

Las escuelas de comunicación en México

CRISTINA ROMO

1.- *¿Cuáles son los antecedentes, cantidad, ciudades donde funcionan?*

El número de instituciones dedicadas a la enseñanza de la comunicación en México es definitivamente excesivo, pues, a noviembre de 1984 había 48 a nivel licenciatura y 5 de postgrado. De las primeras, menos de la tercera parte (15) son públicas. A estas 48 escuelas asisten unos quince mil alumnos y alrededor de mil profesores.

En 1964 había 5 escuelas. (La primera de comunicación fue fundada por la Universidad Iberoamericana en 1960; dedicadas al periodismo existían previamente la "Carlos Septién García" de México, D.F. (1949); la de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM (1951); y la de la Universidad Veracruzana (1954). Diez años después su número se había duplicado, puesto que en 1974 eran 11. Una década más tarde, en 1984, el número se había casi decuplicado respecto de 1964.

Este crecimiento realmente espectacular de las escuelas, resulta desproporcionado al compararlo -por ejemplo- con el crecimiento de los medios, puesto que ninguno de ellos, prensa, radio o televisión, ni remotamente llegó a multiplicarse por diez, ya que ni siquiera se triplicó. En los 15 años que van de 1969 a 1984, (datos que tengo a la mano) los diarios aumentaban de 263 a 362 (37 por ciento); las revistas de información general, todas ellas editadas en la ciudad de México sufrieron un decremento de un 12 por ciento al pasar de 122 a 107; las estaciones de radio que eran 531 en

1969, contaban en 1984 con 880, para un aumento del 66 por ciento. Por otro lado, exhibiendo con mayor descaro algunos de los vicios de los medios mexicanos, la televisión pasaba de 49 emisoras a 139 para un incremento porcentual de 184 por ciento, pero mientras que el número era en sí espectacular, la composición de éste dejaba al descubierto otras verdades que aquí tocaremos sólo de refilón: la televisión mexicana en 1969 la componían 49 emisoras, de ellas, 21, casi la mitad eran de Televisa; 15 años más tarde, de las 139 en total, 75 ¡más de la mitad! son de Televisa, contra 42 propiedad del Estado.

Entre paréntesis, y para terminar con esta disgresión, de esas emisoras sólo 19 eran de producción local y del gran total, 117 son solamente repetidoras.

Geográficamente las cosas andan así: mientras que 13 escuelas se ubican en la capital del país (27 por ciento), Monterrey tiene 4; Guadalajara, León y Puebla, cuentan con 3 cada una. El estado de Tamaulipas, tiene 4 y los estados de Sonora y Sinaloa 3. Todos ellos en el norte. La mitad de las entidades en que está dividida políticamente la República Mexicana no cuentan con escuelas de comunicación. Aquí, como en el mundo en general, el norte tiene casi todas las escuelas, mientras que el sur prácticamente no tiene.

2.- *¿En qué momento y debido a qué causa se produce una expansión de las escuelas?*

Hasta 1969 había 7 escuelas. En los años 70 se abrieron 22 y en lo que va de los 80, se han creado 19.

No podemos dar una respuesta que nos muestre una tendencia clara respecto a por qué se abren tantas instituciones. Cada una de las escuelas tiene una razón. Algunas de esas razones son curiosas; otras, inexplicables. Por ejemplo: uno de los fundadores de una, dijo que abrirían la carrera porque habían hecho una encuesta entre alumnos de preparatorio y resultó que Ciencias de la Comunicación había sido una de las opciones más solicitadas y esto garantizaría inscripciones. Sin embargo, al cuestionársele sobre profesorado, objetivos, necesidades sociales locales a las que respondería, planteamientos teóricos o instalaciones contestó que estaban ya buscando a la persona que resolviera eso. Conste que en su misma región había ya dos escuelas de comunicación. Al mismo tiempo tenemos otro ejemplo del nacimiento de otra escuela en donde el creador, estudió la realidad de su zona y descubrió que una escuela de comunicación podría colaborar al estudio y desarrollo de comunidades rurales indígenas.

Creo que son pocas las escuelas que se han abierto respondiendo a una necesidad concreta o a un estudio previo. Las escuelas que se establecieron antes de mediados de los años setenta lo hicieron en esa forma. Las demás, no han hecho ese estudio; saben que las escuelas de comunicación tienen público. Este es, a mi juicio, el caso de las segundas o terceras en una misma localidad. Creo que cuando es la primera hay más con-

ciencia de atender una necesidad.

Los mismos egresados han sido grandes promotores para la apertura de nuevas escuelas. Regresan a sus lugares de origen y convencen a alguna universidad local o a un grupo, de las bondades de la comunicación y de pasada resuelven su problema de empleo.

Tratando de caracterizar las épocas diría que en los años 60, el trabajo era descubrir para qué realmente servía esta carrera, conocer los medios establecidos e intentar entrar en ellos.

Sin embargo la realidad no era tan sencilla. Por un lado teníamos la incipiente teoría que no se adaptaba fácilmente a la práctica, más bien estaba desvinculada. Y por otro encontrábamos que la gente de los medios, hecha en la práctica, no estaba dispuesta a quitarse para que entraran los egresados de las pocas escuelas, a quienes por supuesto les faltaba práctica.

Vino luego en los 70, como era de esperarse, la develación de los medios, la crítica, la denuncia, la acusación, pero sobre todo, la desmitificación de los mismos medios que ha sido muy sana. Tal vez también sea una consolación por no estar en ellos, como si dijéramos “ni son tan influyentes”, aunque la realidad es que están ahí y no lo podemos negar.

En los últimos años de la década pasada, la fascinación inicial y la crítica posterior a los medios, sobre todo los electrónicos, trajo por consecuencia algo mucho más fructífero: la diversificación de objetivos y campos para el ejercicio profesional. Se descubrió que estudiar

Creo que son pocas las Escuelas que se han abierto respondiendo a una necesidad concreta o a un estudio previo.

y ejercer la comunicación era mucho más que sólo los medios. Que la sociedad estaba demandando comunicadores para otras áreas y con otras formas de ejercicio. Se afianzó la idea de que el comunicador podría trabajar en la comunicación institucional, es decir los flujos internos y externos de una institución; que podría trabajar en la comunicación popular funjiendo en ella como un facilitador para que los actores del

proceso se expresaran y se comunicaran; que podría ser un planificador de proyectos de comunicación; que podría ser un diagnosticador de problemas susceptibles de ser resueltos a través de formas y prácticas de la comunicación.

Para el futuro creo que lo que toca es una diversificación de enfoques y de objetivos en cada una de las escuelas. Es decir, que sin perder de vista el estudio completo de nuestro objeto, la comunicación, las escuelas vayan profundizando más en algunos aspectos. De hecho esto ya ocurre, principalmente en las escuelas más antiguas, en donde encontramos alguna con énfasis en estudios sobre el desarrollo, otras que ahondan más en la comunicación educativa, otras en la comunicación institucional, otras más en la comunicación popular o comunitaria. En fin, que tendrá que llegar el momento en que los estudiantes puedan escoger una escuela porque en ella se enfatiza sobre algo concreto de su interés. Esto de ninguna manera quiere decir que se esté propugnando por una especialización; ésta, creo, debe darse, en todo caso, en el postgrado.

3.- *¿Qué posibilidades de absorción hay para los egresados? ¿Se dedican realmente a la comunicación?*

Esta es una pregunta difícil de responder porque son pocas las escuelas que llevan a cabo un seguimiento de sus egresados. Y aunque hay datos que responden sólo a alguna de ellas, esa situación no se puede generalizar. Sabemos que no más del 15 o 20 por ciento trabajan directamente en los medios. Este ha sido un campo algo cerrado. Sin embargo el ejercicio profesional se ha ampliado y encontramos comunicadores en muchas áreas como son la educación, la planificación, la comunicación institucional, las relaciones públicas o la promoción popular. De alguna manera las escuelas han comprendido esto y el instrumental de trabajo se ha ido ampliando también.

Para la obtención de empleo no hay que perder de vista que los estudiantes de comunicación son de suyo muy críticos, y esta característica la conservan muchos egresados. Como es de suponerse para muchos empleadores esto tiene gran importancia, desgraciadamente negativa. Las circunstancias, la historia, la casualidad, les han dado a las escuelas de Ciencias de la Comunicación el papel que en tiempos más inocentes tenían las facultades de Filosofía y Letras, Derecho y Ciencias Sociales. (Creo que

esto ocurre así porque en Ciencias de la Comunicación se ofrece una conjunción teórico-práctica de conocimientos difícil de encontrar en otras partes). Pero el caso es que, por lo menos en mi experiencia, las escuelas de comunicación o los alumnos y en algunos casos ambos, se han convertido en críticos o en la conciencia crítica, primero de la universidad y luego de la sociedad en general. Blanco predilecto de sus reflexiones son los medios institucionalizados, privados o estatales, lucrativos o no. Me gustaría saber si esta actitud crítica tan severa se mantendría incólume de tener profesores y alumnos, más ingerencia en los medios que critican, particularmente los más subyagantes como la televisión y la publicidad.

Para el futuro hay que lograr una diversificación de enfoques y de objetivos en cada una de las Escuelas.

4.- *¿Cuáles son los principales problemas que enfrentan las escuelas de comunicación en México y qué aspectos pueden considerarse esperanzadores?*

Los problemas principales que enfrentan las escuelas de comunicación de México son los siguientes:

— Orientación vocacional. Cuando un muchacho no sabe qué estudiar o tiene muchas alternativas y no puede decidir; cuando tiene inclinación a las ciencias sociales, a las artes o la filosofía, pero quiere que esa inclinación le dé para vivir; cuando quiere salirse de lo usual o tiene inclinaciones “apostólicas”, a comprometerse o a relacionarse, es muy probable que se inscriba en Ciencias de la Comunicación, porque “te abre muchas perspectivas”, porque “es una carrera muy amplia”, “en donde se ve de todo”, y “así no pierdo el tiempo mientras me decido”. Es cierto que muchos aspirantes ingresan en la carrera sabiendo a dónde van, sin embargo este problema de falta de orientación vocacional afecta a todas las escuelas, aún a las más serias y fundamentadas.

— Otro problema común es la desarticulación entre la teoría y la práctica. Ante una teoría que está en elaboración se contraponen la urgente necesidad de pro-

porcionar a los estudiantes un instrumental de trabajo práctico. Generalmente se recurre a la práctica establecida y a los modelos vigentes.

— Problema para todos será muy pronto, la saturación del mercado de trabajo, si no se diversifica más la práctica profesional.

— Algunas escuelas tienen problemas por no tener explícitos sus objetivos. Esto, como es de suponer dificulta la elaboración de los curricula y el enfoque general.

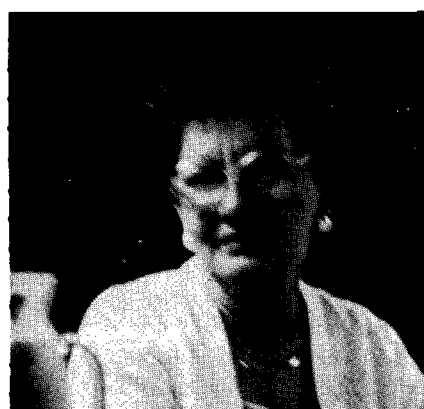
— Para las escuelas de nueva creación en poblaciones del interior del país es problemático el conseguir profesores y más si la escuela no tiene recursos para contratarlos por tiempo exclusivo o para facilitarles la actualización.

En este panorama tan realista hay esperanzas que brillan, aún débilmente, pero brillan y eso es importante. Me complace mucho el surgimiento de los estudios de postgrado y el enorme esfuerzo que en materia de investigación se ha hecho. Respecto a los postgrados, son 5 las instituciones con programa de maestría, estas son: la UNAM, la Universidad Iberoamericana y el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa en la ciudad de México, la Universidad Regiomontana y la Autónoma de Nuevo León en Monterrey; próximamente el ITESO de Guadalajara abrirá una más. Esta es una necesidad muy grande porque en México (y aquí me

preguntaría si esto fuera cierto en otros países) la licenciatura en general está bastante devaluada y la maestría contribuye a dar un nivel más científico a la profesión. Es obvio que las maestrías implican investigación y de esa manera se incrementarán las investigaciones en nuestro ramo lo que se sumará a las ya valiosísimas y extensas investigaciones desarrolladas por muchos egresados de las primeras generaciones de nuestras escuelas.

Existe también una cierta cohesión en cuanto al estudio y la investigación a través de la obra que vienen realizando dos organizaciones: la primera, el CONEICC (Consejo Nacional Para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación) que agrupa a 28 de las escuelas y a algunos investigadores/profesores que han tomado en serio la recopilación y sistematización de los estudios sobre comunicación hechos en México, la actualización del profesorado y la iniciativa de llevar a cabo estudios sobre la enseñanza de la comunicación en México; y la segunda, la AMIC (Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación) la cual está constituida por más de 150 investigadores. La AMIC tiene como prioridad descentralizar la actividad investigativa, de manera que pueda extenderse por todo el territorio, además de involucrar su tarea con las organizaciones populares y sociales. Ambas asociaciones realizan reuniones

nacionales en las que se discuten los problemas del país a la luz de la comunicación y sus implicaciones. Así, en octubre pasado, en el tercer encuentro de CONEICC se estudió el problema de las nuevas tecnologías.



CRISTINA ROMO DE ROSELL, profesora e investigadora del ITESO, Guadalajara. Viene desarrollando una importante labor en organismos como el CONEICC (en el cual ejerció la presidencia) y la AMIC, en México, y en FELAFACS. Es autora de diversos trabajos, en especial sobre el tema radio, por lo cual participó en el Festival Internacional de la Radio realizado por CIESPAL en octubre pasado.

Sumario

Alto mundo de la comunicación. Con gertos y sin gertos
Héctor Schmucler

El nuevo orden informático resultado de la UNESCO a la UIT
Fernando Reyes Mata

El debate sobre flujos de datos a través de las fronteras
Eduardo Rivera Puerto y Lilia Belicchio

Nuevas tecnologías de información y desequilibrio del poder mundial
Raquel Salinas Bancel

La entrada del Tercer Mundo en el mercado mundial de las noticias
Rubén Samartín

Periodismo informático y comunicación en Estados Unidos
Pablo Casares

La discusión sobre el NOMIC en la UNESCO. Proyecto de creación y estatuto de ALASEI. Hemerografía sobre comunicación

Tarifa de suscripción:
1 año (3 números) México \$1200
América Latina US\$ 15 (vía aérea)
Otros países US\$ 21 (vía aérea)

Correspondencia y suscripciones:
Comunicación y Cultura, Calzada del Horno
1100, México 04960, D.F. tel. 594 7833,
ext. 169.