

EN BUSCA DE UN PROYECTO INTEGRAL EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES

Javier Mier

En 1985 el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana inició un proceso de revisión curricular que reporta Luis Javier Mier en este artículo. Entre los objetivos trazados para la investigación se propuso el diseño de una estrategia y una metodología de planeación curricular de la licenciatura en comunicación, aplicar la estrategia y la metodología, y elaborar un plan de operación del plan de estudios resultante.

Las personas, tareas y administración, son elementos interrelacionados en esta labor, la administración tiene valor estratégico puesto que coordina personas y tareas. El autor dice que los diseños curriculares que existen son en su mayoría pretenciosos y carecen de coherencia en cuanto a la teoría y los objetivos.

De 1960 a 1980 la orientación para las mejoras curriculares era buscar universalidad y validez en todas las escuelas con un enfoque social ajustable al mercado de trabajo, pero se ha caído en el abuso de lo puramente retórico. En la estrategia se plantea la necesidad de olvidar un curriculum universal y buscar medidas que aporten soluciones satisfactorias para proponer objetivos y encontrar soluciones de acuerdo a las realidades y perspectivas específicas de las Facultades y Escuelas de Comunicación.

A principios de 1985 el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana inició el proceso formal de revisión de su curriculum de licenciatura. Como punto de partida se realizó la investigación que aquí se reporta. Su tema es la planeación curricular de la enseñanza de la comunicación; su objetivo coadyuvar a mejorar el curriculum de la licenciatura mediante la aplicación de la planeación estratégica.

1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Los objetivos específicos que se propuso lograr la investigación fueron:

- 1.1 Diseñar una estrategia y una metodología de planeación curricular aplicable a la formación profesional de comunicadores sociales en la Universidad Iberoamericana.
- 1.2 Elaborar un marco de reflexión que guía la revisión del curriculum de la licenciatura en comunicación de acuerdo a las características, tendencias y limitaciones de: 1) la profesión, 2) la disciplina c) la Universidad Iberoamericana d) su Departamento de Comunicación.
- 1.3 Realizar un diagnóstico de la situación actual a partir del marco de referencia.
- 1.4 Aplicar la estrategia y la metodología trazadas en la elaboración de un plan de estudios (propuesta académica) tomando en cuenta tanto el marco de referencia elaborado como los resultados del diagnóstico.
- 1.5 Elaborar un plan de operación de estudios resultante (propuesta administrativa).

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Importancia del curriculum

La lectura de la antología sobre planeación curricular que en 1985 editó el Centro de Didáctica de la Universidad Iberoamericana (1) permitió comprender que el curriculum, aplicado a la educación, es un término complejo que no puede definirse por uno de sus elementos, como generalmente se hizo durante más de la mitad del siglo. En efecto, un análisis de la antología mencionada permite identificar al menos tres tendencias que enfatizan un aspecto del problema educativo: los contenidos a enseñar (tradicional), las experiencias de aprendizaje (empírica) y los objetivos (pragmática)(2). Aunque cada una de ellas aporta un elemento que debe tomarse en cuenta, ninguna resulta satisfactoria más por lo que excluye que por lo que incluye. De ahí que los especialistas contemporáneos hayan abordado el problema de manera global, de modo que la definición no solamente considere un gran número de elementos, sino que también subraye la relación que debe haber entre ellos (3). Para algunos de esos especialistas el curriculum es un plan; para otros se trata de un sistema. Sin embargo –y aunque no se puede negar la importancia del plan de estudios o las ventajas del enfoque sistemático–, las definiciones encontradas ignoran la participación primordial que tienen los alumnos y profesores, quienes a fin de cuentas son los verdaderos actores del curriculum (4). Por esa razón y apoyándonos en la acepción etimológica del término (“carrera”, “caminata”, “jornada”), definimos

operacionalmente curriculum como un proceso de enseñanza-aprendizaje que forma a los estudiantes mediante la transmisión de valores, conocimientos y habilidades, de modo que estos se acerquen a los objetivos propuestos.

Fundamentamos dicha definición en las siguientes razones:

- a) Subraya que se trata de algo dinámico
- b) Toma en cuenta a los estudiantes y profesores como los actores principales de la educación, entendiendo a ésta en su acepción original de “reformación”(5).
- c) Indica que se trata de educación formal.
- d) Señala que tras el término hay una filosofía educativa, una teoría de la educación, una visión del mundo, un propósito de transformación valoral (enseñar a ser) y otro eficiente (enseñar a hacer).
- e) Incluye los objetivos, contenidos y experiencias de aprendizaje, pero sobre todo las relaciones.
- f) Conlleva la idea de progreso y etapas (plan).
- g) Enfatiza su carácter imperfecto.

Definido de esta manera, resulta evidente la importancia que el curriculum tiene en la enseñanza de la comunicación. Se trata de una organización en la que convergen numerosos problemas que es necesario intentar resolver de manera integral, no solamente para formar los profesionales que las necesidades comunicacionales demanda, sino también para impulsar la investigación y la difusión de la disciplina.

Así las cosas, mejorar el curriculum de la licenciatura en comunicación cobra una importancia capital para las escuelas, sobre todo si se consideran los cambios que el avance tecnológico está provocando en este campo y la agudización de los problemas sociales, culturales, económicos y políticos, causa de la crisis.

2.2 Importancia del plan de estudios

Mejorar el curriculum, sin embargo, es una tarea compleja, por lo que es necesario formular el problema con claridad y precisión, antes de adelantar soluciones.

Como hemos visto, en el curriculum intervienen una gran cantidad de elementos relacionados. Estos elementos los podemos agrupar en tres grandes tipos: personas (los alumnos y profesores, fundamentalmente) tareas (las oportunidades de aprendizaje organizadas en áreas, materias, proyectos...), y administración (la planeación, organización, dirección y control del desempleo de las personas que realizan las tareas) (4).

Ahora bien, dado que no es posible comprender a un tiempo acciones que mejores significativamente estos tres tipos de elementos, es necesario encontrar cuál de ellos tiene, en este momento, un valor estratégico o, en otras palabras, capacidad para lograr efectos en cascada.

En nuestra opinión, este tipo de elemento es el administrativo. Fundamentamos esta hipótesis en dos razones principales:

1. Al tener como función principal la coordinación de las personas y de las tareas, la administración tiene una incidencia directa en cada uno de los elementos que intervienen en el proceso educativo, por lo que mejorarla tendrá un efecto positivo en cada uno de ellos.
2. Diagnósticos como el auspiciado por la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) hacen evidente la debilidad administrativa de la mayoría de las escuelas. Esta debilidad puede constatarse por el simple hecho que casi todas ellas carecen de información suficiente sobre su propio curriculum (7).

Ahora bien, dentro del proceso administrativo juega un papel principal la planeación, en tanto que esta permite relacionar todos los elementos intervinientes en el curriculum, de modo que puedan alcanzarse resultados satisfactorios. De ahí que definamos el problema del mejoramiento del curriculum de la licenciatura en comunicación como un problema de planeación o, lo que es lo mismo, de diseño del plan de estudios.

En otras palabras, el curriculum es el proceso de mejorar y el plan de estudios el instrumento elegido para lograrlo.

2.3 Definición del problema

Los resultados de la investigación auspiciado por FELAFACS, así como otros estudios y la propia experiencia, permiten suponer que, en la mayoría de los casos, los planes de estudio han sido el producto de un proceso de toma de decisiones. Idealmente, dicen los expertos en administración, este proceso se compone de cuatro etapas:

- a) Definición del problema;
- b) Recopilación de toda la información pertinente;
- c) Formulación de las distintas opciones que se presentan;
- d) Evaluación de las opciones y toma de decisiones (8). Sin embargo, en la realidad rara vez este proceso de lleva a cabo de esta manera. Más bien lo común, sobre todo tratándose del diseño de planes de estudios, es que las decisiones sean producto de la improvisación y el voluntarismo.

Expliquémonos: En términos generales puede afirmarse que muchos de los planes de estudios han sido el producto de un proceso de toma de decisiones –llamado pomposamente investigación curricular- que se limita a considerar tres elementos:

1. Los objetivos de la carrera y el perfil del egresado (usualmente expresados retóricamente)
2. Las materias que hay que incluir
3. Los temas de dichas materias.

En el mejor de los casos las decisiones se toman en grupo, a partir de un diagnóstico que incluye: un análisis de las necesidades sociales (que pocas veces logra relacionarse con la carrera), una serie de supuestos sobre la profesión y la disciplina (más o menos afortunados) y una revisión de otros planes de estudio (obligadamente superficial)(9). En ocasiones se definen áreas, objetivos específicos de aprendizaje, aunque rara vez se hace de manera rigurosa y sistemática.

Todo esto aunado a la falta de seguimiento y de procedimientos administrativos da por resultado planes de estudios en los que generalmente no es probable encontrar coherencia entre los objetivos y la forma de lograrlos, independientemente que el perfil del egresado y las materias sean acertados (lo que tampoco es frecuente).

Así, resulta común encontrar diseños curriculares que se proponen formar planificadores de la comunicación en los que no se incluye una sola materia de planeación; perfiles que pretenden formar asesores de algo nivel de 22 años; científicos con grado de licenciatura; estrategias que tracen las políticas nacionales; comunicólogos que dirijan los medios; y, ¿por qué no? Revolucionarios que transforman la realidad toda. Común es también toparse con materias que fueron incluidas por seguir la moda (ya se habla de nuevas tecnologías, computación y telemáticas), o que solamente pueden dar quienes las diseñaron (dejamos que el lector liste sus propios ejemplos).

Sin embargo, sería un error pensar que la improvisación y el voluntarismo son una mera consecuencia de la irresponsabilidad y la falta de seriedad. Obedecen a causas más profundas. Veamos:

En los setentas la preocupación por mejorar los planes de estudios de las carreras de comunicación se centró en buscar la mejor alternativa o, en otras palabras, el curriculum ideal cuya universalidad lo hiciera válido para todas las escuelas.

En los setentas se agregó a esta orientación curricular –que Eisner y Vallance denominan “racionalismo académico”(10)- la necesidad de enfocar ese curriculum universal a la satisfacción de las necesidades sociales (ya fueran las del mercado de trabajo tradicional o las de las mayorías pauperizadas).

La primera orientación centraba el diseño en lo que debía enseñarse en una carrera de comunicación; la segunda (llamada por los autores citados “relevancia de la reconstrucción social”) (11) subordinaba ese saber al perfil del egresado. De ahí surgieron las dos preguntas básicas que han guiado el diseño curricular hasta la fecha:

1. ¿Cuál es el perfil del egresado que las escuelas deben proponerse formar para satisfacer las necesidades sociales?
2. ¿Cuáles son las materias que deben incluirse en el curriculum y en qué orden deben cursarse, para lograr los propósitos enunciados en el perfil?

En nuestra opinión, ambas preguntas –surgidas de la crítica de la conformación social y del afán por hacer de la comunicación una disciplina científica, respectivamente- coadyuvaron a conformar la base social y teórica de la carrera. Sin embargo, su abuso ha provocado que las decisiones sobre el curriculum hayan abandonado casi completamente el campo empírico para situarse en el meramente retórico. Este desprendimiento de la realidad ha sido el detonante, a nuestro juicio, de la improvisación y el voluntarismo que mencionamos anteriormente o, en palabras de Daniel Prieto, del verbalismo, la verborrea, el teoricismo y el tecnicismo que tanto daño han hecho en la enseñanza e investigación de la comunicación (12).

3. ESTRATEGIA Y METODOLOGÍA

3.1 Estrategia

Preguntarse cuál debe ser el perfil del egresado y qué es lo que debe enseñarse sigue siendo, desde luego, pertinente; pero insistir en ello como estrategia del diseño curricular parece inadecuado para superar los problemas que plantea la situación actual. En otras palabras, equivale a recetar las mismas medicinas cuando la enfermedad es otra.

Hoy en día la crisis, que es también crisis de las escuelas, ha hecho evidente que mejorar el plan de estudios de la carrera de comunicación es un problema complejo que no obedece a una sola causa ni admite una solución única y perdurable. Por el contrario, requiere de un nuevo tratamiento que enfoque la búsqueda de encontrar soluciones satisfactorias aunque no ideales.

Lo anterior significa que existe un curriculum universal para centrar los esfuerzos en trazar un curso de acción que sea satisfactorio o “suficientemente bueno”, como diría Herbert A. Simon, premio Nobel por su trabajo sobre la teoría de las decisiones.(13)

Ahora bien, para trazar este curso de acción consideramos necesario recurrir a la planeación estratégica (14) como el instrumento que permita: a) proponer objetivos fundamentados que orienten efectivamente la acción y que acorten la distancia entre lo deseado y lo posible: b) encontrar soluciones que permitan lograr un cumplimiento satisfactorio de dichos objetivos.

Todo esto mediante una estrategia que:

1. Analice la realidad comunicacional (que incluiría las necesidades y la situación de la disciplina y de la profesión) con el objeto de prevenir problemas y aprovechar oportunidades.
2. Analice la realidad de la propia escuela para identificar características, políticas, debilidades y puntos fuertes.
3. Contemple las perspectivas futuras.
4. Señale metas a corto, mediano y largo plazos.
5. Solucione los problemas por etapas.

3.2 Metodología

Para diseñar un plan de estudios no basta con trazar una estrategia sino que es necesario encontrar una metodología de planeación que guíe la toma de decisiones. Como tal se propone, adaptándola, la que han elaborado Díaz Barriga, Lule, Pacheco, Rojas y Saad.(15). De acuerdo con la metodología resultante, el plan de estudios debe contemplar y relacionar los siguientes elementos:

1. Fundamentación de la carrera
2. Objetivos generales y específicos
3. Perfil del egresado (qué es y qué sabe hacer)
4. Estructura académica
5. Organización

6. Programas de estudio

7. Procedimientos de operación, evaluación y control, incluyendo los recursos necesarios y la utilización de los mismos.

8. Las tareas a corto, mediano y largo plazo que habrá que realizar como resultado de lo planeado.

Todo esto mediante la consideración de cuatro criterios curriculares que necesariamente se tienen que tomar en cuenta y que deben atravesar todo el diseño: a) la profesional, las necesidades sociales que satisfacen y las que debería satisfacer, y el campo de trabajo (que incluye el mercado pero que no se limita a este último); b) la disciplina de la comunicación, su enseñanza, investigación y difusión; c) las características de la institución en la que el curriculum se desarrolla (filosofía educativa, estructura académica, etc.) d) La unidad que administra el plan. En consecuencia, no se trata de realizar un plan de estudios único y válido para todas las escuelas y todos los tiempos, sino de elaborar un curso de acción satisfactorio que sirva de guía para la tarea educativa.

Notas.-

1. Alvarado, Francisco y otros. "Antología sobre planeación curricular" (dos carpetas). Elaborada por el Centro de didáctica de la UIA para el Seminario sobre análisis y evaluación curricular, celebrado en esa institución en julio de 1985.

2. Especialmente el ensayo de Nelly Moulin, "Concepto de curriculum, incluido en la antología mencionada.

3. Entre las tendencias modernas se encuentran las que definen el curriculum como un plan y como un sistema, dada la preocupación por relacionar los elementos.

4. Entre las definiciones encontradas ninguna hace referencia a los estudiantes y profesores.

5. Cfr. Meneses, Ernesto. "La Universidad Iberoamericana en el contexto de la educación superior contemporánea". Capítulo 12. UIA. México.

6. Cfr. Hampton, David. "Administración contemporánea". Capítulo 1. McGraw-Hill, 2ª edición, México, 1986.

7. Cfr. Sánchez, Joaquín y otros. "La formación profesional de comunicadores sociales en América Latina" FELAFACS, Bogotá, Colombia, 1985.

8. Cfr. Hampton, David...capítulo 7.

9. En tanto que las propias escuelas carecen de información detallada de su propio curriculum.

10. Cfr. Eisner, Elliot y Vallance, Elisabeth. "Cinco concepciones del curriculum, sus raíces e implicaciones para la planeación curricular". En la antología citada.

11. Ibidem.

12. Cfr. Prieto, Daniel. "Educación y comunicación". En Monografías Ciespal 2. Editorial Belén, Quito, Ecuador, 1983.

13. Citado por Hampton, David... Capítulo 7.

14. Cfr. Hampton, David... Capítulo 6.

15. Cfr. Díaz Barriga, Arceo y otros. "Metodología de diseño curricular para la enseñanza superior". En la antología citada