

II. Escuelas de Comunicación, Planes de Estudio y Perfil del Egresado

En el presente capítulo se abordarán diferentes aspectos de las Escuelas de Ciencias de la Comunicación, los cuales nos permitirán contextualizar el surgimiento de las mismas tanto en América Latina, como en México y centrándonos específicamente en Sonora.

Igualmente se considerará la problemática educativa de estas escuelas y algunos factores que han estado presentes en su surgimiento, desarrollo, y situación actual, tanto en el ámbito institucional como el profesional.

Por otra parte, se ubicarán las condiciones bajo las que surge la Escuela de Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Sonora y los planes de estudio que ha tenido en su haber, el analizar de manera general dichos planes de estudio nos dará indicadores para examinar el plan de estudios 85-2 vigente y lo que en este se considera en torno al perfil de egreso del comunicólogo.

Creemos que este capítulo tiene especial importancia debido a que la historia nos permite comprender el presente de nuestras instituciones y hacer propuestas para un futuro deseable de las Escuelas de Comunicación.

II.1. Surgimiento de las Escuelas de Comunicación

La enseñanza de la comunicación, tiene sus inicios en Brasil y Argentina en los años 30's, y la fundación de las primeras instituciones que se dedicaban a la enseñanza de esta disciplina correspondieron a las demandas sociales que surgían en las empresas periodísticas, cuyo proceso de estructuración industrial reclamaba profesionales calificados para el ejercicio de la información.

En la medida en que la prensa y las radiodifusoras comenzaron a proliferar, se multiplicaron las instituciones dedicadas a formar especialistas para los medios de comunicación, ya que se requería de personas que tuvieran aún más preparación que los formados empíricamente, los cuales desempeñaban las funciones del comunicólogo.

Así pues, «al igual que otras muchas profesiones, el oficio comunicativo surgió antes que las escuelas dedicadas a su enseñanza y del estudio científico de la disciplina, en términos generales, la profesión comunicativa nació junto con las industrias de la información, la propaganda y el entretenimiento»³⁷.

Considerando que la enseñanza de la comunicación surge gracias a la necesidad de formar profesionales para laborar en los medios, particularmente en radio y prensa, es factible afirmar que los primeros egresados de estas escuelas «fueron los periodistas, que propiamente surgieron cuando los periódicos se constituyeron en empresas dirigidas a proporcionar información periódica y actual a un público amplio»³⁸.

Las primeras escuelas de periodismo a nivel universitario aparecen en Estados Unidos en la primera década del siglo XX, mientras que en América Latina aparecen en 1935, a partir de entonces las escuelas de periodismo se extienden ampliamente³⁹.

Al inicio de los años 50's existían 13 escuelas en América Latina y diez años después dicho número se había triplicado, este ritmo de crecimiento se ha mantenido con mayor intensidad en las dos últimas décadas. En México, las primeras escuelas de periodismo surgen alrededor de 1943 y en la década de los 60's estas se transforman en Escuelas de Comunicación⁴⁰.

³⁷ Ibidem. P.p.35.

³⁸ Ibidem. P.p.37

³⁹ De la Peza, Ma. del Carmen. Consideraciones sobre el desarrollo de la enseñanza y la investigación de la Comunicación en México. (El caso de la UAM-X) En: Las Profesiones en México No.5. México, D.F. Mayo 1990. P.p.20.

⁴⁰ Ibidem. P.p.21

Específicamente en el caso de Sonora, las Universidades que han ofrecido Licenciaturas relacionadas con la enseñanza de la Comunicación son las siguientes: La Universidad Kino ofrece la Licenciatura en Periodismo, y, el Instituto Tecnológico de Monterrey Campus Obregón dejó de impartir esta licenciatura en los 80's, respecto a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación la ofrece la Universidad del Noroeste y la Universidad de Sonora, esta última a partir de Abril de 1982.

II.2. Escuelas de Comunicación y su Problemática Educativa _____

La principal problemática de las escuelas de comunicación es su enorme crecimiento, lo cual podría deberse a la expansión de la enseñanza superior en el Continente y al impacto de los procesos de comunicación masiva en nuestra sociedades, ya que gracias a esto último, cada vez son más los jóvenes que desean desempeñarse laboralmente en televisión, periodismo y publicidad y para lograrlo deciden incorporarse a las Escuelas de Comunicación. Podría decirse, que este fenómeno, es casi común en los aspirantes a la Licenciatura, de manera que pueda manifestarse una matrícula masiva, pero en muchas ocasiones el nivel de eficiencia terminal disminuye, debido a que las escuelas no son lo que ellos esperan, al no considerar que con esa idea de Escuela de Comunicación, se descartan otros contenidos del plan de estudios que son básicos tales como el área teórica, metodológica, entre otras.

Las limitaciones de las Escuelas de Comunicación se han extendido desde su inicio hasta la fecha, mismas que en los últimos años han empezado a ser abordados por algunos investigadores preocupados en el área, esto con el afán de lograr una mayor consolidación de la carrera, uno de los aspectos que mas ha causado relevancia es el relacionado con la falta de planeación curricular.

De acuerdo a lo anterior, «es plausible la presión que las nuevas generaciones de estudiantes de comunicación ejercen sobre las instituciones a que se vinculan, reclamando cambios en la estructura pedagógica y curricular

y demandando el dominio de conocimientos que les aporten competencia profesional»⁴¹.

Angela Ma. Godoy y Claudia Lucia Herrán diagnostican con precisión que en la actualidad podemos observar una apertura desmedida cuya consecuencia ha sido la falta de definición académica de las escuelas. Ambas investigadoras colombianas detectan un factor determinante en lo referido, en cierto modo caótico: la falta de relación entre las escuelas y las demandas sociales. Ellas sostienen que las primeras instituciones del área poseían un perfil definido, pues capacitaban a profesionales respondiendo a una demanda concreta del mercado de trabajo a partir de un concepto restringido de la comunicación. Con la creación de las facultades de comunicación, la transformación de dicho panorama acarrea una diversificación del perfil del comunicador a costa de una inseguridad que desemboca en muchos casos en una miope percepción de las demandas sociales⁴².

Cuando Marques de Melo, realiza el análisis de la situación de las Escuelas de Comunicación Brasileñas, destaca algunos aspectos tales como el afán de renovar el currículo, las limitaciones del imperio libertad de cátedra, la ruptura con la relación vertical y disertadora, entre otros mismos aspectos que pueden generalizarse en otras escuelas de comunicación de América Latina y concretamente México⁴³.

A continuación exponemos algunos de los problemas educativos actuales, específicamente de las Escuelas de Comunicación en México:

- Falta de desarrollo de la investigación
- Escasa publicación y difusión del conocimiento
- Matrícula Masiva
- Planta docente con contratación de horas sueltas, por lo que su función principal es la docencia.

⁴¹ Marques de Melo, José. Desafíos Actuales de la Enseñanza de la Comunicación. Revista Diálogos de la Comunicación. N°19. FELAFACS, ENERO 1988. Pp. 6.

⁴² Angela Ma. Godoy y Claudia Lucia Herrán, son citadas por Marques de Melo, José. En: Desafíos Actuales de la Enseñanza de la Comunicación. Revista Diálogos de la Comunicación. No. 19. FELAFACS, ENERO 1988.

⁴³ Al respecto coinciden autores mexicanos como Raúl Fuentes Navarro, Carlos Luna, ambos del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), Jesús Galindo (Universidad de Colima), Mauricio Andión (UAM/X), Claudia Benassini, entre otros.

- Los perfiles profesionales de los académicos son heterogéneos y no se aprovecha la interdisciplinariedad para la consolidación de la profesión y la disciplina.
- Necesidad urgente de una mejor planeación curricular.
- Mayor consolidación de la institucionalización y profesionalización.

Lo anterior corresponde a la principal problemática de las Escuelas de Comunicación, y consideramos que la propuesta de perfil de egreso es uno de los aspectos que debe ser considerado en la planeación curricular.

II.3. La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Sonora

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, surge en el año de 1982, y desde sus inicios presenta problemas de infraestructura y planeación debido a que no había algún proyecto que justificara su apertura, sino que surge como una propuesta por parte del Gobierno del Estado, para dar solución a un conflicto generado por estudiantes de la misma carrera en la Universidad del Noroeste⁴⁴ (UNO).

Hoy en día a casi 16 años de su creación, la carrera sigue presentando problemas de infraestructura, planeación académica y docente, y recursos humanos, (concretamente los académicos), pues desde que inició la carrera no había personal docente en la disciplina de la comunicación a nivel regional por lo que a 1998 la planta docente es heterogénea. Algunos de los problemas anteriores se han analizado y se ha actuado al respecto, pero uno de los factores que impide su desarrollo es que no se ha podido lograr un equilibrio con la matrícula de la licenciatura, la cual es cada vez mayor. En 1997 la licenciatura contaba con 1,056 inscritos los cuales eran atendidos por 64 docentes. El número de egresados es similar al de los inscritos y solo 126 han obtenido título profesional.

⁴⁴ La Universidad del Noroeste fue la primera institución de Educación Superior del Estado de Sonora que ofreció la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

II.4. Planes de Estudio de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora

La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora, inicia funciones con el plan 79-1, de la Universidad del Noroeste, pero no abre inscripciones a primer ingreso, sino que los alumnos de la UNO inscritos en dicha carrera, prosiguieron sus estudios.

Es hasta Agosto de 1982, cuando la Licenciatura abre inscripciones de primer ingreso bajo el contexto de una nueva propuesta curricular distinta al plan 79-1. Dicha propuesta fue elaborada por dos maestros que recién habían ingresado a la planta docente y a groso modo recoge elementos del Programa de Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas de la UNAM, surgiendo así el Plan 82-1, el cual funcionó durante siete semestres.

Con el plan 82-1, se abrió la opción de formar profesionales con orientación a dos áreas: publicidad y propaganda y; comunicación educativa, de esta manera se formaban profesionistas cuya formación estaba orientada a dos sectores laborales específicos del mercado de trabajo del profesional de la comunicación.

Lo anterior, se dió bajo las siguientes condiciones: desvinculación entre las materias, repetición de contenidos, falta de fundamentación teórica y metodológica de las áreas de especialidad y ausencia de una definición de mercado de trabajo⁴⁵, considerándose estas deficiencias, fue necesaria una re-estructuración, elaborándose así el tercer plan en la historia de la carrera, siendo este el 85-2, aún vigente.

El plan 85-2, obedeció a la necesidad existente de actualizar y reestructurar los contenidos y las estructuras curriculares, con el propósito de incorporar los nuevos avances del conocimiento que se generan fuera y dentro

⁴⁵ Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Sonora. Hermosillo, Sonora. 1985. Docto. Interno.

de la Universidad, y fue elaborado a partir de la definición de perfil profesional desde una perspectiva científica y técnica y la determinación de los objetivos de la carrera y sobre esta base se vinculó estrechamente la curricula con el mercado de trabajo⁴⁶.

Tanto el mercado de trabajo como el perfil de egreso son aspectos básicos que deben contemplarse al momento de iniciar o reestructurar un plan de estudios, puesto que tienen que considerarse las condiciones laborales, para que la formación del egresado sea acorde a las necesidades que se tienen en el mercado de trabajo en cuanto a conocimientos, habilidades y aptitudes se refiere.

Con este plan se cerraron las áreas de especialidad, por considerarse muy específicas y se alejaban del mercado profesional real, el cual es bastante amplio; de esta manera, dicho plan se fundamenta en la necesidad de una práctica profesional mucho más orgánica de la comunicación.

En el plan 85-2, se enfatiza el hecho de que está articulado coherentemente con el fin de que se presente su constante evaluación, pero fue después de 9 años (1985-1994), que se inicia la primera revisión, y con esta el Estudio Diagnóstico y Curricular de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de Sonora, siendo este último estudio de donde se desprende nuestro reporte de investigación.

El perfil profesional considerado en el Plan de Estudios 85-2, permite al egresado desarrollarse en los campos de la investigación, la producción y difusión de mensajes, la planeación y la docencia con criterios analíticos para aportar soluciones a los múltiples problemas de la sociedad relacionados con la práctica comunicativa⁴⁷.

⁴⁶ Ibidem. Pp.11.

⁴⁷ Ibidem. Pp.14.

Las anteriores son las prácticas profesionales que el egresado de la comunicación del plan 85-2 puede ejercer en un determinado puesto de trabajo, de acuerdo a la formación profesional recibida y a sus intereses personales, pero no se definen de manera explícita las características del perfil de egreso, lo mismo sucede con los planes 79-1 y 82-1, por lo que nosotros consideramos la importancia de definirlo en nuestra propuesta, la cual se llevó a cabo a partir de la percepción de los docentes.

El plan de estudios 85-2 vigente para la formación de licenciados en ciencias de la comunicación, parte de la definición específica de los objetivos profesionales en términos de las habilidades y conocimientos propios de la disciplina, relacionado estrechamente al mercado profesional⁴⁸, pero, al igual que los planes anteriores carece de un perfil de egreso definido en cuanto a su relación con las prácticas profesionales.

El egresado de la carrera en Ciencias de la Comunicación estará capacitado para hacer aportaciones en las áreas de medios de comunicación, política de comunicación y cultural, así como en los aspectos estrictamente creativos a nivel de medios. La formación profesional del egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación bajo el Plan 85-2 le permite laborar en cualquier ámbito de la producción y práctica comunicativa⁴⁹.



Biblioteca Central Universitaria

⁴⁸ Ibidem. Pp. 16

⁴⁹ Ibidem. Pp.17