemente: 44 escuelas en 1960, 81 en 1970 y 163 en 1980. Para 1983, se tenían registradas 174 escuelas latinoamericanas de comunicación. De éstas, 65% se encontraban en dos países, Brasil (41%) y México (24%), según datos de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS, 1983). La misma organización manejaba el dato de 181 escuelas para 1984 (FELAFACS, 1985).

Durante los decenios de 1950 y 1960, hubo una muy fuerte y directa influencia norteamericana sobre la enseñanza y la investigación en comunicación latinoamericanas. Esta influencia se originó principalmente en el expansivo aparato transnacional, en el desarrollo mismo de los estudios de carácter más "científico" estadounidenses (aunado al subdesarrollo y dependencia en el mismo renglón por parte de nuestros países), y al ascendiente que tuvo en Latinoamérica el Centro de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL), de la UNESCO. Este centro, fundado en 1959 en Quito, Ecuador, estuvo controlado en un principio (como todo en la UNESCO por esos tiempos) por "expertos" norteamericanos y en menor medida europeo-occidentales, pero para la década de 1970 adquirió una mayor autonomía y un carácter más crítico e independiente en sus orientaciones. Es muy conocido el informe final del Seminario sobre "La Investigación de la Comunicación en América Latina" de 1973, que tuvo lugar en Costa Rica, auspiciado por CIESPAL, en el que se hacía hincapié en la situación de dependencia y subordinación teórico-metodológica, y en la necesidad de generar investigación sobre comunicación que respondiera a las necesidades de desarrollo de los países latinoamericanos, con un acento particular en la solución de los problemas de las grandes masas marginadas. Continuamente, desde 1963, CIESPAL ha emitido documentos con "recomendaciones" para el mejoramiento de la enseñanza y la investigación sobre comunicación en la región latinoamericana, mismos que han tenido cierta influencia en las instituciones del área, especialmente en lo que toca a la enseñanza.

Para 1984, una muestra de 85 escuelas y facultades latinoamericanas de comunicación social arrojaba un mínimo de 68,702 egresados (FELAFACS, 1985). Para dar una idea de la diversificación que ha habido en el sector de la comunicación social en Latinoamérica, presentamos en el cuadro 1 la estimación de FELAFACS sobre la distribución promedio de los egresados de escuelas latinoamericanas en los diversos campos de trabajo:

CUADRO 1
Campo de trabajo de egresados latinoamericanos de escuelas de comunicación
(Porcentaje promedio por facultad)

<i>Campo de Trabajo</i>	<i>Porcentaje Promedio por Facultad</i>
Universidad	4.24
Empresa Periodística	16.24
Empresa de radio	6.55
Empresa de televisión	4.46
Agencia de publicidad	4.74
Producción de cine	0.74
Producción de audiovisuales	2.70
Entidad gubernamental	6.59
Comunicación organizacional	7.13
Entidades internacionales	0.55
Actividades no profesionales	0.54
Trabajo independiente en comunicación	1.98
Trabajo independiente otra profesión	0.78
Desempleados	0.87
Centro de investigación	0.53
Otros	4.87

Fuente: FELAFACS (1985): *La Formación Profesional de Comunicaciones Sociales en América Latina, Pregrados y Postrados, 1984-1985.*

México. El acelerado crecimiento de las escuelas de periodismo y comunicación social en nuestro país es un fenómeno del pasado reciente, como puede observarse en la gráfica 3. En 1949 se fundó la escuela de periodismo Carlos Septién García en la capital de la república. Durante los años cincuenta se establecieron dos nuevas escuelas de periodismo (en la Universidad Veracruzana y en la UNAM). Cuando se abrió en 1960 la carrera de Ciencias y Técnicas de la Información en la Universidad Iberoamericana, comenzó a abrirse el campo más amplio de estudio y actuación profesional de la "comunicación". Por cierto, a partir de entonces, las escuelas que se denominaban "de periodismo" comenzaron a modificar sus denominaciones (a "ciencias de la comunicación", "ciencias de la información", etcétera) y a ampliar sus objetivos y alcances, con la sola excepción de la primera (la Septién García), que hasta el presente se ocupa únicamente de preparar periodistas.

GRAFICA 3

Escuelas de comunicación en México



FUENTE: CONEICC

Durante el decenio de 1960, cuando se consolidaba en México el sistema comercial-privado de difusión masiva, siguiendo el modelo estadounidense, se abrieron en el país carreras de comunicación social solamente en instituciones privadas de educación superior. Por otra parte, durante el decenio de 1970, cuando el Estado mexicano intentaba participar nuevamente¹ de manera activa en los medios de difusión (particularmente en la televisión), se instituyeron escuelas de comunicación en diversas universidades públicas. Con respecto a este dato, aun no se ha realizado un estudio sobre la incidencia real de los egresados de las universidades públicas en los medios del Estado, pero hay quienes piensan, como veremos más adelante, que ésta ha sido muy limitada. De 1970 a la fecha, el número de escuelas de comunicación se quintuplicó en el país.

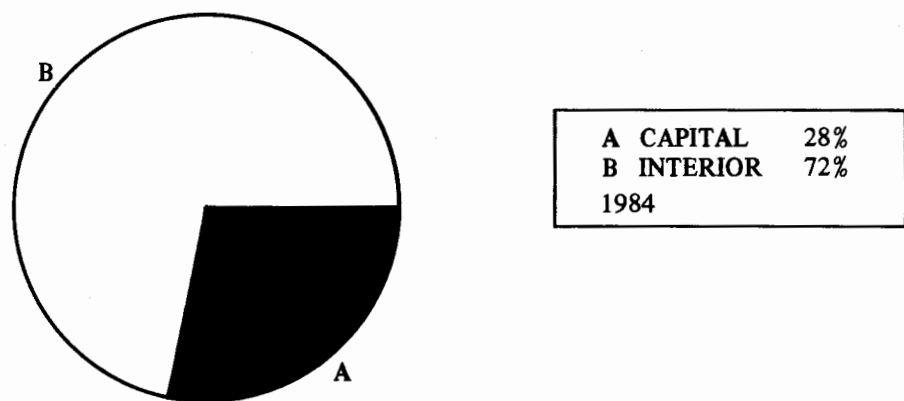
¹ Como en la época del presidente Cárdenas.

De acuerdo al último informe disponible del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), a principios de 1985 había en el país 47 planteles que ofrecían estudios de licenciatura en comunicación (con denominaciones variables, pero todas relacionadas con la comunicación y/o la información). Para la segunda mitad del mismo año, el organismo tenía localizadas ya 53 escuelas. Por otra parte, hay siete programas de maestría en alguna rama de la comunicación, de los cuales dos no están afiliados a universidades que ofrezcan estudios de licenciatura. Tres de los programas de maestría están en instituciones ubicadas en el Distrito Federal, dos en Monterrey, uno en Guadalajara, y uno en el Estado de México (Chapingo, que para propósitos prácticos muy bien podría ubicarse en "el centro"). Esta concentración de los postgrados en comunicación existentes en México es un fiel reflejo de la centralización más general, que a su vez se manifiesta en la distribución de las escuelas a nivel de licenciatura: un poco más de la mitad (55.3%) de los 47 planteles de los que tenemos datos se localizan en cinco ciudades, de entre las de más alto desarrollo en el país: el Distrito Federal, con trece escuelas; Monterrey, con cuatro; Puebla, León y Guadalajara, con tres cada una. Los restantes 21 planteles se ubican en 18 ciudades del país, de las cuales tres (Ciudad Juárez, Tampico y Hermosillo) cuentan con dos escuelas de comunicación cada una. Habrá que hacer notar que en todo el sureste de México hay una sola escuela de comunicación, en la ciudad de Mérida. Las cinco ciudades que poseen algo más de la mitad de los planteles, dan cuenta de 83.6% de los estudiantes en el país, mientras que el restante 16.4% está repartido en 15 ciudades. Solamente en la ciudad de México, con 27.6% de las escuelas, se concentra la mitad (51%) de los estudiantes de comunicación de todo el país (véanse gráficas 4,5,6 y 7).

Es notorio que, en los últimos cinco años, ha surgido por lo menos una veintena de nuevas escuelas de comunicación; de entre las que tenemos información, 15 se ubican en el interior de la república y una en la capital. Sin embargo, el patrón de concentración y centralización se mantiene en virtud de la captación masiva de estudiantes por parte de las universidades de los centros metropolitanos, en particular de la capital, aun en el caso de las universidades privadas: por ejemplo, mientras que el promedio aritmético de estudiantes por escuela privada de comunicación es de 241, la Universidad Iberoamericana tenía inscritos 792 en 1984. En el caso de las universidades públicas, el promedio es de 625.7 estudiantes por plantel, pero la escuela de comunicación de la

UNAM tenía 2,024 inscritos en 1984, 14.3% del total nacional.² Monterrey, con 8.5% de las escuelas, concentra al 23% de los estudiantes mexicanos de comunicación. El caso de Guadalajara presenta un poco más de equilibrio, pues con 6.4% del total de escuelas representa 6.6% del total de estudiantes. Esto último se explica en virtud de que los tres planteles tapatíos son privados, y son principalmente las universidades públicas las que presentan una captación masiva de estudiantes: éstas son alrededor de un tercio de las escuelas de comunicación en México, con 57.4% del número total de estudiantes (véanse gráficas 8 y 9). Esto se traduce en una relación estudiantes/profesores más alta en los planteles públicos (16.4 a uno) que en los privados (9.6 a uno). Con relación a la centralización, habrá que añadir que algunos de los planteles que recientemente han abierto carreras de comunicación en la provincia mexicana, son "sucursales" de universidades ubicadas en los centros metropolitanos, específicamente en el D.F. y Monterrey (la Universidad Iberoamericana con tres planteles y el Tecnológico de Monterrey con cuatro).³

GRAFICA 4
Ubicación escuelas de comunicación



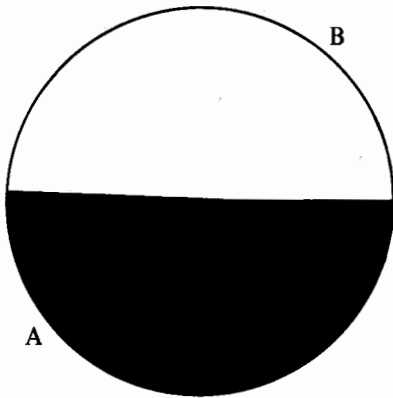
FUENTE: CONEICC

² Todos estos datos fueron calculados a partir del último informe que tuvimos disponible del CONEICC (Fuentes, 1984) y son aproximaciones a partir del mismo, en el cual falta información de unas pocas escuelas.

³ Nos referimos solamente a las escuelas de comunicación que tienen en provincia estas universidades, no al total de planteles que, en diversas especialidades, tienen en todo el país.

GRAFICA 5

Ubicación estudiantado comunicación

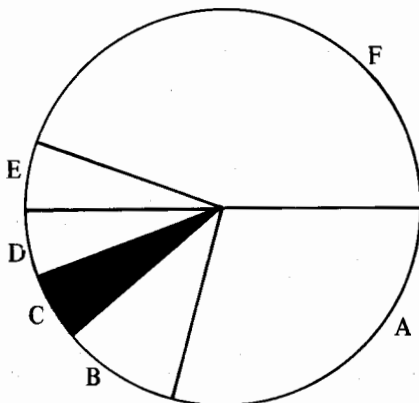


A CAPITAL	51%
B INTERIOR	49%
1984	

FUENTE: CONEICC

GRAFICA 6

Distribución escuelas por ciudades



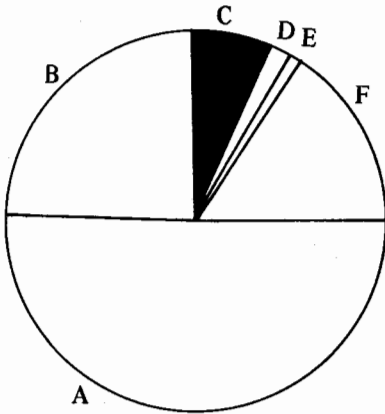
A D.F.	28%
B MONT.	9%
C GUAD.	6%
D LEON.	6%
E PUEBLA	6%
F OTRAS	45%

1984

FUENTE: CONEICC

GRAFICA 7

Distr. estudiantes por ciudades



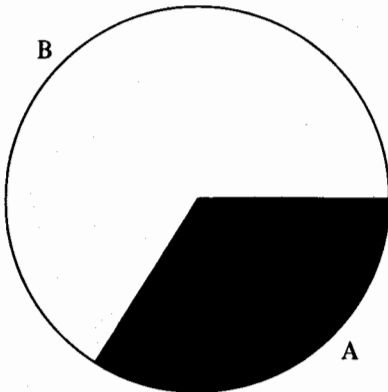
A	D.F.	51%
B	MONT.	23%
C	GUAD.	7%
D	LEON	2%
E	PUEBLA	1%
F	OTRAS	16%

1984

FUENTE: CONEICC

GRAFICA 8

Carácter escuelas de comunicación



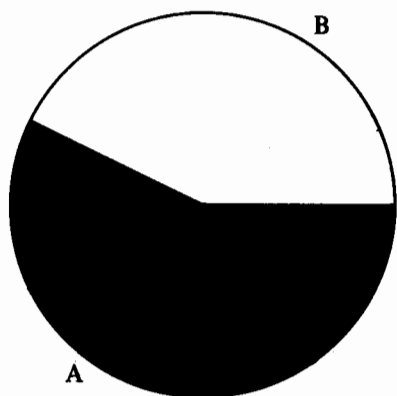
A	Públicas	34%
B	Privadas	66%

1984

FUENTE: CONEICC

GRAFICA 9

Dist. Estudiantes por Sector



A	Sect. Publi.	57%
B	Sect. Priva.	43%

1984

FUENTE: CONEICC

Hay en la actualidad, por lo menos, más de catorce mil estudiantes de comunicación a nivel de licenciatura, y se calcula que se han producido por lo menos diez mil egresados, de los cuales menos de una cuarta parte son titulados. A pesar del incremento en la oferta y la demanda en el sector de la educación universitaria en comunicación social, hay que consignar que una investigación reciente encontró que la tasa de deserción en las escuelas de comunicación mexicanas es una de las más altas del país: un 53.33% en promedio de los alumnos abandonan la carrera antes de terminarla (Rojas 1981).

Hay que hacer notar que, al haberse extendido el campo de estudio de las escuelas de comunicación, del periodismo al más general de "ciencias y/o técnicas de la comunicación y/o de la información", las escuelas mexicanas de comunicación han tenido que tomar decisiones concretas respecto a áreas específicas de especialización, como se puede ver en la muestra de 23 escuelas y sus principales áreas de especialización en el cuadro 2.

CUADRO 2
Especialidades en 23 Escuelas Mexicanas de Comunicación

<i>Especialidad</i>	<i>Número de Escuelas</i>
Publicidad	5
Periodismo	4
Relaciones Públicas	3
Comunicación y Medios Masivos	2
Radio	2
Investigación de la Comunicación	2
Comunicación y Cultura Mexicana	1
Literatura Latinoamericana	1
Comunicación Audiovisual	1
Televisión	1
Cine	1

Fuente: FELAFACS (1985): *La Formación Profesional de Comunicadores Sociales en América Latina, Pregrados y Postgrados, 1984-1985.*

Es evidente en el cuadro anterior la enorme dispersión que han tenido los estudios universitarios sobre comunicación, lo que veremos posteriormente que tiene graves consecuencias para la definición del objeto de la carrera y del perfil del comunicador.

En lo que se refiere a la evolución de la investigación sobre comunicación en México, los datos sistemáticos disponibles son muy escasos. Se sabe, por un lado, que han proliferado los escritos sobre comunicación (CONEICC, 1984), pero esto no significa necesariamente que la investigación concreta, sistemática, con seriedad científica y académica, haya proliferado. Por otra parte, de las 49 instituciones que se dedican a la formación de recursos humanos para la comunicación social, incluyendo los programas de maestría existentes, solamente se sabe que cuatro tienen centros de investigación, dos de los cuales son demasiado recientes para mostrar productividad científica real. Los dos centros universitarios de investigación sobre comunicación que probablemente son los más antiguos, el de la UNAM y el de la Universidad Anáhuac, han producido (y difundido, que es igualmente importante), *por lo menos cuantitativamente*, pocas aportaciones concretas al entendimiento sobre

la realidad comunicacional de nuestro país (y menos de sus aspectos regionales). Es claro que son las instituciones privadas como Televisa, las agencias publicitarias y particularmente las agencias de investigación de mercados, las que con toda constancia y sistematicidad producen datos sobre este sector de nuestra realidad cultural, económica y sociopolítica. La poca investigación académica de calidad que se produce en México es obra, la mayoría de las veces, de solitarios "artesanos intelectuales", sin apoyo institucional real de las universidades en las que laboran. Por ejemplo, Rubén Jara (1981) reporta que, de una muestra de cien investigaciones sobre comunicación en México, 52 se habían financiado con recursos del autor, por 10 que habían financiado universidades nacionales, a pesar de que 75 de los investigadores estaban adscritos a las anteriores en el momento de realizar la investigación. A pesar de que los trabajos de tesis de licenciatura pueden ser considerados correctamente como trabajos de investigación, de ninguna manera consideramos que puedan constituir la *única y/o principal* expresión de la labor de indagación científica realizada por las escuelas de comunicación. En 1980 se analizaron cien "investigaciones empíricas" mexicanas sobre comunicación, en las cuales la mayoría (52%) eran tesis de licenciatura, por 12 de maestría, cinco de doctorado (ibid: 195-215). El resto, menos de una tercera parte, tenían formatos regulares de la investigación científica profesional (cuatro libros, ocho artículos, 18 ponencias profesionales y una "ponencia escolar"). Algunos de los hallazgos de tal análisis muestran un panorama bastante triste sobre la investigación de la comunicación en México:

- Casi dos de cada tres estudios son de carácter descriptivo o exploratorio, lo que implica que no existen trabajos previos sobre el tema, o bien que el autor no los encontró.
- Casi un 20% de los trabajos no cuentan con un marco teórico que sustente la investigación.
- Alrededor de un 25% de las obras no manejan variables de investigación. De aquellas que sí las incluyen, sólo un porcentaje apenas superior a la mitad las define conceptual u operativamente.
- Aproximadamente en uno de cada cuatro trabajos, el planteamiento del problema de investigación no es congruente con los objetivos de la misma.
- Solamente en un número ligeramente mayor de la mitad de las obras revisadas, se encontró un uso adecuado de la estadística para el análisis de resultados.
- Únicamente en el 50% de los casos, las conclusiones de los estudios son relevantes a los objetivos planteados.
- En el 41% de las investigaciones hubo congruencia entre los objetivos y las sugerencias y recomendaciones (ibid: 212-213).

Estos datos apoyan nuestra opinión de que no se puede considerar seriamente a las tesis de licenciatura como representativas de la investigación científica, pero a la vez dejan ver lo mucho que hay por hacer en la indagación profesional de carácter científico, de alto nivel, sobre el campo que nos ocupa, en nuestro país y en sus regiones.

Con respecto a la investigación regional, de la muestra referida de investigaciones, solamente el 25% se referían a, o incluían alguna región del interior del país, de las cuales 14 fueron realizadas en ámbitos rurales como trabajos para la Escuela de Postgraduados de Chapingo, la mayoría de éstos como tesis de maestría. Únicamente *dos* de las investigaciones referidas estudiaban algo en o sobre Jalisco. Del total, sólo una fue realizada en Guadalajara, una en Saltillo y una en Monterrey. Si consideramos a Chapingo prácticamente ubicada en el "centro", entonces vemos que la abrumadora mayoría de los estudios fueron realizados en el centro (el D.F. y sus alrededores inmediatos). En un directorio de "instituciones no comerciales que realizan investigación de la comunicación" de 1981, se listaban once instituciones, de las cuales solamente Chapingo no estaba en el Distrito Federal (ibid: 19-44). La centralización en la investigación de la comunicación era, al despuntar los ochenta, totalmente extrema. En el mismo documento se presenta un directorio de investigadores con 83 nombres, que sumados a 29 más que aparecen en lo referente a las instituciones, suman 112 investigadores. Se reportan por lo menos 50 investigaciones realizadas y 35 en proceso. Sin embargo, al parecer todos esos investigadores en todas esas instituciones tienen un control de calidad muy estricto, porque a pesar de la cantidad reportada de investigaciones terminadas y en proceso, son pocas las que se sabe que circulen como contribuciones al entendimiento de la realidad comunicacional del país.

Los problemas

La mayoría de los estudios y análisis sobre la enseñanza y/o la investigación de la comunicación en Latinoamérica y en México concluyen con un mal sabor de boca. Los problemas encontrados son recurrentes a través de los años, pues aparecen en las evaluaciones de los años sesenta, de la década pasada y en las pocas que han surgido en lo que va de este decenio.⁴ Aquí solamente incluiremos una síntesis apretada de los pro-

⁴ Consúltase la bibliografía al final, que si bien no es exhaustiva, es bastante representativa.

blemas detectados por tales estudios, tomando los elementos pertinentes para el objetivo de este diagnóstico.

Investigación. A pesar del apreciable desarrollo que han experimentado las ciencias sociales latinoamericanas en los últimos decenios y de la expansión de los estudios sobre comunicación social, una constante que se encuentra se refiere al uso, por parte de los investigadores mexicanos y latinoamericanos en general, de modas intelectuales y marcos teórico-metodológicos sacados de los países industrializados. Esto no solamente se refiere a la considerable influencia que desde los años cincuenta ha ejercido la investigación norteamericana sobre ciertos sectores, grupos e instituciones de investigación social en Latinoamérica. También se refiere a la incorporación acrítica de ciertas teorías y corrientes alternativas, particularmente europeas, que partían de análisis concretos sobre sociedades industrializadas como Francia o Italia. Una respuesta que ha ocurrido con frecuencia ha sido el intento de *rechazo*, a priori y completo, de *todo* lo que provenga del exterior, y el planteamiento utópico de la necesidad de generar teorías y metodologías totalmente endógenas. Sin embargo, los desarrollos más saludables que se perfilan recientemente, nos parece, parten de una operación dialéctica de análisis crítico y síntesis creativa, generando lo que es posible internamente, pero adaptando críticamente a nuestras realidades aquellas teorías (o aspectos, dimensiones o componentes de ellas) y metodologías y técnicas de investigación que se muestran efectivamente útiles en la comprensión y eventual transformación de tales realidades concretas. *Pero esto sólo se puede lograr si se parte de una labor de investigación concreta, sistemática, real, "profesional", apoyada institucionalmente por los centros de educación superior.* Se plantea, pues, la necesidad de dejar de ser meros consumidores y retransmisores de información, para convertirnos en productores de conocimiento sobre nuestro propio entorno, sin tener por otro lado que "redescubrir la rueda" en todo. Esto también significa que, además de ser importante producir información y conocimiento, es igualmente importante que esta información circule, mediante publicaciones científicas y de divulgación, de las cuales padecemos una escasez crónica en nuestro país.

El problema recién aludido tiene una íntima conexión con el de la falta de recursos, tanto financieros y materiales como humanos, que padece nuestro subcontinente con respecto a la investigación científica en general y particularmente para las ciencias sociales. Si bien es cierto que a veces las prioridades dentro de nuestras realidades particulares deben

canalizarse a lo urgente e inmediato, también es cierto que con frecuencia hay maneras de hacer llegar recursos para la investigación social, la de comunicación como un caso concreto. Muy seguido esto es función solamente de voluntad institucional, que parta de la toma de conciencia de que es necesario, posible y urgente hacer investigación científica en nuestras universidades como prerrequisito para tomar las riendas de nuestro propio destino como países. Por otra parte, un problema también conectado con los dos anteriores es el de la falta de articulación de la enseñanza con la investigación. De nuevo, nuestras universidades parecen preferir (o resignarse a) ser meros consumidores y retransmisores de información que, porque generada a partir de análisis concretos de realidades diferentes, puede llegar a ser un obstáculo en vez de una ayuda para la comprensión y transformación de nuestro entorno específico.

Enseñanza. Un hallazgo recurrente en los análisis sobre el estado de la enseñanza de la comunicación en México y Latinoamérica, es la falta de recursos con que operan las escuelas de la especialidad. Hay que tener en cuenta que, hoy en día, la carrera de ciencias de la comunicación tiene ya muchas vertientes o áreas de aplicación práctica (además de muchas dimensiones de estudio científico, como veremos más adelante). La mayoría de estas áreas necesita de prácticas concretas aplicadas durante el proceso de enseñanza-aprendizaje; de lo contrario, los egresados de las carreras salen al mercado de trabajo sin el manejo y dominio práctico de las herramientas básicas de trabajo, que muchos individuos sin carrera universitaria han aprendido a manejar eficazmente de manera "empírica". Los materiales e instrumentos para las prácticas de las áreas aplicadas de las llamadas ciencias de la comunicación son con frecuencia caros, complejos y sofisticados, pues pueden ir desde un laboratorio de fotografía hasta una rotativa entera o estudios completos de radio y televisión. Es decir, estas escuelas precisan de talleres y laboratorios cuyo alto costo no es solamente el de adquisición, sino que necesitan de mantenimiento y actualización constantes, lo que requiere personal con cierto grado de especialización. Pero no es solamente el equipo sofisticado el que escasea, sino también algunos recursos mínimos de índole académica. Como ejemplo de la escasez de estos recursos en las escuelas mexicanas de comunicación, mostramos en el cuadro 3 lo que concierne a México, de una investigación realizada por FELAFACS en 1982.

Aquí habrá que aclarar que, si bien por ejemplo vemos que 25 de las 26 instituciones que contestaron el cuestionario de FELAFACS manifiestan tener laboratorios, no se sabe qué tipo de laboratorios y cuán-

CUADRO 3
Recursos con que cuentan 26
escuelas mexicanas de comunicación

<i>No. de Escuelas</i>	<i>Recursos con que cuentan</i>
25	Laboratorios
12	Talleres
2	Medios de Comunicación
1	Biblioteca Especializada
10	Biblioteca General
4	Centro de Documentación
2	Centro de Investigación

Fuente: FELAFACS (1983): *La Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en América Latina*.

tos tiene cada escuela, puesto que un cuarto oscuro con una ampliadora de fotografía puede ya constituirse en un "laboratorio", lo que colocaría quizás a una veintena de escuelas junto con las cuatro o cinco que cuentan con estudios sofisticados de radio y televisión. Por otra parte, es sorprendente que solamente 10 escuelas reportan que cuentan con una biblioteca general, lo que es un indicador de que no solamente las escuelas de comunicación, sino las universidades mexicanas en general, tienden a no contar con un requisito mínimo indispensable, sin el cual apenas se puede pensar en la educación superior. Una situación similar ocurre con respecto al profesorado: las escuelas latinoamericanas y mexicanas, según todos los análisis revisados, arrastran un déficit de personal especializado que no parece aliviarse con el crecimiento del número de egresados de las carreras. Por una parte, los individuos más "exitosos" tienden a ser absorbidos por los medios (privados y públicos) y por las instancias de comunicación (privadas y públicas), de donde es difícil que regresen a las universidades a enseñar (además de que *no es lo mismo saber que saber enseñar*). Los mediocres van al desempleo y subempleo o cambian de campo de trabajo. El peor de los casos, que ocurre con cierta frecuencia en nuestro país, es que estos últimos, para evadir el desempleo, se incorporen a la universidad —que los acepta por la falta misma de personal. Por otra parte, al parecer es muy pequeño el número de individuos que han estudiado postgrados y/o especialidades y que se han integrado a la labor docente o de investigación.

Con respecto a la enseñanza ocurre lo mismo que con la investigación de la comunicación en el sentido de que hay todavía una gran dependencia de las escuelas mexicanas y latinoamericanas con relación a los marcos interpretativos y las teorías de origen externo que se enseñan en ellas. De nuevo, esto ocurre debido a la escasez de investigación que, siendo desde luego mucho mayor que la que se hacía durante la primera mitad del siglo, como hemos visto, sigue siendo totalmente insuficiente. Esto es aun más el caso, dado el centralismo que nos caracteriza, en relación a las diversas regiones en que se dividen nuestros países. Es decir, la poca investigación que se hace rara vez se ocupa de los fenómenos y procesos regionales. A la vez, al entenderse nuestra realidad concreta de una forma "refractada" por los "lentes analíticos" (teorías) que no han sido graduados acordemente a tal realidad, la articulación de quienes egresan de las escuelas de comunicación a la sociedad y al mercado de trabajo resulta parcial o totalmente inadecuada. Un aspecto que han notado los estudios recientes sobre la enseñanza en comunicación en nuestro país es que casi todas las instituciones plantean formalmente a la investigación como una tarea de primordial importancia, como base para su labor docente, pero este "buen deseo" no se cristaliza en una labor real y sistemática de investigación, más que en un mínimo de los casos.

Son extremadamente pocas las escuelas de comunicación en Latinoamérica y en nuestro país que se preocupan por hacer un seguimiento de sus egresados y menos por hacer estudios constantes del mercado de trabajo. Indica el informe más reciente de FELAFACS (1985): "Desde las primeras investigaciones se señala que el nivel de absorción del mercado laboral es menor que el número de profesionales egresados de las diferentes escuelas". Sin embargo, la base de datos para estas evaluaciones es frecuentemente incompleta por falta de seguimientos por parte de las escuelas individuales. Es claro que en la mayoría de los casos se atiende de una manera "intuitiva" (más que basada en datos concretos) la supuesta demanda de comunicadores de la iniciativa privada y en menor medida la demanda real y potencial del Estado, pero mucho menos las demandas de los diversos sectores que componen la sociedad civil, o las demandas que genera la solución de problemas concretos de nuestra compleja realidad. De hecho, se encuentra que hay una sobreproducción de comunicadores que ya no encuentran acomodo en los medios tradicionales, mientras que hay una infinidad de funciones, socialmente necesarias, que no están cubiertas por la formación universitaria de comunicadores sociales. Esta situación contradictoria tiene una

íntima relación con la falta de definiciones claras del "objeto de la carrera" y del "perfil profesional" del egresado que se espera producir.

El último problema enunciado tiene una fuente importante en la complejidad y diversidad creciente que han adoptado las llamadas ciencias de la comunicación, así como las áreas de ejercicio profesional de los comunicadores. Este movimiento, que llevó primero a la ampliación de objetivos y alcances de las viejas escuelas de periodismo, podría quizás ahora tener que convertirse en un proceso inverso, aunque sin descuidar los elementos teóricos generales que a cualquier comunicador le facilitan el entendimiento de su tarea. Así, en la actualidad, aun si una institución escogiese formar personal para, por ejemplo una área particular de la comunicación, como la comunicación organizacional, las relaciones públicas, la publicidad, o simplemente "los medios", ésta tiene a su vez que escoger entre una diversidad de aspectos o niveles desde los cuales abordar el campo escogido. Por ejemplo, el campo tradicional de los medios de comunicación es ya muy amplio y variado, y se encuentra uno que no es lo mismo preparar, digamos, periodistas que directores de cine, locutores que gerentes, u operadores que guionistas, camarógrafos que investigadores o planificadores, etcétera. Esta diversidad real produce confusiones al intentar las instituciones decidir sobre el objeto de la carrera y el perfil profesional deseable de sus egresados. Josep Rota (1980) intentó hacer una tipología de diversos niveles, desde los cuales se podría considerar el estudio de la comunicación. Así, tendríamos comunicación:

- Intrapersonal
- Interpersonal
- Organizacional
- Institucional
- Colectiva
- Intercultural e Internacional

A la vez, cada uno de estos campos puede atenderse desde el punto de vista de la realización (aplicación de técnicas a diversos niveles para el logro de resultados concretos), de la planificación, de la investigación, o de la teoría. En ese orden, los niveles recién enunciados van de lo más particular y diversificado a lo más general y menos diversificado. Esta clarificación de niveles de acercamiento a los diversos campos de la comunicación tiene una relación directa con los diferentes niveles de la formación profesional que propone CIESPAL (Ordóñez, 1979):

- *Científicos Sociales*, con capacidad de investigar y hacer propuestas fundamentales en el desarrollo de la teoría y el método, y aun para la concepción epistemológica de la comunicación y su interacción con otros sectores de las ciencias sociales y el conocimiento en general;
- *Estrategas y planificadores*, que puedan diseñar planes, programas y proyectos, y ejecutarlos, para que diversos sectores usen la comunicación en forma sistemática y racionalizada, vinculándola, cuando sea necesario, a proyectos específicos de desarrollo integral y cambio social;
- *Operadores de los medios*, en el sentido de los profesionales que pueden comandar centros de producción de cine, de televisión o de prensa, entendiendo tal trabajo en su concepción completa y global;
- *Productores de contenido*, es decir, aquellos profesionales que tienen a su cargo la codificación de los mensajes en lenguajes escritos, en imágenes o sonidos, caso típico de los periodistas, guionistas, libretistas, caricaturistas, etcétera;
- *Técnicos*, comprendiendo a quienes utilizan habilidades diversas, como las ilustraciones, la ilustración sonora, el laboratorio o las partes físicas de la producción.

Parece haber consenso en que algunos de estos niveles de formación deben enseñarse en la universidad, mientras que otros no. Por otra parte, parece también haber consenso en que, hasta ahora, la enseñanza universitaria de la comunicación en México y Latinoamérica ha privilegiado los niveles “inferiores”, es decir, los más cercanos al plano técnico, y ha descuidado los dos primeros, que probablemente son los más

CUADRO 4
Tipo de trabajo de los egresados de
escuelas latinoamericanas de comunicación
(Porcentaje promedio por facultad)

<i>Tipo de Trabajo</i>	<i>Porcentaje Promedio</i>
Teoría y/o Investigación	4.71
Planificación y Diseño	5.34
Utilización de Medios	26.61
Administración	5.66
Evaluación	1.46
Otros	3.56

Fuente: FELAFACS (1985): *La Formación Profesional de Comunicadores Sociales en América Latina, Pregrados y Postgrados, 1984-1985*.

urgentes ante las actuales necesidades sociales de comunicación de nuestras sociedades y su relación con los problemas y obstáculos para el desarrollo económico, político y cultural más equitativo. Este énfasis en el polo técnico se puede corroborar en el cuadro 4, que presenta una estimación de FELAFACS.

Es importante recalcar que esta falta de definición del objeto de la carrera y del perfil del comunicador, aunada a la falta de análisis concretos sobre la evolución del mercado de trabajo y *de las necesidades sociales de comunicación, en su relación con necesidades sociales más amplias*, y al crecimiento anárquico de las escuelas de comunicación, hace temer virtualmente a todos los analistas por un movimiento de creación de desocupados y subempleados, sin herramientas para bastarse a sí mismos y para ser socialmente útiles.

LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN JALISCO

A la enseñanza universitaria sobre comunicación social en Jalisco le anteceden las experiencias de la escuela de periodismo de la Universidad Femenina de Guadalajara y lo que constituyó el antecedente directo de la Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA), en el Instituto Pío XII. Ambas experiencias se iniciaron durante el decenio de 1950. El Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) instituyó su escuela de ciencias de la comunicación en 1967, y la Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG) abrió en 1970 su escuela de periodismo y comunicación social.

Enseguida haremos un breve análisis de las carreras de comunicación a nivel licenciatura que se ofrecen en la UNIVA, la UAG y el ITESO, basándose en la poca información que es posible conseguir, dado cierto recelo institucional por parte de algunas de las universidades aludidas. En virtud del nivel técnico de los estudios que se ofrecen en la Universidad Femenina de Guadalajara, dejaremos para otra ocasión el análisis de su contribución al campo de la enseñanza de la comunicación. Consideramos conveniente partir de la hipótesis de que, aunque las tres universidades que ofrecen licenciaturas en comunicación son privadas, no necesariamente responden a los *mismos* intereses, sino que corresponden a visiones empresariales, políticas y aun religiosas diversas, que encuentran un reflejo en el tipo de educación que se ofrece y en la posible funcionalidad que ese tipo de instrucción puede tener para proyectos divergentes de sociedad *capitalista*. Haremos un recuento breve de lo que se puede por el momento saber sobre la evolución de estas universidades privadas y de sus carreras de comunicación, de los objetivos explicitados en los documentos accesibles sobre las mismas, así como de sus planes de estudio, de la inserción de sus egresados en el mercado de traba-

jo, y de la (casi inexistente) labor de investigación que en ellas se realiza. Haremos también una breve descripción de la recién creada maestría en comunicación del ITESO y de lo que se espera de ella. Veremos que muchos de los problemas que encontramos con respecto a la enseñanza e investigación de la comunicación en México y Latinoamérica, se aplican en grados variables a las escuelas locales. Finalmente, a partir de esta información y del contexto más amplio que hemos desarrollado en la sección anterior, haremos algunas reflexiones relevantes a las posibilidades de que la Universidad de Guadalajara tenga una participación activa en el plano de la enseñanza e investigación sobre comunicación en nuestra región.

UNIVA. La Universidad del Valle de Atemajac ha crecido en los últimos años en una forma impresionante, debido al parecer al apoyo conjunto del clero y de un grupo de empresarios "modernos" de Jalisco. Comenzó a instancias del Arzobispo José Garibi Rivera como Instituto Pío XII, reforzando los programas de formación en ciencias religiosas del Seminario de Guadalajara hacia la segunda mitad de los años cincuenta. En 1958 se impartían, además de las materias de índole religiosa y humanística, solamente tres asignaturas propiamente periodísticas: "El Periodismo Profesional", "La Prensa en México", y "Técnicas del Reportaje".⁵ Para la década de los sesenta y principios de los setenta, el Instituto Pío XII, convertido en Instituto Superior Autónomo de Occidente (ISAO), ofrece ya la carrera de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, entre otras más de corte administrativo. Probablemente una inyección financiera importante contribuye a que el ISAO alquile las instalaciones del Colegio Guadalajara, para utilizarlas en los turnos vespertino y nocturno, ahora como Instituto Superior del Valle de Atemajac (ISVA), entre 1977 y 1978. Las carreras se expanden por la línea administrativa, filosófica y de las humanidades. La carrera de ciencias y técnicas de la comunicación recibe un apoyo importante, entre otras razones porque tiene una demanda considerable. Durante esta etapa la institución presentaba un perfil interesante, pues al ofrecer carreras en horario nocturno, y cobrando mucho menos por colegiaturas que las otras universidades privadas (lo que ya no ocurre), cubría un segmento de la demanda de educación superior compuesto por gentes de clase media y media baja que trabajan. Una gran proporción de los estudiantes estaba compuesta por personas de edades relativamente avanzadas con relación

⁵ Información proporcionada por un funcionario de la universidad.

al promedio para iniciar estudios universitarios (alrededor de los treinta). Esta misma característica principal de la demanda (estudiantes que trabajaban en su mayoría) obligaba al mismo tiempo a mantener el nivel de exigencias académicas al mínimo. De hecho, la UNIVA nunca se ha caracterizado por un alto nivel académico. En 1979, la Secretaría de Educación Pública otorga a la Universidad del Valle de Atemajac el reconocimiento de validez para los estudios, lo que marca un salto cualitativo (y cuantitativo) importante.

Es nuestra hipótesis que en el período de transición ISAO-ISVA-UNIVA, los directivos de la institución descubrieron que la educación superior puede ser un *gran negocio*, y que ese criterio diferencia a la UNIVA de las otras dos universidades privadas, para las cuales el factor ideológico y de preparación de cuadros congruentes con modelos determinados, empresariales y políticos, sería el principal (aunque no el único) móvil de su desarrollo. Esto no quiere decir que la UNIVA no tenga una ideología religiosa y empresarial de corte conservador como base, dado su origen y desarrollo reciente, y que no tenga una cierta estrategia, así sea implícita, de preparación de profesionistas para cubrir ciertas necesidades del sector empresarial que la apoya, *sino que el factor que más pesaría en su desarrollo actual sería la concepción de la educación como negocio* (la que en el caso de la UAG y el ITESO no desaparece, sino que estaría subordinada al otro factor). A partir de 1979, la UNIVA se expande a otro local rentado (manteniendo el del Colegio Guadalajara) y se comienzan los planes para la construcción del *campus* que ahora se levanta en las afueras de Guadalajara.

A mediados de 1985, la escuela de comunicación tenía 348 alumnos inscritos, 123 en el turno vespertino, 137 en el nocturno, y 88 en el matutino, que comenzó a funcionar en septiembre de 1984. Han egresado 770 personas⁶ de la carrera desde sus inicios, de los cuales solamente 17 (2.2%) se han titulado. En el informe de FELAFACS (*op.cit*) se reporta que la UNIVA tiene cuatro laboratorios y un taller para cumplir con su labor docente, pero no se indica que cuenten con biblioteca (ni especializada ni general). No sabemos qué tipo de laboratorios tiene esta escuela, pero por comentarios de algunos alumnos parece ser que no son muy sofisticados. En 1984 se reportaban 27 profesores, lo que da una relación estudiantes/profesores de 12.8 a uno, la más alta de las tres instituciones de enseñanza de la comunicación en Jalisco. Al parecer, el

⁶ Es la cifra que se nos dio directamente, pues en el último documento del CONEICC se da la cifra de 294 y en el documento de FELAFACS se maneja la cifra de 1,000 egresados.

principal problema que continuamente enfrenta esta escuela es el de la escasez de profesores, los que con mucha frecuencia consiguen de los pasantes recién egresados del ITESO, de algunos de sus propios egresados, y algunas veces de los profesionales "empíricos" de los medios.

El objetivo de la carrera de ciencias y técnicas de la comunicación de la UNIVA, según se explicita en un folleto informativo, es el de:

Formar hombres con capacidad para analizar, investigar y aplicar habilidades y conocimientos adquiridos. Esto se logra a través del conocimiento y manejo profesional de los diferentes medios de comunicación visuales, auditivos y otros.

El objetivo es muy general y vago, pero es claro en cuanto a la falta de compromiso social. Se habla solamente de otorgar habilidades a los individuos para el manejo de medios no especificados con claridad. Las áreas de especialización indicadas por la UNIVA en el reporte de FELAFACS sobre la formación universitaria de comunicadores sociales en Latinoamérica eran: periodismo, publicidad, radio, televisión, investigación. Notemos que áreas como el periodismo, la radio y la televisión, precisan de laboratorios adecuados para las prácticas de los alumnos, de los que carece la escuela en cuestión. Lo interesante sería cotejar tales áreas de especialización con los campos en los que se desenvuelven sus egresados, pero no hay datos sistemáticos. La institución misma tiene datos sobre 49 de sus 770 egresados (solamente 6.3% del total), desde luego, de entre los que sí tienen trabajo; de estos 49, veinte (41%) trabajan en radio y TV, la mayoría en la radio; 16 (33%) trabajan en el sector público, principalmente en labores de relaciones públicas; y 13 (26%) laboran en el sector privado, en tareas de relaciones públicas y comunicación organizacional. Por lo menos con respecto a aquellos sobre los que se cuenta con información laboral, no parece haber muchas correspondencias entre las áreas de especialización declaradas y la ubicación de los egresados. El periodismo, la publicidad y la investigación están virtualmente ausentes del campo de trabajo.

Con respecto a la investigación, un directivo de la escuela de comunicación de la UNIVA nos comentó que la institución ha decidido que no le interesa ya impulsarla, por lo que al parecer se resignan a ser meros consumidores y retransmisores de información. El único intento que ha habido de realizar investigación sobre comunicación en la UNIVA ocurrió cuando, en 1978, el entonces director de la escuela de comunicación encargó a un profesor, quien estaba por irse a estudiar un postgrado al extranjero, que elaborara un proyecto para un centro de investi-

gaciones. Tal proyecto le interesó al rector quien apoyó la idea y se instituyó el centro, pero al irse el originador del proyecto y no habiéndolo quien lo instrumentara realmente, el centro de investigaciones quedó propiamente en el papel durante un par de años y finalmente fue "archivado".

En los medios académicos, la UNIVA no tiene proyección como institución de calidad. Sin embargo, es de tenerse en cuenta el impacto cuantitativo que está teniendo cada vez más a través de sus egresados, que están inundando el mercado de trabajo. Dado el plan de nueve cuatrimestres que tiene la escuela de comunicación, es factible egresar de ella en tres o tres y medio años, pues mientras las otras universidades tienen vacaciones, la UNIVA prosigue sus cursos. Si a esto aunamos el hecho de que la escuela de comunicación de la UNIVA es la que está captando un mayor número de alumnos de entre las que hay en Guadalajara, daremos cuenta de que literalmente está inundando paulatinamente con sus egresados el mercado de trabajo. Sería función de un estudio más específico el analizar el impacto social e individual que está teniendo esta "producción en masa" de licenciados en ciencias y técnicas de la comunicación (y al parecer, respecto a todas las demás carreras que ofrece la UNIVA).

Universidad Autónoma de Guadalajara. Es conocido el origen de la UAG, como reacción de grupos conservadores y protofascistas a la opción de educación superior de corte popular y socialista que para los años treinta ofrecía la Universidad de Guadalajara. La UAG, establecida en 1935, es la más antigua universidad privada de México, y en términos cuantitativos es en la actualidad la segunda en tamaño de nuestro estado, después de la Universidad de Guadalajara. A pesar de que se conocen ligas con el clero, incluyendo en un principio la colaboración de la Compañía de Jesús con "la Autónoma", más que una orientación religiosa es una orientación ideológica y política la que es claramente reconocible en su desarrollo. A partir de la segunda mitad de los cincuenta, la UAG emprendió una campaña de "modernización", que básicamente consistió en establecer lazos con Universidades y fundaciones estadounidenses, con el apoyo del propio Departamento de Estado norteamericano, de donde diversificó sus fuentes de asesoría y, principalmente, de financiamiento (González, 1984). Hoy en día, la Universidad Autónoma de Guadalajara cuenta con un gran *campus* al estilo de las universidades norteamericanas, con modernas instalaciones y con un gran porcentaje de sus profesores ostentando postgrados de las univer-

sidades estadounidenses con las que desde los años sesenta mantiene relaciones de intercambio. Su escuela de medicina es conocida porque capta estudiantes en su mayoría extranjeros (norteamericanos y centroamericanos, principalmente) y le genera grandes ingresos.

La escuela de Periodismo y Comunicación Colectiva de la UAG comenzó cursos de manera informal en 1970 y ya oficialmente en 1972. La carrera de licenciado en periodismo y comunicación colectiva, que inició en ese entonces, terminó en 1982, habiendo producido 73 egresados, de los cuales 13 (18%) se han titulado. La carrera de licenciado en ciencias de la comunicación se inició en 1978 y prosigue hasta la fecha, con 150 egresados, de los cuales al parecer ninguno está titulado. Del total de egresados (223) desde la fundación de la escuela, entonces, solamente se han titulado el 8%. Teniendo en cuenta que desconocemos la tasa de deserción para los dos períodos, notaremos de cualquier manera que el cambio de "periodismo y comunicación colectiva" a "ciencias de la comunicación" parece haber producido una mayor demanda por los estudios, a juzgar por el mayor número de egresados de la segunda, en un menor periodo de tiempo. En 1984 reportaban tener 350 estudiantes inscritos, con una planta de profesores de 40, una relación de 8.7 a uno. En el informe de FELAFACS (*op. cit.*) se indicaba que, como recursos de enseñanza, la UAG contaba con dos laboratorios y una biblioteca general. Este reporte ignoró que, también, la escuela cuenta con un periódico de distribución masiva, el *Ocho Columnas*. Es sabido que el equipo con el que se inició el periódico durante los años setenta fue la donación, por parte del coronel García Valseca a la escuela de periodismo, de las rotativas enteras del periódico *El Occidental*, cuando éste se modernizó. Durante algunos años el *Ocho Columnas* circuló sólo internamente, pero luego decidieron que las prácticas de los estudiantes, más la colaboración de algunos profesionales e ideólogos, podían constituir un medio ideal para que la UAG incidiera directamente en la sociedad civil.

La única definición que nos fue accesible sobre el objetivo de la escuela de ciencias de la comunicación de la UAG proviene del folleto que se entrega a los aspirantes:

La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Guadalajara, ofrece las carreras de Licenciado en Ciencias de la Comunicación y de Técnico Profesional en Comunicación, para formar profesionales capaces de actuar en los campos de la información, la opinión y la investigación, así como en los procesos comunicativos de la educación, la ciencia y la cultura.

Si bien este pronunciamiento es similar al que hemos visto de la UNIVA, en que transluce la falta de compromiso social, más que individual, hay un elemento explícito que creemos relevante notar: se hace referencia al campo de la opinión, lo que es fácilmente relacionable con la incidencia sobre la opinión pública que continuamente ha buscado la Universidad Autónoma de Guadalajara, para proyectar sus concepciones fascistas y antinacionalistas. Nuestra hipótesis es que la carrera de comunicación de esta universidad es parte de la estrategia más amplia de extensión ideológica de la institución.

Como campos de acción de la carrera, se enuncian en la misma fuente una gama amplia de ellos: periódicos, revistas e industria editorial; radiodifusoras; televisoras; institutos de opinión pública; empresas de publicidad, propaganda y relaciones públicas; industria cinematográfica; instituciones de enseñanza primaria, media y superior. Es decir, se producen "todólogos", si recordamos el problema de la definición de los niveles que abordamos al final de la primera sección de este escrito. No es posible saber cómo se aborda la instrucción concreta para lograr sus objetivos mediante el plan de estudios, pues debido a que la UNAM es la que le otorga validez oficial, se ha impuesto nominalmente el mismo plan de estudios de la escuela de comunicación de la UNAM. Desde luego, lo difícil de averiguar es qué se enseña efectivamente, pues sería totalmente increíble que la UAG tomara en serio materias como "Formación Social Mexicana I, II y III", con la clara connotación del análisis marxista. Por otra parte, tampoco hay datos firmes sobre la articulación de los egresados de esta escuela al mercado de trabajo. En un estudio sobre la formación de periodistas en México (Baldivia, 1981), se indica que los egresados de la UAG "trabajan en prensa, 40%; radio, 40%; relaciones públicas, 20%; docencia, 7%" (p. 66). Un problema de detalle es que estas cifras suman un 107%, pero dan una idea mediana de que hay algún grado de congruencia entre las principales áreas de trabajo y los "campos de acción" que la misma escuela declara para sus egresados. Por otra parte, se sabe que los egresados y pasantes de comunicación de la UAG tienen puertas abiertas en ciertos medios de difusión de regular influencia en la región, como los noticiarios del Canal 4 y en la red nacional radiofónica de Notisistema, pero habría que producir mucha más información al respecto. Podría ser que, mediante convenios con los medios aludidos, la escuela de ciencias de la comunicación supla las carencias de estudios "reales" para las prácticas profesionales de sus estudiantes. Se sabe también que gentes de la UAG son

quienes editan la sección local de *Teleguía*, una de las revistas de más circulación en el país y probablemente también en nuestra región.

En el campo de la investigación, no se sabe que se realice nada de manera sistemática en esta escuela. Hubo en 1973 una investigación descriptiva de gran valor en tanto que nada similar se había hecho (ni se ha vuelto a hacer, que sepamos, hasta la fecha por parte de las escuelas de comunicación jaliscienses): un profesor visitante norteamericano movilizó a un gran número de estudiantes de un curso de metodología que él impartía, para realizar una encuesta sobre el uso que en el área metropolitana de Guadalajara, se hacía de los diversos medios de difusión masiva. Esta encuesta arrojó datos útiles e interesantes, pero es aparentemente un intento aislado que no ha sido repetido ni por la UAG ni por ninguna otra institución académica (llegando la investigación hasta una publicación, pues en el ITESO hubo una experiencia similar en los años setenta con un profesor alemán, que no llegó ni a la etapa de análisis de datos). Por otra parte, como indicamos este esfuerzo fue netamente de carácter descriptivo y no tuvo ninguna aportación en el plano analítico y explicativo. Así, al parecer, también esta escuela se resigna a transmitir lo que se sabe de los fenómenos y procesos de comunicación en otras partes, sin producir sistemáticamente conocimiento sobre su entorno inmediato y campo de influencia. Si bien por los recursos que maneja gracias a sus diversas fuentes nacionales y transnacionales de apoyo financiero, la UAG mantiene en general cierto prestigio de nivel académico (subordinado a la ideología de la institución), la escuela de comunicación de esta universidad no se ha destacado por contribuciones importantes en este campo.

ITESO. Aunque podría señalarse como antecedente para la creación del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente la fundación, por parte de la Compañía de Jesús en 1943, del Centro Cultural Universitario (después Universidad Iberoamericana) en la ciudad de México, parece ser que los jesuitas no fueron quienes tuvieron la iniciativa para establecerlo. Al parecer fue un grupo de empresarios tapatíos con ideas democristianas, insatisfechos con el desarrollo de la Universidad Autónoma de Guadalajara y apoyados en un principio por los empresarios regiomontanos que crearon el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, quienes impulsaron la creación del ITESO, a imagen y semejanza del ITESM (González, 1984). Si bien desde el principio se invitó a los jesuitas a colaborar en la empresa, éstos no lo hicieron más que de forma extraoficial desde 1958 hasta 1965, cuando for-

maron parte ya de la junta de gobierno del ITESO (Guerrero y Nuñez, 1985). Sin embargo, es claro que los empresarios jaliscienses no aceptaron el apoyo directo del ITESM, pero siempre contaron con la simpatía y el apoyo de la compañía de Jesús y del propio Arzobispo de Guadalajara, José Garibi Rivera. Recién establecido el ITESO, los “tecos” (la facción más belicosa de la UAG) atacaron sus instalaciones y emprendieron una campaña de difamación en diversos medios, incluyendo visitas del Dr. Luis Garibay, entonces secretario de la UAG, al Vaticano para impedir que el ITESO se consolidara como universidad cristiana. Estimamos conveniente subrayar que la rivalidad entre el ITESO y la UAG aún continúa, y que ésta no es solamente en el plano académico, sino ideológico y político. Es importante dar cuenta de las diferencias, pues a pesar de ser universidades privadas ambas, sus proyectos empresariales y políticos son divergentes y no se les puede medir con la misma vara.

La Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO se abrió en 1967 con 31 estudiantes y siete maestros. Su primer director y fundador fue el señor Robert McMahon, y su fuente directa de inspiración, la carrera de ciencias y técnicas de la información que desde 1960 operaba en la Universidad Iberoamericana. Durante los primeros años, una gran proporción de los estudiantes fueron seminaristas jesuitas, pero poco a poco se creó una mayor demanda “externa”. Durante los primeros años de existencia de esta escuela de comunicación se sumaron al cuerpo de profesores algunos jesuitas de la facción “progresista”, entre los cuales se encontraba el doctor Raúl Mora, quien fue nombrado al poco tiempo rector del ITESO. Durante este tiempo la escuela adquirió cierta orientación crítica de corte humanista. Dado el prestigio educativo de los jesuitas, esta escuela es la que ha proyectado un mayor nivel académico de las tres de comunicación en nuestra región. En un principio, el acento de la instrucción que impartía la escuela de ciencias de la comunicación fue sobre el manejo de los medios de comunicación masiva, pero poco a poco y tras de una crisis de identidad en los años setenta, el énfasis pasó hacia el plano teórico, que aun hoy en día predomina, a pesar de un “practicismo” declarado. Es paradójico que, cuando la escuela más careció de estudios y laboratorios en su primera etapa, la instrucción se dirigía hacia el manejo práctico de los medios, y ahora que cuenta con laboratorios —aún modestos, pero mucho mejores que los equipos anteriores—, éstos ya no son tan importantes dentro de sus prioridades actuales de formación. El gran problema que se encuentra con el énfasis teórico actual es que, porque nunca ha podido esta escuela establecer un mecanismo que impulse la investigación concreta, los alum-

nos egresan con cierto sesgo "cientificista" pero incompleto, pues no adquieren habilidades mínimas para realizar investigación social científica en el campo de la comunicación.

En 1984, la escuela de comunicación del ITESO tenía 236 estudiantes inscritos, con 44 profesores, una razón de 5.4 a uno (la más baja de las tres escuelas tapatías). Se calculaban 477 egresados, con 175 titulados. De estos últimos, la gran mayoría recibieron el título del ITESO, sin reconocimiento oficial, hasta 1976, y serán una treintena los que han recibido el título validado por la Secretaría de Educación Pública, que reconoció los estudios de esta escuela en 1975. Habrá que notar que a los titulados anteriores se les exige ahora que presenten tesis para recibir el título de la SEP, por lo que el número de 175 titulados que indicaban en 1984 es problemático. Entre los recursos físicos que reportaba el ITESO tener en esta escuela, en el informe de FELAFACS de 1983, están cinco laboratorios, una biblioteca general y un centro de documentación. Este último no es propio, pues se trata del Centro de Documentación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Cabe decir que bajo la responsabilidad del ITESO se ha cuidado y ampliado este centro de documentación, valioso recurso para la investigación, pero no es cabalmente utilizado como recurso integral del proceso de enseñanza-aprendizaje de la escuela. Los laboratorios, según un documento oficial, "han sufrido crónicamente escasez de recursos" (Fuentes Navarro, 1984). Si bien en la planta de profesores hay varios doctorados (ninguno en comunicación), y algunos *masters* (sólo uno en comunicación, no titulado), muchos de ellos son jesuitas de edad avanzada, algunos de los cuales probablemente pronto se retirarán. Una fuente constante de profesores son los propios egresados de la escuela, algunos con experiencia profesional o docente externa, algunos recién egresados. Aunque no tan grave como en el caso de la UNIVA, se reconoce que un problema importante de la escuela de comunicación del ITESO es la atracción y *retención* de profesores con un nivel aceptable. En este sentido, esta escuela ha tenido diversas "altas y bajas" en la composición de su profesorado a través de los años.

El objetivo formal de la escuela del ITESO es:

... suscitar una conversión valoral en sus miembros a través de una formación integral que los capacite para conocer e integrar *científicamente* las teorías y técnicas de la comunicación, para analizar *críticamente* los fenómenos comunicativos y para diseñar y producir *creativamente* procesos de comunicación,

ubicándolos en el entorno sociocultural en el que se dan, con el fin de que participen como profesionales de la comunicación en la transformación de las estructuras sociales en concordancia con los valores que inspiran las Orientaciones Fundamentales del ITESO (1982).

Las mencionadas Orientaciones Fundamentales del ITESO constituyen un planteamiento de corte crítico demócrata-cristiano, llenas de ambigüedades en virtud del entorno empresarial en que se inserta el llamado al "cambio de estructuras". Si bien el objetivo explicitado oficialmente tiene elementos interesantes en las dimensiones científica, crítica y creativa, la manera de concretizarlo en el "objeto de la carrera" lo difumina al caer en el "todologismo ampliado": "La Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO ha definido como objeto del ejercicio profesional de sus egresados el manejo de los procesos de la comunicación" (ibid, p. 9). Es decir, se plantea la formación de "todólogos", en una forma mucho más abstracta y por lo tanto más general que en el caso recién revisado de la UAG. Esto se comprueba en el documento de FELAFACS de 1983, cuando se indican las "áreas de énfasis" de esta escuela: comunicación educativa, comunicación política, comunicación popular, comunicación organizacional, teoría e investigación, medios de comunicación. Es decir, prácticamente todo de todo, pero en abstracto. Esto se refleja en la dispersión de los campos de trabajo de los egresados.

De acuerdo a datos de principios de 1984, los 476 egresados de la escuela de comunicación del ITESO se distribuían como se indica en el cuadro 3.

Podemos ver que una mayoría (36.7%) o están desempleados, o se dedican a otras actividades, o no se sabe de ellos. Enseguida, los campos más favorecidos son en instituciones oficiales y en el medio académico, siendo las empresas privadas el siguiente campo. Como puede verse en el cuadro, una mínima parte de los egresados del ITESO trabajan en los medios de comunicación. Regresando nuevamente al problema de la multiplicidad de posibles campos de análisis y de actuación profesional de los "comunicólogos", nos preguntamos si una instrucción "todologista" que dispersa tanto las posibilidades de acción de los estudiantes, puede proporcionar algún grado de profundidad en algún área, o que otorgue habilidades mínimas que permitan al estudiante ubicarse con facilidad en un campo específico de trabajo, con actitud —y capacidad— verdaderamente transformadora. Por cierto, en una encuesta recientemente realizada por estudiantes de esa escuela, se encuentra que, de una

CUADRO 3

Campos de Trabajo, Egresados de Comunicación del ITESO

<i>Campo de trabajo</i>	<i>Núm.</i>	<i>Porcentaje</i>
Medios Masivos (Cine, TV, Radio, Prensa)	33	6.9
Publicidad, artes, espectáculos	21	4.4
Empresas Privadas (Cámaras, Industrias)	51	10.7
Instituciones Oficiales y Gubernamentales	68	14.3
Promoción Popular organizada	15	3.1
Academia (Docencia, investigación, postgrados)	68	14.3
Producción-Servicios independientes	45	9.4
Otras actividades, desempleo y datos desconocidos	175	36.7

Fuente: Fuentes N., Raúl (1984): "Escuela de Ciencias de la Comunicación. Notas para una Reflexión Valorativa 1978-1983", Anexo 8.

muestra de egresados de la carrera, que residen en el área metropolitana de Guadalajara, el promedio de ingresos durante 1984 era de \$58,365.00 mensuales, alrededor de dos salarios mínimos de la época.⁷ Este nivel de sueldos parece bajo, dada la inversión personal o familiar que implica este tipo de educación privada y las expectativas que un profesionista puede tener en nuestro medio con un grado de licenciatura.

Dado el sesgo "cientificista" ya mencionado, que se comprueba al encontrar una alta proporción de egresados trabajando en instituciones educativas y académicas (33.7% de los que residen en Guadalajara), podría esperarse un énfasis especial en las labores de investigación por parte de esta escuela. En el papel existe tal énfasis, pero no se ha traducido nunca en un proceso continuo, institucional, de investigación científica (es decir, hecha o por lo menos dirigida por investigadores "profesionales"), que sirva de base al proceso de enseñanza-aprendizaje. No es suficiente que el plan de estudios tenga dos cursos de estadística y dos de investigación, si ni siquiera están adecuados entre sí y con el resto de las materias. Después de varios años de discutirse la necesidad de esta-

⁷ Boletín Informativo ITESO, Núm. 185, enero de 1985, p. 5.

blecer lo que en esa institución llaman "investigación institucional" (es decir, apoyada por la institución, a realizarse independientemente de las actividades docentes), lo más cerca que hasta el momento han estado de instituirlo fue cuando en 1984 nombraron a un "coordinador de investigación institucional" a quien, en sus propias palabras, todo el "apoyo institucional" que se le dio fue un cubículo, ni siquiera una máquina de escribir, y nada más. Esta persona intentó despertar entre el cuerpo de profesores el interés por participar en la llamada investigación institucional, no habiendo uno solo que respondiera. Es decir, salvo algunos trabajos aislados que realizan los alumnos y alguna tesis aislada hecha con esmero y bien asesorada, no hay en realidad todavía nada que pueda propiamente llamarse investigación científica de la comunicación en el ITESO.⁸

En julio de 1985 se inició la maestría en comunicación del ITESO, primer postgrado de la especialidad que se implanta en nuestra región. Aparentemente, el programa de maestría no está ligado formalmente a la escuela de ciencias de la comunicación, sino que depende directamente de la rectoría del ITESO, por vía de la Secretaría Académica (el secretario académico es al mismo tiempo el director de la maestría). Dado que al momento de escribir esto el programa mencionado es demasiado reciente, no se puede todavía decir qué es, cómo funciona y menos qué resultados ha logrado. Haremos una síntesis de lo que se propone lograr este postgrado, a partir de los documentos accesibles y de informaciones obtenidas directamente.

Como suele suceder en la mayoría de planteamientos de la escuela de comunicación del ITESO, el programa de maestría pone a la investigación de la comunicación en un lugar prioritario. Veamos los objetivos institucionales:

- Impulsar la investigación de la comunicación como condición necesaria para la comprensión teórica del fenómeno y la definición e instrumentación de las alternativas comunicacionales que el país demanda.
- La formación de recursos humanos, teórica, metodológica y técnicamente capacitados, que desde una actitud crítica y de servicio impulsen la transformación de las estructuras comunicacionales del país a través de la investigación, el desempeño docente y la búsqueda y aplicación de respuestas innovadoras en el ejercicio profesional.

⁸ Esto, a pesar de buenos deseos frecuentemente expresados por sus funcionarios. Véase, por ejemplo, Luna y Fuentes (1982).

- La socialización del conocimiento generado, la apertura de espacios para el análisis y la discusión de los problemas nacionales y regionales de comunicación, y el servicio directo a la comunidad poniendo a su disposición los recursos profesionales e intelectuales de la maestría.

Se nota de inmediato que, a pesar de mencionarse el "ejercicio profesional", el principal acento de los objetivos recién transcritos está en la preparación de investigadores y docentes. Esto se corrobora en la lectura del plan de estudios, que tiene una carga metodológica y teórica muy fuerte. Salvo el caso de dos cursos de planificación de la comunicación y los eventuales contenidos de cinco optativas (donde podría haber elementos "aplicados"), hay once materias directamente relacionadas con la teoría y/o la investigación de diversos aspectos y ámbitos de la comunicación social. El objeto académico se plantea de una manera muy abstracta y general:

La maestría en comunicación del ITESO define como núcleo central de su objeto académico el proceso de producción de sentido entre sujetos sociales a través del intercambio de mensajes, en los ámbitos institucional y colectivo.

De los niveles descritos en la parte final de la primera sección de este documento, pues, se escogen "los ámbitos institucional y colectivo". Es decir, suponemos que se privilegiará la comunicación institucional (que puede ir desde las relaciones públicas y la publicidad hasta la comunicación organizacional), y la comunicación colectiva (que puede referirse desde al estudio de las culturas populares hasta el de los medios de difusión masiva).

El aspecto interesante que habrá que esperar cómo se resuelve en este postgrado será el cómo se instrumenta una preparación eminentemente metodológica y basada en la investigación, en un medio ambiente en el que *no se realiza investigación*, impartida por profesores que *no practican lo que enseñarán* (a partir de lo poco que conocemos de la planta de profesores del programa, donde por el momento no hay un solo investigador de la comunicación realmente activo). Si bien varios de los profesores de la licenciatura en comunicación del ITESO son ahora alumnos del programa de maestría, y sus trabajos de tesis los plantean como parte de la "investigación institucional", seguimos considerando que no hay investigación *profesional*, realizada por investigadores que no tengan que estar al mismo tiempo dando (y recibiendo además, en este caso) clases y atendiendo otras responsabilidades administrativas.

ALGUNAS CONCLUSIONES SOBRE LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN JALISCO

A partir del análisis que hemos realizado sobre la enseñanza y la investigación de la comunicación en Latinoamérica, en México y en Jalisco, podemos llegar a algunos puntos concretos que nos sirven como primer diagnóstico de la situación del objeto analizado en los tres niveles geográficos. Creemos que hay muchos puntos en común con respecto a los desarrollos más generales que hay que tomar en cuenta cuando se piensa en el estado de la enseñanza y la investigación sobre comunicación en nuestra región. Hay, por otra parte, elementos de aquellos desarrollos más generales que nos deben servir como puntos de referencia al pensar en generar nuevas aportaciones en esta área.

1. *Crecimiento anárquico y concentrado.* Tanto la investigación como los centros de enseñanza de comunicación, pero especialmente estos últimos, han crecido en América Latina y en México en una forma acelerada y desordenada, concentrando y centralizando geográficamente (a partir de bases económico-políticas) los planteles de enseñanza. En nuestra región hay una ciudad cercana (León, Gto.) que cuenta al igual que Guadalajara con tres escuelas de comunicación. Si bien hemos visto que, con respecto al total nacional, en nuestra ciudad se concentra más o menos la misma proporción de escuelas y de estudiantes (alrededor del 6% en ambos casos), habrá que ser cuidadosos en pensar que eso quiere decir que "todavía hay campo", especialmente respecto al mercado de trabajo (tanto real como potencial), para una escuela pública, que seguramente en poco tiempo absorbería masivamente estudiantes, para quizá igualar el caso de Monterrey, donde cerca de una cuarta parte de los estudiantes de comunicación de México a nivel licenciatura se ubican en cuatro universidades (aunque la mayoría concentrados en

una, la Universidad Autónoma de Nuevo León). Si no hay una planeación previa, *basada en la investigación concreta sobre las necesidades sociales reales que se desea satisfacer*, una nueva escuela de comunicación podría muy bien crear más problemas de los que estaría resolviendo.

2. *Falta de recursos humanos, financieros y materiales.* Hemos corroborado que este problema se presenta en Latinoamérica, en México y en Jalisco. Las escuelas de comunicación tienden a operar enseñando teóricamente las asignaturas aplicadas, en virtud de la carencia de equipos y laboratorios adecuados para efectivamente permitir el dominio relativo de las herramientas de trabajo del comunicador. Otro problema serio es la escasez de personal medianamente capaz en el manejo de medios de comunicación, y mínimamente capacitado para enseñar. Aun mayor es la escasez de investigadores y planificadores que a su vez puedan transmitir sus conocimientos en un aula.

3. *Diversidad y dispersión de los campos de acción profesional.* Consideramos claramente subterfugio este aspecto, que ha llevado al problema subsecuente de la dispersión de los objetos de las carreras de comunicación y de la falta de definición de los perfiles profesionales. La preparación de “todólogos” dentro del campo de la comunicación podría estar llevando al desperdicio irracional de recursos educativos, cuando se puede, mediante la investigación, ir identificando necesidades sociales concretas de comunicación que la enseñanza universitaria puede ayudar a resolver mediante la decisión de abordar áreas específicas *no cubiertas por las escuelas ya existentes* dentro de este campo.

4. *Mercado de trabajo.* En virtud de los problemas aludidos en los puntos anteriores, la mayoría de las evaluaciones (incluyendo ésta, para el caso de Jalisco especialmente) concluyen con el temor de que los mercados de trabajo tradicionales del sector de la comunicación social se están saturando. Lo contradictorio de la situación es que se reconoce que hay diversas áreas que emanan de necesidades sociales reales, para las que no existe personal capacitado, producido por la educación universitaria, que ayude a cubrirlas en una forma socialmente satisfactoria. Nuevamente, sólo con indagación sistemática se pueden identificar tales necesidades sociales, de la sociedad civil y también del sector educativo y estatal, que constituyen *demandas reales* de comunicadores/comunicólogos.

5. *Investigación de la comunicación.* Si bien hemos dado cuenta del crecimiento a nivel latinoamericano de la investigación sobre el sector de la comunicación social, hemos dado cuenta también de la insuficiencia de la investigación que se realiza en nuestro país. En nuestra región *no hay prácticamente nada de información previamente producida y sistematizada*, en virtud de que no hay virtualmente *nada* de investigación científica social sobre la comunicación. Paradójicamente, es más fácil encontrar investigadores de la comunicación activos en la Universidad de Guadalajara, en la que hasta la fecha no existe una escuela de comunicación a nivel licenciatura, y en El Colegio de Jalisco, que en las universidades que sí cuentan con escuelas de la especialidad. Desde el punto de vista del autor de este trabajo, la enorme carencia de investigación científica, sistemática, concreta, profesional, sobre los fenómenos, flujos y procesos comunicativos en nuestra región, es el punto de partida fundamental, de cuya resolución deben surgir cualesquier alternativas y opciones frescas, no viciadas y dependientes, en verdad transformadoras y revolucionarias.

REFERENCIAS

- ANTEZANA Villegas, Mauricio (1984): "La Errátil Circunstancia de las Ciencias de la Comunicación" en Fátima Fernández C. y Margarita Yepes (comps.): *Comunicación y Teoría Social*. México: UNAM.
- BALDIVIA Urdininea, José (1981): "La Formación de los Periodistas en México" en J. Baldivia et al: *La Formación de los Periodistas en América Latina*. México: CEESTEM/Nueva Imagen.
- BELTRAN, Luis Ramiro (s/f): "Estado y Perspectivas de la Investigación en Comunicación Social en América Latina", Fotocopia, s/d.
- (1976): "Alien Premises, Objects and Methods in Latin American Communication Research" en E.M. Rogers (comp.): *Communication and Development: Critical Perspectives*. Beverly Hills: SAGE.
- CALETTI, Rubén Sergio (1983): "Reflexiones sobre Teoría y Cambio Social" en *Comunicación y Cultura*, No. 10, Agosto.
- CIESPAL (1974): "Seminario sobre La Investigación de la Comunicación en América Latina" en *Lenguajes*, Año. 1, No. 1. Abril.
- (1979): "La Comunicación Social y el Desarrollo Integral de América Latina: Diagnóstico de Situación y Areas de Trabajo", en *La Educación*, Año XXIV, No. 94.
- CONEICC (1984): *Catálogo General del Centro Coneicc de Documentación sobre Comunicación en Mexico*. Guadalajara: CONEICC.
- CORRAL Corral, Manuel (1982): *La Ciencia de la Comunicación en México: Origen, Desarrollo y Situación Actual*. México: Cuadernos del Ticom, No. 15, UAM-X.
- FELAFACS (1983): *La Formación Profesional de Comunicadores Sociales en América Latina - Pregrados Postgrados. 1984-1985*. Bogotá: FELAFACS.
- (1983): *La Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en América Latina*. Guadalajara: FELAFACS/COFE-ITESO.
- FUENTES Navarro, R. y LUNA C., Carlos (1985): "La Investigación y los Postgrados de Comunicación en México ¿Centralismo o Dispersión?" México: Ponencia presentada en la III Reunión Nacional de Investigadores de la Comunicación, AMIC, Marzo.

- FUENTES Navarro, R. y LUNA C., Carlos (1984): "Maestría en Comunicación del ITESO. Fundamentación y Diseño Académico". ITESO: Documento Interno.
- FUENTES Navarro, Raúl (1984): "Escuela de Ciencias de la Comunicación. Notas para una Reflexión Valorativa 1978-1983". ITESO: Documento interno.
- (1984): "Instituciones Dedicadas a la Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en México (1984). Niveles Licenciatura y Maestría". Guadalajara. CONEICC.
- GONZALEZ, Fabián (1984): "El Crecimiento de las Instituciones de Educación Superior en Jalisco", en *Foro Universitario*, Epoca II, No. 48, Noviembre.
- GUERRERO Anaya, Luis José y Fco. Nuñez de la P. (1985): "Los Antecedentes del ITESO" en *Renglones*, Año 1, No. 1, Febrero.
- ITESO (1983): "XV Aniversario de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Memoria de la Reunión General". ITESO: Publicación de Ciencias de la Comunicación, No. 10 (mayo).
- JARA E., J. RUBEN (1981): "Reporte de Investigación: Análisis de la Situación Actual de la Investigación Empírica de la Comunicación en México". México: *Comunicación - Algunos Temas* (Biblioteca CeNaPro-ARMO de Comunicación Social), Año I, Núms. 2, 3, 4.
- (1981): "Información Básica Sobre la Investigación de la Comunicación en México: Documentos, Instituciones, Publicaciones, Investigadores y un Análisis del Estado Actual de la Disciplina", en *ibid.*
- KATZEN, May (1975): *Mass Communication: Teaching and Studies at Universities*. París: The Unesco Press.
- LUNA Cortés, Carlos y FUENTES N. Raúl (1982): "La Investigación de la Comunicación en la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO". México: Ponencia presentada en la II Reunión Nacional de Investigadores de la Comunicación, AMIC.
- MARQUEZ de Melo, José (1975): "Evolution of the Communication Discipline in Brazil" en *Gazette*, Vol. XXI, No. 1.
- MARTIN, Jesús (1982): "Retos a la Investigación de la Comunicación" en *Comunicación y Cultura*, No. 9.
- NIXON, Raymond B. (1968): *Investigaciones Sobre Comunicación Colectiva*. Quito: CIESPAL.
- ORDOÑEZ Andrade, Marco (1979): "Las Condiciones Ideológicas y la Formación Profesional de Comunicadores en América Latina" en F. Reyes Matta *et al: Nuevo Orden Informativo y Enseñanza de la Comunicación*. México: UNAM, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, No. 6.
- PADILLA, Cristina (1983): *Investigaciones en Proceso, ITESO, 1982-1983*. Guadalajara: ITESO, *Huella* No. 4.
- PRIETO Castillo, Daniel (1983): "La Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en América Latina" en *Chasqui*, No. 8, Octubre-Diciembre.
- ROJAS Bravo, Gustavo (1978): "Notas sobre Investigación y Escuelas de Comunicación". México: Ponencia presentada en el Primer Encuentro Latinoamericano de Enseñanza de la Comunicación, UAM-X.

- ROJAS, Alberto (1983): "La Formación y la Práctica Profesional de los Recursos Humanos de la Comunicación Social" en varios: *Comunicación Social*. México: UAM.
- ROTA, Josep (1980): "Hacia un Nuevo Perfil del Comunicador Social Latinoamericano". Lima: Ponencia presentada en el II Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social.
- SANCHEZ, Joaquín (1984): "Formación Profesional de Comunicadores en América Latina" en *Chasqui*, No. 11, Julio-Septiembre.
- SOLIS Leree, Beatriz (1982); "Estado Actual y Tendencias de la Enseñanza de la Comunicación Social en México". Monterrey: Ponencia presentada en el II Encuentro CONEICC.
- (1983): "Notas sobre la Enseñanza de la Comunicación" en *Connotaciones*, No. 4.

*La enseñanza y la investigación de la comunicación
en Latinoamérica, en México y en Jalisco,*

se terminó de imprimir
en los talleres de Empresas Barba, S.A. de C.V.,
el día 20 de marzo de 1986.

El tiraje fue de 500 ejemplares
impresos sobre papel cultural de 50 kgs.

Coordinó la edición: *Pastora Rodríguez Aviñón*

La tipografía y diseño gráfico estuvieron a cargo
de Ideograma/Grupo de diseño,