

**LA FORMACION UNIVERSITARIA
DE COMUNICADORES EN MEXICO.
UNA REVISION GENERAL**

RAUL FUENTES NAVARRO

La comunicación es hoy referente de diversas prácticas sociales, que comprometen a un número creciente de individuos e instituciones, y su presencia en los campos actuales de atención y de actividad social es insoslayable. Al mismo tiempo que se presenta como fenómeno multiforme que incide cada día sobre más aspectos de la vida cotidiana, se ha constituido en objeto de investigación desde diversas perspectivas, en una serie de actividades profesionales especializadas y en carrera universitaria de alta demanda. Pero habría que afirmar que, no obstante la interdependencia que han mantenido las estructuras teórica, investigativa, universitaria y profesional en su desarrollo alrededor de la comunicación, las prácticas respectivas de estas estructuras no se articulan armónica ni consistentemente entre sí. Más bien, cada una de ellas da lugar a vinculaciones diversas con distintos elementos extracomunicacionales de la dinámica social, tanto en nuestro país como en el resto de América Latina.

El propósito de esta revisión general es describir, en sus líneas más generales, la estructura universitaria mexicana donde se forman (o se pretende formar) profesionales de la comunicación, y señalar algunas de sus principales características.

El origen de las carreras universitarias de comunicación se ubica en el antecedente de las escuelas de periodismo, que comenzaron a surgir en 1935 en América Latina (La Plata, Argentina) conforme a un modelo norteamericano de profesionalización y legitimación social de los informadores, consagrado por Joseph Pulitzer. En México las primeras carreras en este campo son la de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, fundada en 1949, la de la Escuela Nacional (hoy Facultad) de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM (1951) y la de la Universidad Veracruzana (1954).

Con una fundamentación distinta a la de los programas de periodismo, orientada mucho más por las humanidades y las ciencias socio-culturales, la carrera de Ciencias de la Comunicación fue fundada en 1960 en la Universidad Iberoamericana, que esta-

bleció un modelo de formación que irían adoptando la mayoría de las escuelas tanto mexicanas como latinoamericanas, coincidiendo con las recomendaciones del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), organismo internacional con sede en Quito, fundado en 1959.

Es un hecho que, en los últimos treinta años, y a todo lo largo de América Latina, la investigación y la enseñanza de la comunicación en las universidades han ido ampliando su campo de estudio sin consolidar plenamente sus avances: del periodismo impreso se pasó al electrónico y de ahí a los medios masivos en general; después a la publicidad y las relaciones públicas, la mercadotecnia y algunos aspectos de la administración; de ahí surgió el interés por la comunicación en las organizaciones, especialmente las empresariales, y en contrapartida, por la comunicación educativa, de donde se extendió a la rural y a la popular; emergió entonces la exploración de la comunicación alternativa, por lo que el estudio del Estado, la ideología y la política adquirieron un lugar central. Mientras tanto, el desarrollo de los medios masivos fue haciendo necesaria una indagación más especializada de sus dimensiones tecnológica, ideológica, económica, política, psicológica, cultural, etc., así como la atención a la comunicación personal y grupal, al lenguaje y la narrativa, en general al discurso y sus modos de producción. De esta manera, el estudio de la comunicación cubre hoy un campo enorme, de fronteras muy difusas con otras disciplinas sociales y con salidas profesionales hacia muy diversos ámbitos de la vida social.

Simultáneamente a esta expansión del objeto de estudio, se ha experimentado un crecimiento vertiginoso en el número de instituciones de educación superior en que se imparten carreras de comunicación y, consiguientemente, en el número de estudiantes, profesores y egresados en el área. Esta tendencia se observa en el conjunto de América Latina, donde el número de escuelas de comunicación se ha venido duplicando cada diez años, hasta llegar a 225 en la actualidad, el 61.6% de las cuales (140) se localiza en México (74) y Brasil (66).

De las 74 escuelas mexicanas, 18 (24%) se ubican en universidades públicas y 56 (76%) en instituciones privadas, pero los porcentajes del alumnado atendido invierten la proporción: en las universidades públicas se encuentran inscritos casi 3 de cada 4 estudiantes. En las 74 universidades se imparten estudios a nivel de licenciatura, con 24 denominaciones distintas, y en seis, programas de maestría. De las 74 escuelas, 48 (65%) de las licenciaturas y la totalidad de las maestrías comenzaron a operar en los últimos diez años.

Según estadísticas oficiales de ANUIES, en el curso escolar 1984-1985 había en el país cerca de 18,000 estudiantes de comunicación, de los cuales aproximadamente el 65% eran mujeres. Una proyección de estos datos a la actualidad permite calcular un total de 25,000 alumnos y un 70% de ellos mujeres, con un ingreso anual de 2,500 a 3,000 pasantes y nuevos titulados. Dentro

del contexto del sistema mexicano de educación superior, el número de estudiantes en las carreras de comunicación es equivalente al de quienes estudian carreras de ciencias básicas y naturales. Alrededor del 80% de los estudiantes de comunicación del país se concentra en las zonas metropolitanas de México, Guadalajara y Monterrey, mismas ciudades donde operan los seis programas de maestría, y en que, a pesar de la ausencia de datos al respecto, se concentra también la mayor parte de los egresados. Sin embargo, hay escuelas de comunicación en 37 ciudades, especialmente en el norte y el centro del país.

Por lo que toca a los campos de ejercicio profesional, puede calcularse que no más del 40% de los egresados de las escuelas de comunicación trabajan en los medios masivos, incluyendo en ese porcentaje a quienes se emplean en la publicidad y a quienes se ocupan de la producción independiente, que no suele tener por objeto la difusión masiva de sus mensajes, sino más bien una cobertura social restringida. A pesar de que los medios masivos siguen considerándose el campo profesional específicamente correspondiente a la carrera, desde hace muchos años un buen número de egresados de Ciencias de la Comunicación han abierto campos de acción profesional en las instituciones y organizaciones de los sectores público, privado y social. No sólo en las oficinas de prensa, relaciones públicas o en las llamadas de Comunicación Social se desarrollan prácticas profesionales de comunicadores universitarios, sino también en las áreas de recursos humanos, capacitación y adiestramiento de personal, comunicaciones internas, promoción social y seguridad industrial. Y, finalmente, la enorme expansión de los estudios formales de comunicación ha contribuido al desarrollo de otro tipo de prácticas profesionales: aquellas que se ubican en ámbitos o sostienen funciones educativas. Hay que contar aquí no sólo la docencia universitaria, cuyos requerimientos numéricos son importantes, sino la investigación, la planificación educativa, la educación popular; es decir, todas aquellas prácticas que formal, informal y no-formalmente implican el ejercicio de modelos de comunicación educativa, donde se encuentran las posibilidades de mayor trascendencia socio-profesional.

La problemática que enfrentan las escuelas de comunicación en México, generada principalmente por el acelerado crecimiento que han experimentado y por la inmadurez propia de la disciplina, sólo puede entenderse plenamente ubicándola tanto en el contexto de la crisis del sistema de educación superior en su conjunto como en el de la difícil constitución científica y académica de la comunicación como objeto de estudio. En este sentido, el impulso a la investigación en las universidades es una de las exigencias prioritarias, que no ha recibido hasta ahora el apoyo requerido para aportar mayores elementos de conocimiento propio sobre las complejas estructuras comunicacionales del país.

La constitución en 1976 del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación

(CONEICC) ha sido muy importante en este contexto, no porque haya aportado soluciones a los problemas fundamentales de las escuelas de comunicación en México, sino porque ha cumplido crecientemente con sus objetivos de establecer espacios universitarios de diálogo y conocimiento mutuo, de posibilitar intercambios y proyectos comunes, de proponer y llevar a la práctica acciones concretas de superación académica, y de conjuntar esfuerzos y voluntades, más allá de las afinidades personales e institucionales, en tareas como encuentros, seminarios, talleres y publicaciones, de interés general para las 40 universidades que lo forman. Este espacio de diálogo y trabajo en común, comparable por su composición plural, su persistencia temporal y su reconocimiento creciente con muy escasas asociaciones mexicanas, ha extendido sus alcances al nivel internacional a través de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), constituida en 1981 y que agrupa a la mayor parte de las escuelas de comunicación de América Latina.

A partir de los diagnósticos que han ido elaborándose en los últimos años, puede afirmarse que el futuro de la formación universitaria de comunicadores sociales impone al menos las siguientes condiciones: un esfuerzo muy intenso para rescatar el carácter universitario del trabajo académico, de su autonomía con respecto al Estado y a la empresa privada, que le han ido imponiendo sus lógicas; una multiplicación de los espacios de diálogo y discusión sería de los problemas comunicacionales entre los investigadores y docentes entre sí y de ellos con los profesionales y usuarios de los servicios; una búsqueda consciente de vinculaciones concretas de la investigación con la producción de comunicación en todos los ámbitos de la actividad social, especialmente aquellos en que las necesidades comunicacionales estén menos atendidas; un trabajo intenso de sistematización y difusión del conocimiento producido, actualmente disperso; y un reforzamiento en los aspectos metodológicos del trabajo científico, educativo y profesional de los comunicadores mexicanos.