

CCL  
AI  
1532

Federación Latinoamericana  
de Asociaciones  
de Facultades de Comunicación Social.  
**FELAFACS.**



N° 13

APRIL 1986

# LA INVESTIGACION Y LOS POST-GRADOS DE COMUNICACION EN MEXICO ¿CENTRALISMO Y DISPERSION?

*A continuación presentamos el trabajo teórico que sobre el desarrollo de los post-gradados en México, han elaborado los profesores Raúl Fuentes y Carlos Luna, ambos integrantes del plantel docente del ITESO de Guadalajara, México.*

*Raúl Fuentes es Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la indicada Universidad y Presidente de la Asociación Mexicana de Enseñanza de la Comunicación (CONEICC).*

*Carlos Luna, se desempeña como profesor de la misma Escuela y como investigador y buena parte de sus reflexiones teóricas en los últimos años las ha dedicado a estudiar la problemática de los post-gradados no sólo en México sino también en la región.*

*Por considerarlo de especial interés para las Escuelas de América Latina que pretenden abrir cursos de post-grado o bien informarse de experiencias significativas, les hacemos llegar ahora este valioso trabajo que nos han ofrecido los autores.*

## INTRODUCCION

Plantear y tratar de desarrollar algún aporte en la línea de la Descentralización y la Regionalización de la Investigación de Comunicación puede resultar tan cacofónico como suena. Aunque ciertamente será más fácil resolver el problema de estilo al redactar que el de concepción de las ideas que haya que expresar al respecto, supuesta la intención de desterrar voluntarismos y utopías inalcanzables y delimitar los ámbitos en que se puedan ubicar discusiones fértiles y proyectos viables.

En este trabajo no se intenta interpretar las determinaciones histórico-estructurales.



les que la conformación nacional impone sobre la investigación en nuestro campo; tampoco discutir la extensión semántica o política de los términos "descentralización", "regionalización", "desconcentración", etc. No obstante, sin eludirlos, se mantienen tales temas como contexto de lo que se ofrece: una descripción de los proyectos académicos y el papel de la investigación en los post-gradados de comunicación, una apreciación de sus alcances y límites, y la expresión de algunas preocupaciones al respecto.

## 1. UBICACION DE LOS POST-GRADOS DE COMUNICACION EN MEXICO

Como se sabe, el origen de los estudios de comunicación en México se encuentra en el periodismo. Así lo atestigia la fundación de la Escuela de Periodismo Carlos Septién García en 1949, la Facultad de Periodismo de la Universidad Veracruzana en 1954 y la carrera de Periodismo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM en 1957. Para 1960, el surgimiento de la carrera de Ciencias y Técnicas de la Información en la Universidad Iberoamericana habría de romper con el modelo de formación periodística e inaugurar un abordaje académico más amplio sobre la comunicación social, extendido desde entonces, incluso en aquellas instituciones dedicadas originalmente a la formación de periodistas. En 1972, además de las cuatro instituciones señaladas, ofrecían ya la carrera el Instituto Pío XII (hoy UNIVA) 1962, el ITESO 1967, y la Universidad Autónoma de Guadalajara 1970, en la capital de Jalisco; las Universidades Anáhuac y del Nuevo Mundo, ambas en México, 1970; el ITESM y la Universidad de Monterrey, las dos en la capital de Nuevo León, 1971. El enfoque profesional eminentemente práctico, aunque en algunas universidades combinado con fuertes dosis de humanidades, se extendió del periodismo a los medios audiovisuales de comunicación de masas, la publicidad y las relaciones públicas, y abrió perspectivas a los comunicadores en ciernes. No puede olvidarse que el auge inicial de los estudios de comunicación está vinculado con el desarrollo de los sistemas privados en la industria de los medios, especialmente de la televisión en los años 70, y es de notarse que 6 de las primeras 11 escuelas estuvieron asentadas fuera del Distrito Federal, lo cual podría indicar que los medios masivos, para los cuales se pretendía formar profesionales, todavía prometían desarrollos interesantes en Gua-

dalajara, Monterrey y Veracruz, además de la capital.

El desarrollo de los estudios de comunicación a partir de entonces ha sido analizado agudamente por varios investigadores, y dado que no es precisamente el tema de este trabajo, baste remitir a algunos de ellos, y retomar sólo algunos datos de la actualidad que permiten ubicar mejor a los post-gradados en relación con las licenciaturas. Aproximadamente el 30% de las 44 instituciones en que se imparte actualmente la carrera están en la capital (13); el resto se localiza en Monterrey (4), Guadalajara (3), León (3), Puebla (3), Hermosillo (2), Tampico (2), Torreón-Gómez Palacio (2), Ciudad Obregón, Los Mochis, Culiacán, Mazatlán, Ciudad Juárez, Nuevo Laredo, Saltillo, Aguascalientes, Colima, Irapuato, Querétaro y Oaxaca. Sin embargo, más de la mitad de los estudiantes están inscritos en instituciones capitalinas.

Ante estos datos, los referentes a programas de Maestría indican un patrón similar: operan en la Universidad Iberoamericana (1977), la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM (1978), la Universidad Regiomontana (1982) y la Universidad Autónoma de Nuevo León (1984). En este año 1985 iniciaremos cursos en la Maestría en Comunicación del ITESO. No sorprende la concentración en México, Monterrey y Guadalajara; tampoco que, hasta ahora, surjan más programas en "provincia" que en la capital, aunque en ésta se concentran los estudiantes. Conviene, antes de plantear su relación con la investigación, describir brevemente sus estructuras.



La Maestría en Comunicación y Desarrollo de la Universidad Iberoamericana, a partir de su reestructuración en 1982, "tiene como objetivo preparar profesionales con un alto nivel académico y rigor científico, en cuatro áreas de la comunicación relacionadas con el desarrollo": investigación, planeación, aplicación y docencia. Ofrece tres áreas de especialización: Comunicación y Sociedad, Comunicación y Política, Comunicación y Educación. El programa está formado por cuatro bloques que suman 100 créditos: 10 seminarios obligatorios, una materia de especialidad, cursos optativos y opción terminal (tesis), y se desarrolla en un mínimo de dos años.

La Maestría en Ciencias de la Comunicación que ofrece la División de Estudios de Post-grado de la FCPS de la UNAM, "prepara a los alumnos para la docencia, la investigación o el trabajo profesional especializado, buscando proporcionar profesionales críticos". Cuenta con tres áreas de especialización: teoría, metodología y docencia, y "está conformado sobre la base de tres seminarios teórico-metodológicos (uno por semestre), tres seminarios monográficos de investigación (uno por semestre y optativos); un curso monográfico; un curso sobre sistematización de la enseñanza; prácticas docentes; investigación extraescolar y tesis de grado. Todo ello totaliza 70 créditos".

La Universidad Regiomontana imparte la Maestría en Ciencias de la Comunicación Social que busca "otorgar a los profesionales interesados en el área de la comunicación la oportunidad de ampliar su información intelectual mediante la adquisición de conocimientos sistemáticos y especializados en el área". "Al término de la Maestría el alumno deberá conocer y estar capacitado para la aplicación de todos los métodos existentes en el campo de la investigación de la comunicación". El grado se obtiene con 54 créditos, a partir del Nivel Básico, el Nivel General y el Nivel Terminal, organizados tetramestralmente.

En la Universidad Autónoma de Nuevo León, la Maestría en Ciencias de la Comunicación "identifica un Sector de la Comunicación e Información, en el cual se agrupan todas aquellas personas cuya actividad económica primordial está relacionada a la creación, procesamiento y transmisión de símbolos. Este sector, y su problemática, son estudiados a fondo en el curso del programa de maestría.

su problemática, son estudiados a fondo en el curso del programa de maestría. Para ello se dotó al estudiante de herramientas de investigación, para que, con su acción, contribuya a entender mejor el mencionado sector de la comunicación. La orientación del programa de maestría busca proveer al estudiante de una perspectiva generalista, que le permita planear las actividades de dicho sector, tanto dentro de organismos públicos como privados". Se desarrolla en cuatro semestres y consta de 100 créditos, provenientes del Area Básica, el Area de Análisis del Sector de la Comunicación y el Area de Orientación a la Planificación de la Comunicación. Además, se requiere sustentar una tesis.

Por último, la Maestría en Comunicación del ITESO busca la formación de profesores-investigadores y de investigadores-planificadores de la comunicación, que desde los ámbitos académicos y las instituciones sociales intermedias "promuevan la innovación y la búsqueda de alternativas comunicacionales que el país requiere". Su diseño es el de un taller, organizado alrededor de prácticas concretas a transformar. Requiere 100 créditos a lo largo de sus seis cuatrimestres, distribuidos en el Area Central, el Area de apoyo metodológico e instrumental y el Area complementaria. El equivalente de Tesis es el reporte final del proyecto desarrollado en el Area Central.

## 2. LA INVESTIGACION EN LOS POST-GRADOS

Parece haber algunas relaciones entre la situación de los estudios de licenciatura y el surgimiento de los programas de maestría, más allá de la "expansión vertical" de las instituciones, en el sentido de buscar en este nivel desarrollos que la licenciatura no puede cubrir, no sólo por sus avances o adecuación con las necesidades sociales y profesionales, sino también por su "descalificación" y "pérdida del objeto académico", problemática discutida ya a nivel latinoamericano. En el seminario de Cali, en 1982, se decía que

"se constata, en la mayoría de los países, una clara presión proveniente de empresas y gremios de comunicación hacia el establecimiento de post-gradados y en general hacia la formación de especialistas en el campo de la comunicación. Para algunas de estas presiones esta

ligada a la 'degradación' de los pregrados y de modo más genérico a la constatación —en términos de los empresarios— que los egresados de los pregrados 'no sirven'. Se plantea entonces la necesidad de indagar qué intereses están detrás de la proclamada necesidad de los post-gradados..."

Esta es una pregunta fundamental para los post-gradados mexicanos, ante la cual no hay respuestas categóricas en ninguno de los casos. Aunque la dependencia de intereses extra-académicos puede ser mayor

**"El hecho de que desde México, Monterrey y Guadalajara se establecieran nexos con la problemática social y profesional, quizá seguiría limitando la atención al México urbano, moderno y privilegiado".**

en otros países, convendría, antes de que las Maestrías proliferen tanto como las licenciaturas, que se pudieran clarificar algunas cuestiones al respecto. Recogiendo la inquietud, el simposio de FELAFACS en Lima, en 1983, recomendó:

"el post-grado... no puede abocarse a suplir las fallas del pregrado (...). Es necesario equilibrar las demandas sociales generales con las profesionales, empresariales. En estas últimas está la marca de la estructura social de nuestros países. Tampoco deben confundirse los cursos de post-grado con cursos de actualización profesional..."

La situación de las licenciaturas ante la investigación es, con excepciones, poco halagüeña. A pesar de que en prácticamente todas las instituciones se concede explícitamente una gran importancia a la investigación como elemento central de la formación y de la actividad académica institucional, muy pocas han logrado diseñar fórmulas que permitan aplicar en la práctica esta pretensión. En la mayoría de los casos

la situación se resuelve en la simple incorporación al plan de estudios de uno o dos cursos de metodología sin una mayor vinculación al conjunto general de la formación y a la actividad institucional. Ruben Jara analizó no hace mucho cien investigaciones empíricas, la mayor parte de las cuales habrían sido presentadas como tesis de licenciatura. Encontró, entre otras cosas, ausencia (60%) de referencias o estudios previos sobre el tema; carencia (20%) de un marco teórico; ausencia de variables de investigación (25%); incoherencia (25%) entre el problema y el objetivo; inadecuación (50%) de la estadística en el análisis de resultados; irrelevancia de las conclusiones (50%) con respecto a los objetivos; incoherencia (60%) entre los objetivos y las recomendaciones.

Con respecto a las maestrías, más allá de las declaraciones de objetivos y programas, tendríamos que revisar las prácticas tanto en el aspecto curricular, con la investigación como centro de la formación, como en el aspecto de la investigación institucional, independiente del aprendizaje de los estudiantes.

La Maestría de la Universidad Iberoamericana señala la atención, a través de la investigación, a los Problemas de Comunicación y Desarrollo, a la Planeación de Comunicación, a la Comunicación Alternativa y a Comunicación y Cultura. A los estudiantes se les exigen actividades de investigación tanto para los seminarios en que participan como en su tesis de grado. Cada alumno cuenta con un asesor académico.

La Maestría de la Universidad Regiomontana orienta la investigación hacia los Problemas de Comunicación y Desarrollo. Comunicación y Cultura, Análisis del Sistema de Comunicaciones de la Región, la Publicidad, la Comunicación Organizacional y la Información en la Empresa. En cada curso se exigen actividades de investigación a los estudiantes, así como para la elaboración de sus tesis.

La Maestría de la Universidad Autónoma de Nuevo León enfatiza el ámbito del "sector de la comunicación e información a nivel nacional e internacional (...) en sus aspectos histórico, tecnológico, socio-económico y político". Pretende dotar al estudiante "de las herramientas de investigación científica, para que pueda analizar su medio ambiente y

cómo la comunicación lo afecta". Según el diseño curricular, el estudiante deberá investigar en los seminarios del Área de Análisis del Sector de la Comunicación y para la realización de su tesis.

El énfasis de la Maestría en Comunicación del ITESO está puesto en la metodología, y dado que participamos entre sus promotores, permítasenos extender su descripción más allá de lo que hemos hecho con los otros programas, en lo referido a la investigación y su papel en la formación universitaria.

Esta maestría no se concibe sólo como un espacio en que el alumno asimile secuencialmente cierto tipo de contenidos conceptuales y desarrolle algunas habilidades y destrezas prácticas, sino como un ámbito de trabajo cuyo eje integrador esté dado por una práctica comunicacional problematizada, sobre la cual el sujeto formula y desarrolla un proyecto de transformación. El diseño curricular parte de la hipótesis teórica de que la comunicación es, esencialmente, la forma de relación humana y social mediada por los procesos de la significación y la construcción del sentido. El proceso metodológico toma la forma de un taller y habrá de permitir acumular conocimientos y experiencias sobre su propia operación entendida como comunicación y sobre el trabajo de los sujetos en relación a las prácticas comunicacionales de referencia, a partir de las cuales se avance en la comprensión teórica del objeto y se retroalimente permanentemente el proceso metodológico mismo.

Dicho proceso exige que los estudiantes aporten experiencias concretas en prácticas comunicacionales reales y proyectos para su transformación. Por ello se comienza problematizando la práctica y poniendo en juego de forma explícita el conjunto de nociones teóricas y metodológicas que el sujeto trae consigo, el sentido que el mismo sujeto se ha construido sobre su práctica, y los valores que la orientan. A partir de ahí, deberá operar una ruptura con las nociones previas y arribar a un modelo teórico que explique el sistema, el proceso, la estructura y el dinamismo de la comunicación. Como un tercer paso, el sujeto realizará un proceso de investigación que produzca conocimiento concreto sobre las variables pertinentes de la práctica comunicacional de referencia. Conjugando los aspectos teóricos, la información concreta y las

orientaciones valorales, el sujeto podrá diseñar y planificar programas encaminados a transformar la práctica problematizada. Mediante tal proceso metodológico, la Maestría pretende propiciar la apropiación personal y grupal del significado que se va construyendo en el curso del trabajo, y de sus productos concretos. Esta apropiación se desdobra en dos momentos: uno, de forma permanente, y el otro como fase terminal formativa de la Maestría, en que la recuperación y evaluación del trabajo realizado y la reflexión sobre la transformación de la práctica y del sujeto se concretan en el reporte final que sustituye a la Tesis.

**Parace haber mayores contactos de cada institución con organismos extranjeros que entre las mexicanas, y esto podría incrementar el "centralismo" y retrasar con ello el desarrollo académico, profesional y social de las Ciencias de la Comunicación en México,...**

De acuerdo con este proyecto, que comenzará a operar en agosto próximo y por tanto debe considerarse como hipotético aún, la investigación es "parte integral (no accesoria), fundamental (no opcional), y generalizada (no particular)" del diseño curricular que media el aprendizaje de la comunicación. Más concretamente, la investigación se plantea a los siguientes niveles:

- a) como actitud de cuestionamiento ante la comunicación social.
- b) como fundamentación metodológica de las prácticas profesionales,
- c) como herramientas específicas para generar conocimiento.
- d) como fundamento de los proyectos de transformación de las prácticas comunicacionales y, a través de ellas, de las sociales.
- e) como actividad institucional.

En síntesis, es claro que la información disponible no es suficiente para esbozar un análisis válido sobre las formas de inserción de la investigación en las maestrías mexicanas de Comunicación, dado que ni siquiera tan breve como en las otras tres operantes se cuenta con datos de la UNAM. Sin embargo, pueden plantearse dos cuestiones con cierto grado de coherencia: primero, que convendría una reunión de los responsables de todos los programas para "poner en común" sus proyectos acadé-

micos, especialmente en lo referido a la investigación, que todos plantean en sus objetivos; segundo, que se puede inferir el riesgo de dispersión y descalificación académica que ya caracteriza a las licenciaturas, aunque sea muy prematuro y quizá alarmista señalarlo. Nótese que ya, de entrada, en cinco maestrías hay cuatro nombres diferentes y que, a pesar de coincidencias en objetivos, perfiles y orientaciones, hay pocos elementos comunes en los cursos y en las estructuras curriculares que deberán mediar su consecución. (Cfr. Anexo sobre los Planes de Estudio). Algunos otros datos permitirán complementar mejor estas cuestiones.

### 3. LOS RECURSOS PARA LA INVESTIGACION

Existe una obvia y reiterada relación entre el desarrollo de la investigación y los recursos con que se cuenta para ello. En el caso de los cinco programas de Maestría descritos aquí, parece haber una buena dotación de algunos de ellos.

En la Universidad Iberoamericana trabajaban 10 profesores, 4 de ellos de medio tiempo, en julio de 1984; Un Doctor en Letras, seis maestros en Comunicación, dos en Sociología y uno en Filosofía. Cuenta con Biblioteca y variados equipos, pero no edita ninguna publicación. De sus 50 egresados, se han titulado?

Sobre la Universidad Nacional Autónoma de México no hay datos específicos, más se conocen suscitadamente las condiciones masivas y los recursos humanos con que cuenta la FCPS. Las publicaciones surgen principalmente del Centro de Estudios de la Comunicación. Cuatro egresados de la Maestría se han titulado.

En mayo de 1984 la Maestría de la Universidad Regiomontana no tenía aún egresados; pero contaba con 65 alumnos y 10 profesores, 9 de ellos dedicados al programa menos de dos horas diarias: un Doctor en Comunicación y uno en Psicología.

dos con Maestría en Psicología, uno en Letras, uno en Cine y cuatro con estudios no especificados. Disponía de Biblioteca y algunos equipos, y no editaba publicación.

Sobre las maestrías de la Universidad Autónoma de Nuevo León y del ITESO sólo pueden mencionarse los recursos de que disponían a mediados de 1984 para sus programas de licenciatura: en la UANL, un Doctor en Comunicación, 3 maestros en Comunicación, 3 en Psicología, uno en Letras, uno en Filosofía, uno en Lingüística, uno en Relaciones Públicas, dos en Publicidad y siete en otras áreas. Cuentan con biblioteca general, Centros de Documentación e Investigación, múltiples equipos y dos publicaciones estudiantiles. En el ITESO, un Doctor en Comunicación, dos en Sociología y dos en Lingüística; Maestros en Comunicación, Sociología, Psicología, Filosofía, 2 en Lingüística y 3 en otras áreas, biblioteca general, variados equipos, el Centro CONEICC de Documentación sobre Comunicación en México y una publicación institucional.

En lo que se refiere al financiamiento, es muy difícil conseguir datos, pero es claro que los financiamientos nacionales o extranjeros, externos a las mismas universidades, no abundan para la investigación. Incluso para becar estudiantes, el apoyo primordial se encuentra en las mismas instituciones, aunque hay algunas becas de CONACYT.

El nombramiento reciente de los Investigadores Nacionales indica, entre otras cosas muy controvertidas, la falta de atención por parte del Sistema a los investigadores de la comunicación, en este caso no sólo de los del interior del país, sino incluso de los residentes en la ciudad de México.

En suma, es difícil evaluar las perspectivas de la investigación en los post-grados mexicanos, sobre todo desde el ángulo de los recursos: no predominan los profesores con doctorados, y tampoco los post-grados en Comunicación. Aún así, la orientación de los programas que siguieron en Estados Unidos o en Europa es muy variada, y la dedicación a labores de investigación en las universidades muy limitada, quizá por falta de financiamiento, pero quizá no sólo por eso. De cualquier manera, habría que esperar a que los propios egresados de las maestrías se inco-



rarán a estas tareas, como parece suceder ya en la UNAM y en la UIA. En el simposio latinoamericano convocado por FELAFACS, se llegó a la conclusión "de que la tarea de investigación, tan vital para el desarrollo de la teoría de la comunicación en América Latina, tenía buenas posibilidades de lograrse en la medida en que los estudiantes y los profesores pudieran contar con el apoyo de fuentes de financiamiento que les permitiera contar con el mayor tiempo posible para esta tarea", y se recomendó, entre otras cosas, "buscar convenios y relaciones con instituciones no vinculadas a las universidades para aprovechar recursos humanos técnicos y financieros". Aunque no está claro a qué tipo de instituciones se refieren, podemos asumir la conveniencia de establecer estas relaciones con aquellas instancias que, o bien realizan investigación, o bien requieren de apoyo académico en sus prácticas sociales.

### CONCLUSIONES

La descripción y apreciaciones anotadas sobre las Maestrías en Comunicación mexicanas, tal como se señaló en la introducción de este trabajo, busca más señalar algunas preocupaciones que resaltar logros. Proponer conclusiones categóricas en el sentido. Para ello se han traído a co-

lación breves referencias al respecto a nivel latinoamericano, y se tendría que ubicar en el contexto de la Descentralización y la Regionalización en México, sobre lo cual hoy son más las preguntas que las respuestas que podemos exponer.

En primer lugar, el hecho de que desde México, Monterrey y Guadalajara se establecieran nexos con la problemática social y profesional, quizá seguiría limitando la atención al México urbano, moderno y privilegiado, dejando fuera del estudio otros ámbitos sociales y otros problemas de comunicación. Esto parece notable en el caso de Monterrey, pero también se ve presente en las maestrías de la capital. Se reforzaría así una acepción del centralismo de la que casi no se habla, pero que tiene plena vigencia en México, equivalente al etnocentrismo: la consideración exclusiva como "realidad" de aquellos rasgos del entorno social que nos son familiares, y la exclusión consiguiente de realidades ajenas, como serían aquellas formas de comunicación tradicional, no mediadas electrónicamente, de estructuras dinámicas o efímeras, que constituyen buena parte del entramado cultural de la mayor parte de la población. Independientemente del carácter público o privado de las universidades y de las instituciones y organizaciones con quienes pudieran estar asociadas, el desarrollo de proyectos institucionales de investigación, y la inserción de ésta como núcleo de la docencia y la extensión, podría encontrar campos fértiles, y hasta recursos, para los post-grados.

En segundo lugar, es patente también el riesgo que hemos llamado "dispersión" y que, en parte por algunas características ya señaladas, en parte por la escasez de publicaciones y contactos académicos, ya no digamos intercambios, pueda llevar a situaciones en que el producto del trabajo de unas y otras maestrías no se pueda acumular. Parece haber mayores contactos de cada institución con organismos extranjeros que entre las mexicanas, y esto podría incrementar el "centralismo" y retrasar con ello el desarrollo académico, profesional y social de las Ciencias de la Comunicación en México, realimentando los vicios ya muy denunciados: dependencia teórica, incapacidad metodológica, escasa incidencia social, descalificación profesional, y una larga lista de etcéteras. Esperemos, y trabajemos para que esto no suceda.

(Este ensayo fue elaborado en 1985)

# DIALOGOS

CCC  
ΔI  
1532

## DE LA COMUNICACION

# 20

### ENSAYO

- EUFORIA TECNOLÓGICA Y MALESTAR EN LA TEORÍA
- CONTROL DEL CONOCIMIENTO Y CONOCIMIENTO DEL CONTROL
- DESARROLLOS TEÓRICOS EN LA COMMUNICATION RESEARCH
- LA TEORÍA DEL ACTUAR COMUNICATIVO DE JURGEN HABERMAS
- CONCEPCIONES DE LA COMUNICACION Y CRISIS TEÓRICAS
- ANALISIS METODICO DE LA VERDAD EN LA COMUNICACION

### ENTREVISTA

- LA TELENÓVELA: UN JUEGO FASCINANTE

### INVESTIGACION

- LA SALSA EN CALI: CULTURA URBANA, MUSICA Y MEDIOS
- A TEORÍA NECESSARIA

### POST-GRADO

- POST-GRADOS EN COMUNICACION EN AMERICA LATINA

REVISTA TEORICA  
DE LA FEDERACION LATINOAMERICANA  
DE ASOCIACIONES  
DE FACULTADES  
DE COMUNICACION SOCIAL  
FELAFACS

En una contribución dolorosamente crítica Lucho Torres muestra como los Post-gradados en Comunicación de América Latina no han podido escapar a la racionalidad del mercado ni a los valores utilitarios y pragmáticos.

Probablemente el lector se enfrentará a un texto que podría considerar en exceso pesimista. Es tentador afirmar con él que los post-gradados proliferan con un excesivo entusiasmo, sin embargo creemos que hace falta más de un aporte para un debate que evalúe lo logrado y proyecte al futuro.

# **POST-GRADOS EN COMUNICACION EN AMERICA LATINA:**

## **¿RETORICA DE UNA REALIDAD O REALIDAD DE UNA RETORICA?**

**LUIS TORRES ACUÑA**

POST - GRADO



LUIS TORRES

Comunicador social chileno. Se desempeña como Rector del Instituto Superior de Arte y Ciencias Sociales de Chile (ARCIS). Es miembro del Consejo Directivo de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Dirección: Huérfanos 1710 - Santiago de Chile

**L**a evaluación de un imposible, o la imposibilidad de una evaluación? Lo concreto es que —de entrada— tenemos que admitir que los programas de post-grado en Comunicación Social de América Latina no se pueden conocer. Ni siquiera cuántos son. En realidad ¿alguien podría tener ese dato, por casualidad?<sup>1</sup>

Se ha hecho un esfuerzo por conseguir material y efectivamente se dispone de documentos en que aparecen los planes y programas de algunos de los post-grados existentes y por existir.<sup>2</sup> La mayoría de ellos está marcado por el sello de la propaganda y el signo de la promoción institucional. Parece realmente imposible sustraerse al hecho de la lógica de oferta y demanda formativa en que se inscribe la actividad universitaria en América Latina. De alguna manera, y con distintos acentos, se puede constatar que la formación universitaria en Comunicación Social, incluyendo el nivel de post-grado y la práctica académica en general, se encuentra sometida a una racionalidad de mercado de títulos profesionales y grados académicos. Es usual escuchar comentarios como éstos: ¡Este alumno sólo busca aquí un título ¡, o bien: ¡cuánto vale un diploma (“cartón” en chilensis vulgaris) universitario ¡, o bien: ¡la formación que este sujeto tiene, en verdad, no se condice con el título que exhibe ¡, etc., etc. Por lo demás, el régimen de remuneraciones de los académicos está sujeto a un criterio de evaluación (la muy estimada “excelencia académica”) que contempla de manera significativa los títulos y grados de cada funcionario para establecer el rango o grado de calificación y el nivel de salario que le corresponde. Inclusive, el más puro academicismo también responde y opera en y en desde el mundo de lo utilitario y de lo pragmático.

De manera que, se podría decir que una de las tantas “legitimidades” que explican la existencia de los programas de post-grado en Comunicación Social en América Latina, es el afán de cotización y cualificación profesional que mueve a los postulantes a inscribirse en ellos. Y como se trata de cotización y de valoración, se ha difundido bastante

Lo dicho hasta este instante comporta, por último, un doble problema en relación con el propósito de este trabajo: un problema de objeto o de dimensiones del objeto en relación con los alcances de esta reflexión y un problema de método, circunscrito en lo fundamental a un análisis y evaluación crítica de discurso; y secundariamente, a confrontar estos antecedentes ideológicos (en el sentido amplio del término), con la poca experiencia que, surgida desde la práctica, se puede ya sistematizar.<sup>3</sup>

material en América Latina por parte de las entidades universitarias que poseen estos programas, en la perspectiva de concitar interés y reclutar estudiantes. Insisto de nuevo: no se puede sustraer a esta lógica ningún programa que pretenda desarrollarse y legitimarse en el ámbito local y regional. Y como se trata aquí de hacer un análisis sobre este asunto, intentando “construirle” un perfil claro y distinto en tanto que objeto de estudio, es necesario develar sus problemas —o sea, quitarles el velo ideológico que los encubre— si es que se intenta realizar una actividad intelectual mínimamente digna y modestamente coherente.

## RETORICA DE LOS PROGRAMAS DE POST-GRADO

La producción discursiva sobre los programas de post-grado en Comunicación Social de América Latina se perfila en un doble eje. Uno, orientado a la difusión, información, promoción y publicidad en general de los programas; y el otro, constituido por análisis normalmente críticos que bajo la forma de artículos y ensayos, se han venido produciendo especialmente en las publicaciones de FELAFACS del boletín y ahora la revista) y de CIESPAL.<sup>4</sup>

El primer tipo de discurso está marcado por el estilo propio de unas retóricas que juegan a la seducción, pontificando estereotipos y conceptos consagrados como válidos y ciertos, pero que, en verdad, nadie entiende. Algunos botoncitos de muestra y que son comunmente utilizados en los documentos que circulan: ¿Qué quiere decir “herramientas metodológicas”, o “herramientas de investigación”? ¿Cómo entender “una perspectiva generalista”, o “una información intelectual”, o “perspectiva comunicacional”, o “soluciones rigurosamente científicas”, “conocimientos teóricos, prácticos, imprescindibles al campo de las comunicaciones”, etc., etc.?

La retórica víctima de la retórica. Pero afortunada-

---

“...se podría decir que una de las tantas legitimidades, que explican la existencia de los programas de post-grado en Comunicación Social en América Latina, es el afán de cotización y cualificación profesional que mueve a los postulantes a inscribirse en ellos”.

---

mente, sabemos, no precisamente en forma “rigurosamente científica”, que ningún discurso es ingenuo y que tras él se esconde una otra intención que es la que de verdad le da sentido al decir y a lo dicho.

También es importante consignar a esta altura que un texto que expone un plan o un programa de estudio, no es más que teoría, una intencionalidad, un abstracto que quisiera hacerse concreto, una posibilidad que se quiere hacer realidad. Y que el curso concreto y el programa concreto y el plan de estudio concreto es, en suma, el conjunto de las actividades concretas que se realizan desde y a partir de los agentes de todo este proceso, que son los estudiantes y los profesores (en ese orden).

Lo anterior quiere decir que lo que se puede estudiar en los programas de post-grado es su deseo, son los programas en tanto deseo, más que la realidad de ellos mismos. Pero, por otra parte, también asusta meterse en la lectura y análisis de los artículos y ensayos que se han producido sobre el tema. Porque aquí también nos encontramos con toda una verborrea impresionante e impresionista que nos caracteriza como “comunicadores sociales” o comunicólogos sociales (¿“comunicópatas”, tal vez?).

En efecto, existe toda una terminología clave, hipersocorrida en todos estos escritos, bajo la forma de una verdadera empleomanía conceptual y que, en lugar de “iluminar” los problemas, pareciera ensombrecerlos y hasta ocultarlos. Se habla, por ejemplo, de “desarrollo integral de las comunicaciones”, de “problemáticas de la comunicación”, de “agenda de investigación” (que de pronto aparece interminable), “realidad comunicacional”, “desarrollo comunicacional”, etc., etc. Sería ideal evaluar estos programas de post-grado. Y evaluarlo todo. Penetrar en esta maraña de verborrea para encontrarle el sentido al sentido de las comunicaciones. Evaluar, por ejemplo, los objetivos. Total ya sabemos, que “por la boca muere el pez”, que es otra forma de decir, bajo la forma de paráfrasis, “por el discurso lo conoceréis”. Y así, se podría evaluar la coherencia de los objetivos, interrogarnos si son posibles, discutir la operacionalidad con que son formulados: ¿se entiende o no?, etc., etc.

Y por el lado de lo ya escrito, tal vez lo que cabe es buscar en todos estos textos algunos elementos que permitan configurar alguna hipótesis o algún problema a tratar, con mayor profundidad. Tratar al menos de renovar la retórica y de tensionar la ya existente. Intentar una ordenación de ideas en torno de alguno de los problemas que, al menos, por la recurrencia con que son tratados, permitan suponerles una cierta relevancia en el conjunto de las cuestiones relativas a los post-grado de América Latina.

Esta podría ser una forma de superar nuestros complejos, o al menos de reconocerlos. ¿Por qué, por ejemplo, usamos tanto la palabra desarrollo?, en circunstancias que no hay ningún artículo relativo a la Comunicación Social en donde este concepto sea trabajado sistemáticamente, tanto desde el punto de vista de su sentido lógico, como de su dimensión histórica. Desarrollo, desarrollo y más desarrollo. Ese es nuestro primer complejo: ante la imposibilidad de desarrollarnos realmente, de crecer y de avanzar en el conocimiento de nosotros mismos, y de querer ocultar nuestro subdesarrollo, clamamos incesantemente: desarrollo, desarrollo.

## LA CUESTION DE LA PRODUCCION TEORICA

El origen y sentido de los programas de post-grado en Comunicación Social en América Latina, está y debiera estar estrechamente ligado al origen y sentido de la producción teórica en esta misma área disciplinaria, en nuestro Continente. Conviene recordar, por de pronto, que los grandes problemas estructurales que atraviezan a lo largo y ancho a toda la región, y que afectan significativamente todos los múltiples ámbitos y aspectos de nuestra realidad, también se dan y de la misma manera, en el terreno de la teoría.

En el origen, América Latina fue pensada y aún concebida desde afuera. Se le inventó un nombre y se le atribuyó un mundo, suplantándole el mundo original que aquí había. El pensamiento occi-

dental se instaló acá justificando desde sí mismo este “descubrimiento”. Así, todas las teorías, las religiosas y las políticas, las económicas y las educacionales, la filosofía y la ciencia, las artes y la cultura, etc., etc., venían ya definidas antes de constituirse como “propias” de América Latina. Este es el marco en que se desarrolla la Comunicación Social en América Latina y las teorías que pretenden explicarla.

El sistemático fracaso de los gobiernos, de las fórmulas políticas, la aplicación mecánica de modelos ajenos a América Latina, llevó a nuestro mundo a interrogarse sobre sí mismo: ¿por qué tanta dependencia, tanta injusticia social, tanto desarrollo desigual, tantas diferencias culturales y subculturales, tanto etc., etc. (para qué seguir enumerando?). Y entonces empezó a surgir otra teoría. Una teoría fundada en la rebelión; una teoría no dispuesta a aceptar lo que otros piensan de nosotros. Una teoría desde América Latina, por América Latina y para América Latina. Y en eso estamos ahora. Buscando no sólo nuevas respuestas, sino también otras preguntas. La sola constatación de que los más graves problemas que siempre ha tenido América Latina subsisten, es la prueba más elocuente del fracaso de “nuestras” teorías. Este marco es el que constituye la referencia fundamental desde el cual, tal vez podamos entender la “problemática de la Comunicación Social”. Por eso, es que se enfatiza tanto en la cuestión del control ideológico, de las hegemonías y de las dependencias culturales, en la instrumentalización política y económica de los medios masivos, en la suplantación de la educación masiva de los medios por la “tontificación” masiva que ellos producen en la población de América Latina, etc., etc.

En este contexto, cuando la Universidad latinoamericana asume como suya la problemática de la Comunicación Social, lo hace desde esta gran contradicción: o bien contribuir a afianzar este terrible flagelo de la dependencia, o tratar de subvertirla. Y es por eso que coexisten el funcionalismo con el marxismo, la teoría de la información y el estructuralismo, Mc Luhan y la Escuela de Frankfurt, las “nuevas tecnologías” y la Comunicación Popular, el análisis de discurso y los cursos de publicidad, etc., etc.

¿Hasta dónde los programas de post-grado están conscientes de esta problemática? Estudiando seriamente lo que se ha planteado y lo que se ha escrito sobre los problemas de los post-gradados, no se tiene una visión optimista, no se advierte lucidez. Más bien, predomina, como ya se ha dicho esa retórica francamente deplorable por lo ya gastada, incapaz siquiera de decir algo novedoso y sustan-

tivo. Más aún, hasta el momento debemos admitir que la precaria y aún embrionista Teoría de la Comunicación Latinoamericana que se ha producido y se está produciendo, se desarrolla fuera y al margen de los programas de post-grado en Comunicación Social. Incluso los paradigmas generados en las recientes décadas pretéritas, como el de Pablo Freire, relativo a la educación popular, y el de Mattelart y su equipo, centrado en develar la estructura de poder de los medios y las ideologías que comportan, no sólo no han sido superados, sino que, incluso, muchas imitaciones, más que copias, parecen caricaturas de ellos.

Por otra parte, los ataques contra el funcionalismo, no solo no son solventes, en tanto se les descalifica desde su ignorancia, o al menos descontextualización, sino que muchas veces expresan la lucha de una dependencia que quiere sustituir a otra; ante la hegemonía norteamericana opongamos la europea; ¡muera el funcionalismo y viva el estructuralismo; Y entonces, ¿de qué formación metodológica se trata, cuando se trata de formar un Comunicador Social? Pensemos por de pronto que la noción de Comunicación Social, instalada como sustituto, más amplia y modernizante entre comillas que el de periodismo también viene con trampas. Fue aceptado sin polémica y sin grandes críticas. Sonaba mejor a nuestros ansiosos oídos de escuchar por fin cosas nuevas y tenía también, para variar un pedigree foráneo: venía de EE.UU. ¿Qué gran reivindicación; ampliamos nuestra problemática del periodismo a la Comunicación Social, como una forma más de emancipación nucleada en torno de una nueva palabra mágica: “Comunicación Social”, término — ¡oh paradoja de paradojas;— profundamente funcionalista, concepto surgido desde la propia sociología norteamericana, noción inspirada en el afán de racionalizar un área que el desarrollo de la industria cultural en los EE.UU. imponía de difusión masiva, sino más bien de manipularlos y controlarlos en beneficio de un dividendo económico y también ideológico. El auge de la teoría efectista, interesada no en medir los efectos, sino más bien, preestablecerlos desde las estrategias de emisión: la cuestión era tener resultados confiables que garantizaran una mayor venta para una mayor y más variada masa receptora. Y entonces la Comunicación Social es un sustituto del periodismo, en la misma medida en que lo es la ciencia respecto de un oficio no racionalizado ni suficientemente tecnificado.

Pero este tema sirve sólo como ejemplo de las preocupaciones teóricas relativas a este objeto llamado Comunicación Social. Tanto el funcionalismo, o el estructuralismo, o el marxismo parecen cuestiones

---

“Estudiando seriamente lo que se ha planteado y lo que se ha escrito sobre los problemas de los post-gradados, no se tiene una visión optimista, no se advierte lucidez”.

---

tratadas desde una contemplación normalmente embelesada por los artefactos que las constituyen. La existencia de estas teorías y su importancia no se puede desconocer si es que se quiere trabajar en serio en la producción teórica relativa al área de Comunicación Social. Lo que se echa de menos, en la producción teórica que se desarrolla en nuestro continente, es la carencia de preguntas por los fundamentos de las teorías. La despreocupación por estudiar los puntos de partida, la forma como se constituyen los conceptos, la naturaleza de las explicaciones, la falta de capacidad para la desconstrucción de los discursos, en fin, la falta de radicalidad en el acercamiento a las teorías.<sup>5</sup>

Hoy por hoy, la producción teórica que pretenda originalidad, profundidad, perspectiva crítica, etc., supone establecer rupturas epistemológicas, de lo contrario, en el mejor de los casos se desarrolla una reproducción teórica, normalmente cerrada y cuasi autárquica, incapaz de replantearse a sí misma.

En los programas de post-grado en cualquier disciplina, parece claro que la cuestión de la producción teórica constituye una preocupación central. De hecho, se puede afirmar, esquemáticamente, que la diferencia entre pre y post-grado, a nivel de la teoría, no es precisamente un problema de cantidad, ni siquiera un problema de calidad, en el sentido de un mayor o menor nivel teórico (¿cómo medir esto?). En los pre-gradados, la teoría está tensionada por su aplicabilidad a la hora de ejercer un oficio; en los post-gradados, en cambio, la teoría misma es el objeto de trabajo, en la perspectiva de su desarrollo como tal teoría. Así, los post-gradados debieran ser un espacio y una instancia de renovación teórica, un lugar de búsqueda, de observación y reflexión. Un lugar donde se reconozca por ejemplo, que se está pensando la cuestión de la Comunicación Social desde y a partir de la realidad latinoamericana. Que esto último no sólo perfila el objeto, sino también la mirada sobre el objeto. Que el desarrollo teórico pasa necesariamente por la crítica teórica, por un diálogo fecundo, abierto desenfadado con las teorías consagradas, buscando en ellas comprender sus fundamentos y su racionalidad. Cómo llegan y cómo

se aplican en América Latina. Dónde está lo axiológico y dónde lo operacional de ellas. Para qué sirven y para qué no sirven.

Son éstas cuestiones las que subyacen a la pregunta acerca de: ¿cuánto de funcionalismo, cuánto de sociología, cuánto y qué de psicología social, cuánto de las teorías acerca de la ideología, cuánto de semiótica y análisis de discurso, etc., etc., debe existir en los planes y programas de estudio? Parece claro —y ya debiera parecerlo hace mucho rato— que no se trata de una cuestión de cuánto, que no se trata de una burda negociación ideológica, la instancia de diseño de un currículum.

Lo dicho, refuerza la necesidad de la ruptura epistemológica, afán por develar los supuestos; de manera de desmontar los marcos teóricos preestablecidos, en la perspectiva de avanzar hacia la constitución de nuestros propios marcos teóricos.

Lo contrario consistiría en limitarse a copiar o fotocopiar los programas de post-grado de Europa y EE.UU., aceptando, eso sí, que nunca la copia supera al original, y que si América Latina está interesada en desarrollar programas de Maestría y Doctorado en Comunicación Social, no es para ofrecer un proyecto formativo “alternativo” y alternativo de los existentes en esos países, sino simplemente para reproducirlos, reproduciendo con ello las carencias endémicas que comporta la dependencia.

## LA CUESTION DE LA FORMACION

Aunque pequemos por insistente y reiterativo, parece necesario recordar que entre las tantas ingenuidades —por decir lo menos— que se cometen normalmente cuando se reflexiona sobre los problemas de la Comunicación Social en América Latina, está la confusión permanente entre el deber ser y el ser histórico social concreto de la cuestión planteada. Constituye una constante en los diferentes discursos sobre el tema, la mezcla confusa e inorgánica, entre los principios y el marco axiológico, particularmente, ético e ideológico que inspiran o supuestamente inspiran, tanto el objeto de estudio

como el estudio mismo, por una parte; y por otra, la preocupación por manejar datos y ojalá cifras que permitan describir fenomenológicamente a este mismo objeto. Es una suerte de ambivalencia entre un idealismo que desciende desde nuestras ideologías cotidianas más soterradas y hegemónicas y un positivismo chato que pretende delegar en la apariencia de los hechos una forma de verdad que en el mejor de los casos conlleva una cuota importante de escepticismo. Si ésto es común a todos los juegos de problemáticas y "solucionáticas" en que se mueven los discursos académicos que hacen referencia a la cuestión de la Comunicación Social en nuestro continente, con mayor razón este fenómeno se acrecienta cuando se debate el asunto de los programas de post-grado que —hoy por hoy— tienden a proliferar con un excesivo entusiasmo en las escuelas de comunicación de América Latina.

Pensemos por de pronto, en las enormes carencias y en la flagrante indigencia teórica y metodológica incluyendo aquí, a la propia didáctica con que operan los programas de pre-grado en la región; al menos esto genera una razonable desconfianza sobre el estatuto académico con que se trabaja en el ámbito de los planes de doctorado y maestría.

Ya hemos reflexionado sobre la cuestión de la producción teórica, que constituye uno de los ejes claves de todo programa de post-grado. Ahora se hace necesario adentrarse en el asunto relativo propiamente a la formación, el cual representa otro momento decisivo del mismo.

Una primera cuestión, se refiere a la materia disciplinaria, objeto de la formación. Globalmente se podría decir que está constituida por la comunicación en tanto que teoría y los oficios superiores que devienen de ella, más allá de los que se desarrollan en el terreno de los pre-gradados. En este último nivel, tradicionalmente se capacita para los oficios de periodistas, publicistas, relacionador público, comunicador audiovisual, y también para un oficio más genérico, que por ser tal, no es fácil encontrarle una especificidad: el Comunicador Social.

Respecto de esto último, hace rato que hace falta un intento serio por estudiar en profundidad lo que este término involucra o supone, en el marco general de las tareas que a la universidad latinoamericana le compete, incluyendo, evidentemente a la FELAFACS. (Los elementos que a continuación se señalan pueden contribuir modestamente en esta dirección, si bien se van a centrar en la formación de post-grado).

La noción de maestro, de doctor comporta una cuestión de status y de nivel de oficio académi-

co. Si como se ha dicho, la teoría constituye el objeto de trabajo, tendremos que admitir, entonces, que la formación a nivel de post-grado apunta a la producción y reproducción de cuadros de intelectuales y agentes culturales capaces de generar, desarrollar y multiplicar los procesos de formación de nuevos comunicadores sociales; pero además, y muy estrechamente vinculado con lo anterior, individuos capacitados para desarrollar procesos de producción de conocimiento, en particular sobre la base de investigación. En otras palabras, formar docentes e investigadores en Comunicación Social.

Pero existe otro ámbito, tanto más relevante que los anteriores y que, no obstante que se ejerce una gama importante de oficio en él constituye, sin embargo, un terreno hacia el cual los actuales comunicadores sociales normalmente no acceden, o si lo hacen es después de muchos años de oficio acumulado. Se refiere este ámbito al de la fijación de políticas de comunicación, procesos de planificación en Comunicación Social a nivel micro y macro social, diseño de estrategias, proyectos y campañas de Comunicación Social: Como la conducción de un periódico, de un canal de T.V., la concepción y creación de una revista, la labor de comunicación que se ejerce desde el aparato del Estado inscrito en estrategias más globales de salud pública, educación masiva, estrategias vinculadas con el desarrollo industrial o agrícola, estrategias políticas propiamente dichas, etc.

En todos estos ámbitos y muchos otros, está presente la cuestión de la Comunicación Social, como área problema, como tarea que reclama una especificidad de aporte y que hoy se ejerce de manera muy burda o muy intuitiva. Normalmente, cuando allí hay algún proceso proyectual que ha sido planificado, lo es gracias a la intervención de un psicólogo, un sociólogo, un economista. Excepcionalmente hay allí un comunicador social, que se ha forjado en la universidad y no un mero profesionalista, que por sus años de oficio y de circo político ha accedido a ese nivel de labor.

No se está hablando de una especialización, la cual personalmente me parece no pertinente a los oficios del comunicador social en este nivel de post-grado: la especialización, en cualquier disciplina supone dos condiciones. La primera, la existencia de una demanda significativa a nivel del mercado ocupacional y que impone asignar recursos a la universidad para cubrir esta demanda. Y la segunda, la existencia de un nivel de complejidad suficientemente alto, como para que el sujeto que se está formando pueda, a la vez que estudiar esta especialidad, adquirir paralelamente una otra formación

---

“Cuando la Universidad latinoamericana asume como  
suya la problemática  
de la Comunicación-Social lo hace desde esta gran  
contradicción: o bien contribuir a afianzar este terrible  
flagelo de la dependencia, o tratar de subvertirla”.

---

sistemática.

De lo que se trata entonces, es de una cuestión de status, de oficio de un intelectual de la Comunicación Social, cuyo nivel de conocimiento y habilidades es coherente, en tanto que tal nivel, con el de un médico, un ingeniero, un arquitecto, un sociólogo, etc. El status de inferioridad que se le reconoce al comunicador social en América Latina, respecto de estos otros oficios profesionales mayores descritos, se debe, precisamente, a esta incapacidad endémica que el comunicador social tiene para planificar, para diseñar estrategias, para proyectar en definitiva su oficio con propósitos y objetivos y métodos y capacidad de evaluar en tareas de corto, medio y largo plazo y en una labor inter y multidisciplinaria con otros profesionales. Lo anterior no procede tan solo de la lógica exclusivamente formativa y de la normativa socialmente institucionalizada y la deontología que consagra a la Comunicación Social como oficio profesional. No obstante que esta es un área en donde es necesario desarrollar toda una estrategia reivindicativa que se inscribe, por de pronto, en las llamadas políticas de comunicación, materia que en definitiva no es más que la lucha de los comunicadores sociales por instalar la problemática de la Comunicación Social en las grandes cuestiones de la política, este problema también tiene sus fundamentos en el terreno propiamente teórico.

En efecto, cuando se plantea la cuestión de la formación teórica se está en un terreno profundamente complejo y ambiguo. La cuestión de la Comunicación Social como teoría es en definitiva la lucha por acceder a un conocimiento de una especificidad, que está profundamente contaminada y vinculada con otras cuestiones también de orden teórico, con las cuales se relaciona de múltiples maneras. Está por ejemplo, la cuestión de que en qué medida la sociología, la semiótica, la psicología, la teoría de la información, etc. participan del mismo objeto, en tanto que se ocupan de la Comunicación Social. Hay aquí una falta de timón. De un eje o núcleo articulador desde el cual se proyecten líneas abismales que permitan delimitar el momento y el lugar en que el problema planteado pertenece a otro ámbito distinto. Por el momento, se

sigue jugando con las flechitas de los modelos de comunicación clásicos y no tan clásicos, intentando despejar la hegemonía del emisor y la unidireccionalidad de los procesos comunicativos, sin buscar en los procesos sociales y en los fenómenos socio-culturales y políticos, no el contexto (que es otra forma de texto), sino los elementos fundantes y articuladores de los procesos de comunicación propiamente tales. Por de pronto, el modelo de comunicación, si es que existe es dialéctico, incluso desde su raíz etimológica; y esta dialéctica de la comunicación está enmarcada por las distintas formas de relación social, entendiéndose que la comunicación no es más que una forma más de ella. Pero además, por las diferentes prácticas sociales, porque la comunicación es también una práctica social.

La falta de búsqueda, de una visión totalizadora que se juega por la mirada política, en el sentido más pleno del término, es una carencia que si a nivel de los pre-gradados se lleva con pesar, en los post-gradados constituye una falta grave, tan grave que desdibuja el status al cual se quiere acceder con él. Constituye una necesidad imperiosa buscar y desarrollar un criterio que unifique y ubique teórica e históricamente los problemas, de un centro o de un método capaz de ofrecer un norte claro y fecundo que oriente la práctica intelectual.<sup>6</sup>

No se trata de jugar o creer nuevamente en las verdades reveladas, ni a transformar en religión a cualquier modelo o teoría, por muy de moda que esté. De lo que se está hablando es de la permanente reflexión crítica, no cruzando citas y textos sino preocupados por interpretar nuestras realidades, con todos sus complejos, procesos de constitución ideológica y cultural, tensionando las interpretaciones que se han hecho de estos procesos.

En esta perspectiva, la formación teórica a nivel de post-grado debiera trascender las opciones contenidistas, expresadas en la sobrevaloración de las materias teóricas y de su forma de enunciación —su retórica seductora— hacia las habilidades intelectivas que se pretenden desarrollar en los estudiantes: no se trata tan sólo de proponer el tratamiento de tal o cual concepto como materia de

estudio, sino más bien, se pretende precisar lo que el alumno pueda realizar a nivel teórico y a nivel práctico con esos contenidos.

Por otra parte, si se trata de formación teórica, la cuestión es abordar aquellas teorías que se interrogan por los fundamentos de nuestra realidad latinoamericana, sea a nivel de la cultura, la política, las relaciones sociales, la estructura social, etc.

Y esto supone un abordaje no sólo epistemológico como ya se ha dicho, sino también histórico.<sup>7</sup>

Y pensemos que la aproximación histórica a los procesos de comunicación es normalmente episódica, inhabitual. Los comunicólogos sociales son ahistóricos no sólo porque desconocen el método histórico, sino además, porque no les interesa abordar su objeto de estudio en tanto que realidad histórico social. No hay inquietud por la génesis de los procesos de producción de sentido, ni tampoco por los modelos o categorías que se utilizan para interpretarlo. Se aborda en el mejor de los casos, a la teoría en tanto que estructura lógica, que es lo mismo que decir en tanto que pura teoría.

En definitiva lo que se quiere decir, es que el fundamento de la formación teórica responde a la necesidad de abordar exigencias socio-culturales propias del quehacer universitario, como la de estudiar la propia realidad comunicacional en sus elementos constitutivos. Pensemos que fraguar el perfil de un profesional universitario de nivel de post-grado es, de alguna manera, plantear una estrategia de intervención social, proponer un modo de enfrentar la realidad, desarrollar un plan de intervención intelectual capaz de reproducirse y desarrollarse críticamente. La cuestión no se agota en una versión de profesor o investigador simplemente capacitado a reproducir lo que ya existe, sino más bien se trata de postular la formación de un agente cultural que avance más allá de lo establecido y lo ya consagrado.

Se liga con lo planteado, la cuestión de la formación metodológica, porque formación teórica y adiestramiento metodológico constituyen una unidad indisoluble: no hay teoría sin método y viceversa.

Pero la cuestión del método proporciona e incorpora ciertos elementos específicos muy importantes en la formación de un intelectual. Por de pronto la formación metodológica permite romper con el conocimiento enciclopedista, y subvierte también la perspectiva puramente académica o academicista. Formar a un post-graduado es formar un metodólogo. Un sujeto capacitado para abordar problemas, para detectarlos, identificarlos, formularlos, priorizarlos, dividirlos en subproblemas,

evaluarlos y también, y sólo por esto, para proponer soluciones. Hablamos de método no sólo para investigar, sino también para planificar, para organizar un plan de estudio, para realizar un seminario, para evaluar a un estudiante: método es pues un recurso básico de todo trabajo intelectual. Incluso de la lectura. Porque, ¡hablemos claro!, hoy por hoy se lee muy poco y eso se refleja en la escritura y en la expresión oral. Un post-grado debe recuperar terreno en estos ámbitos.

Se debe demandar una práctica de lectura sistemática, lecturas clásicas y lecturas de lo que hoy se produce. Pensemos que los propios trabajos de los comunicadores sociales se leen muy poco, más bien, no se leen entre los comunicadores sociales. El "pedigree" de los textos foráneos es imposible de superar desde la escritura y producción bibliográfica local.

También se debe estimular una práctica escritural, pues existe una suerte de agrafia, de miedo a escribir,<sup>8</sup> que frena toda la posibilidad de desarrollo intelectual. Y pensemos además, que una formación metodológica, para que sea tal y no se transforme en una burda metodolatría, debe asentarse en el desarrollo de habilidades intelectivas básicas: en la capacidad para comparar, para develar supuestos, para formular un concepto, o un problema, para postular una hipótesis o desarrollar un pensamiento estructurado. Se desea formar un alumno crítico, sin embargo, no nos hacemos cargo de que la crítica constituye un rango superior de habilidad intelectual. Como señala Gramsci, a propósito de lo dicho, "la universidad tiene la tarea humana de educar el cerebro a pensar de modo claro, seguro y personal librándolo de lo nebuloso y del caos en que amenaza sumergirlo una cultura inorgánica pretenciosa y confucionista."<sup>9</sup> Es obvio que existen dificultades importantes que limitan las posibilidades de constitución y despliegue de los programas de post-grado, afines a las necesidades e intereses que los inspiran. Pero ese es el desafío. América Latina trabaja siempre desde la carencia y sólo el esfuerzo y la voluntad permiten superar las dificultades que se presentan.

Está por ejemplo el asunto de los recursos humanos y materiales. Faltan docentes calificados y dinero para financiarlos. Pero el propósito es justamente este: capacitar a nuevos docentes más calificados. Y entonces el post-grado debiera tener un efecto al interior de las propias escuelas, elevando el nivel de formación de los que ya existen, en especial el de los jóvenes.

Peró también los recursos afectan a los estudiantes, no sólo en las limitaciones para adquirir textos, muchos de los cuales no se encuentran en el país,

sino además, un post-graduante es ya una persona con compromisos que requiere trabajar o al menos autofinanciar sus estudios y que en fin, no puede tener una dedicación exclusiva a su formación como ocurre por ejemplo en Europa y EE.UU. Por lo demás, en América Latina no abundan los sistemas de becas, los cuales podrían contribuir de manera significativa en el desarrollo de los programas de post-grado.

En estas condiciones, al estudiante no se le puede exigir dedicación exclusiva, normalmente las clases son a nivel vespertino, y por las actividades que los alumnos despliegan durante el día, no se les puede exigir mucho trabajo de estudio y de lectura. Con distintos acentos estas materias han sido debatidas en las reuniones técnicas de post-grado organizadas por la Federación, y lo que indicaría la experiencia es que se hace necesaria una planificación que racionalice los recursos y los horarios, la carga académica, los métodos de trabajo y de evaluación y de calificación, buscando optimizar al máximo el rendimiento. La experiencia indica también que cuando se obtienen buenos resultados —y se garantiza la obtención de buenos resultados— es posible desplegar las condiciones subjetivas más allá de lo que ofrecen las restricciones objetivas. Por otra parte, está la cuestión de la demanda formativa. En general, los postulantes a post-grado no representan un porcentaje numeroso y altamente calificado. Normalmente es muy diverso, pues procede de distintas disciplinas ajenas a la Comunicación Social. Es gente interesada pero que posee normalmente vacíos importantes en su formación.

Se ha discutido en este punto la cuestión de la nivelación y la creación de cursos que introduzcan rápidamente a los estudiantes en la problemática de la Comunicación Social. Esta es una opción importante que hay que considerar en el marco general de lo que se ha planteado en las páginas precedentes: De hecho, la noción de cursos introductorios es problemática, pues si se introduce solamente, ¿en qué queda la cuestión de la profundización y de la "salida"? Hay aquí una cuestión de contundencia y de solidez en la concepción curricular. También es complicada la cuestión de la evaluación en los post-gradados: cómo evaluar, qué evaluar, cuántas veces evaluar y calificar, etc. constituyen materias no siempre bien resueltas y que reclaman un tratamiento serio, en donde las dinámicas de los estudiantes —en términos de posibilidades, expectativas y necesidades— deben ser suficientemente acogidas. El eje de esta preocupación la debiera constituir el afán por la producción inte-

lectual del alumno, exigirles el desarrollo de hipótesis, de pequeños ensayos y propuestas teóricas, etc.

En fin, se ha intentado identificar los grandes problemas que cruzan toda la concepción y puesta en marcha de los post-gradados en Comunicación Social de América Latina. Hemos iniciado este artículo con la hipótesis de que ellos no se pueden evaluar, ni siquiera conocer en profundidad, y esto es muy cierto. Entonces de lo que se trata, es de que al interior de cada programa y de cada universidad, se trabajan estos asuntos, porque es la realidad específica que cada una de ellas tiene, la que tiene que constituirse en la fuente principal de cualquier estudio que pretenda hacerse cargo de estos programas. Las preocupaciones y reflexiones aquí desarrolladas buscan acoger los aspectos más relevantes que —de manera recurrente— se han venido planteando en el último período en los escritos y en las reuniones técnicas realizadas en el marco de las políticas de la FELAFACS.

#### Notas.

1. En la III Reunión Técnica Iberoamericana de Estudios de Post-grado en Comunicación Social, se registraron, en principio, los Programas de las siguientes Universidades Iberoamericanas:

#### *Post-gradados en funcionamiento.*

Universidad Católica de Sao Paulo, Universidad de Sao Paulo, Universidad Federal de Rio de Janeiro, Instituto Metodista de Ensino Superior, Universidad de Brasilia (Brasil); Universidad de Chile, Instituto Superior de Arte y Ciencias Sociales (Chile); Universidad Central de Venezuela (Venezuela); Universidad Iberoamericana, Universidad Nacional Autónoma Metropolitana, ITESO — Guadalupe (México); Universidad de Puerto Rico (Puerto Rico); Universidad Complutense, Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad de Navarra (España).

#### *Post-gradados en proceso de organización.*

Universidad de Panamá (Panamá), Universidad Autónoma de Santo Domingo (República Dominicana), Universidad Centroamericana (Nicaragua).

#### *Post-gradados en proyecto.*

Pontificia Universidad Javeriana (Colombia), Universidad de Lima (Perú).

2. Ver Boletín FELAFACS Nr. 12, pag. 2 y 3; Boletín Nr. 16, pag. 31 a 34; Boletín Nr. 13, pag. 21 a 25.
3. También habría que consignar las tres Reuniones Técnicas que ha realizado FELAFACS, la última de las cuales fue dada a conocer en el Boletín Nr. 15 de la Federación, pag. 9 y 10.
4. En Revista Chasqui, ver Nr. 11, pag. 12 a 19; y Nr. 15, pag. 67 a 72. Se trata de artículos relativos a la formación y que tematizan actividades de FELAFACS.
5. Carlos Ossandón, "Bases de Curriculum de Filosofía", documento de trabajo, ARCIS, Santiago de Chile 1987, pg. 4.
6. Op. cit. pag. 4
7. Op. cit. pag. 1
8. Op. cit. pag. 4
9. Op. cit. pag. 4



ccc  
AI  
1532

Federa-  
ción Lati-  
noamericana  
de Asociacio-  
nes de Faculta-  
des de Comuni-  
cación Social.  
**FELAFACS.**

N° 14

JULIO DE 1986



NSAYO



Una reflexión de enorme valor  
para las Escuelas

## LA FORMACION PROFESIONAL DE COMUNICADORES

Durante el año de 1984 y parte de 1985, -FELAFACS-, realizó una investigación sobre "La Formación Profesional de Comunicadores Sociales en América Latina. Pregrados y Postgrados". Esta investigación tenía como objetivo principal, presentar un diagnóstico de la situación en estos dos niveles.

Los resultados de esta investigación fueron publicados en un documento, que la Federación envió a las diferentes escuelas de la región en 1985.

Las conclusiones y recomendaciones de este informe, fueron retomadas en la "Reunión Internacional de Expertos", que nuestra Federación realizó en Lima, durante los días 16, 17 y 18 de septiembre del año pasado. A esta reunión asistieron representantes de organismos internacionales e investigadores de la comunicación social.

El presente documento elaborado por las investigadoras colombianas Angela María Godoy y Claudia Lucía Herrán recoge algunos de los aportes más importantes que fueron discutidos durante este encuentro. Se hará énfasis en aquellas problemáticas que han sido poco estudiadas en pasadas investigaciones. Se recomienda a las escuelas, que este informe sea tomado como punto de reflexión para las actividades que están adelantando en lo relacionado con la reestructuración de sus procesos de formación.

Por último, la Federación quiere expresar su agradecimiento a la Fundación Konrad Adenauer y a UNESCO, por todo el apoyo que han prestado a las escuelas, especialmente en la realización de la investigación y en la "Reunión Internacional de Expertos".

## I. Algunos presupuestos para abordar la problemática de la formación de comunicadores sociales en América Latina.

Abordar la problemática de las escuelas o facultades de comunicación en América Latina implica partir, antes que todo, de su inserción dentro de una sociedad o contexto global, lo que convierte su definición académica en una mediación de las necesidades sociales.

En este sentido lo que se plantea, es la

necesidad de revisar el tipo de integración que se produce entre la universidad y su contexto. Integración que ha dejado por fuera aspectos como los conflictos sociales; el desarrollo tecnológico; la diversidad de "matrices culturales" desde donde se producen y consumen los procesos comunicativos e inclusive, el paulatino abandono que se ha operado en la mentalidad universitaria, de la necesidad de una reflexión sobre los formatos y lenguajes que operan en la industria cultural.

El desarrollo histórico de las escuelas de comunicación nos permite verificar cómo la universidad se ha integrado con ese contexto, dejando de lado muchos aspectos importantes.

Un primer tipo de opción académica fue asumido por las pioneras escuelas de periodismo que intentaron capacitar personal, respondiendo a una demanda concreta del mercado laboral, desde un concepto restringido de la comunicación.

En un segundo momento, la transformación de las escuelas de periodismo en facultades de comunicación, nos permite detectar cierta apertura hacia el ámbito de las ciencias sociales. Apertura que multiplica o diversifica el perfil del comunica-



dor, al precio de una inseguridad que desembocó —en muchos casos— en una miope percepción de las demandas sociales.

Con la ampliación del perfil profesional, se produce una proliferación de escuelas y un tercer tipo de opción académica, que se caracteriza por la predominancia de los campos alternativos de la comunicación, dejando de lado problemas tan importantes como los de la industria cultural y su relación con los medios masivos de comunicación. En la actualidad podemos observar una apertura desmedida cuya consecuencia ha sido la falta de definición académica de las escuelas.

Este breve recuento del desarrollo histórico de las escuelas, pone de manifiesto, que la integración entre las universidades y su contexto, se ha caracterizado —fundamentalmente—, por una fragmentación de la totalidad de los procesos comunicativos presentes en la sociedad: la reflexión de la problemática comunicativa dentro de las escuelas, no puede proyectarse sobre un sólo aspecto de la realidad, desconociendo su relación con la totalidad en que se encuentra inmersa.

Desde esta perspectiva se hace necesario realizar una tipología de las escuelas de comunicación en la región.

Un primer paso en la realización de este trabajo, exigirá una respuesta individualizada, ésto es, que cada escuela reflexione sobre su relación con el entorno en aspectos como:

- Crisis de la educación, especialmente del sistema universitario.
- Presión del mercado laboral, que implicaría un estudio de la demanda económica.
- Estudio de las políticas de selección y admisión de los estudiantes.
- Estudio de la capacidad de absorción de los medios.
- Exploración del mercado "potencial", para identificar nuevas necesidades.
- Estudio del campo de trabajo de los egresados.

El contenido de una respuesta académica a las demandas del contexto, se podría pensar, en un primer momento, desde los niveles de formación. Una división integrada del trabajo desarrollado por los pregrados y los postgrados, permitiría enfrentar diferentes aspectos de la problemática comunicacional global, de una manera complementaria y especializada. Surge entonces una preocupación fundamental: ¿Cómo y en dónde ubicar el trabajo de los dos niveles de formación?

### a) El quehacer en los pregrados

En el caso de los pregrados, el trabajo debe ser pensado desde el "sistema comu-

nicacional", entendido como referente histórico, pero recuperando otros usos diferentes a los establecidos.

La formación en los pregrados debe proporcionar al estudiante, un conocimiento de cómo funcionan los medios como resultado de un modelo configurado históricamente.

En este proceso de reconocimiento, el estudiante deberá asumir la existencia de otros procesos de comunicación que se gestan en otros ámbitos y niveles y que no se agotan en su relación con el sistema comunicacional hegemónico.

De esta manera, el estudiante podrá identificar las posibilidades de dar otros usos diferentes a los establecidos, recuperando para ello, la creatividad y la sensibilidad en orden a una producción alternativa.

La promoción de la creatividad plantea el reto de trabajar la investigación como estrategia metodológica del proceso enseñanza-aprendizaje. La práctica investigativa en los pregrados, no se puede reducir a la aplicación de "fórmulas" de conocimiento. Es necesario que la investigación en los pregrados piense en la producción. Esto significa, entender la producción como espacio y objeto de investigación.

La investigación —pensada desde esta perspectiva—, debe asumir la pluralidad de modos de comunicación:

- Modos por "matrices culturales", étnicas, de clase, regionales y locales.
- Modos a partir de ámbitos: masivos, comunitarios, barriales, municipales, etc. Esta postura exige dejar de lado la oposición entre lo popular y lo masivo.
- Modos a partir de las diferentes prácticas: educativas, organizacionales, políticas, etc.

En este sentido, el proceso formativo se entenderá, como una progresión que va desde el aprendizaje de los diferentes modos, medios y procesos de comunicación (derivado de la integración entre las asignaturas y talleres), hasta una etapa de producción, que se vincule a la solución de problemas o demandas sociales específicas.

Una estructura curricular que responda a esta propuesta específica, tendrá que asumir la organización de un ciclo básico de aprendizaje, y un segundo momento de investigación-producción.

El profesional, egresado del pregrado, estará capacitado para generar una producción creativa en función de las demandas de su contexto social, y a partir de una especialización concreta.

b) El quehacer en los postgrados.

Retomando la idea de la n integra-



da entre los quehaceres del pregrado y del postgrado, hay que resaltar el hecho de que los postgrados no pueden convertirse en el espacio para suplir las deficiencias formativas del nivel de pregrado.

Este planteamiento no descarta la posibilidad de que la problemática y las deficiencias de los pregrados, se convierta en un posible objeto de reflexión para aquellos postgrados interesados en ofrecer una línea de especialización en el área de la docencia en comunicación.

La teoría —entendida como producción y reproducción del conocimiento—, debe ser una de las tareas y prioritarias de este nivel de formación.

Los cursos de postgrado deben manifestar una vocación por la búsqueda de la especificidad de la comunicación, reconociendo para ello su identidad latinoamericana, es decir, trabajando en las líneas de investigación propuestas por la teoría que se está gestando en América Latina.

Lo anterior requeriría la estimulación de la producción de nuevos conocimientos, que reviertan más adelante en los cursos de pregrado. Para esto, el papel de la investigación en los postgrados, debe estar orientado hacia el desarrollo y consolidación de la teoría, es decir, la producción de nuevos conocimientos y la sistematización de las reflexiones teóricas, previamente desarrolladas.

En este orden de ideas, el objetivo de los

cursos de postgrado será el de formar profesionales de la investigación capaces de generar una producción teórico-crítica comprometida; profesionales especializados que puedan desempeñarse como docentes-investigadores-productores.

Los postgrados en comunicación, deben tomar como punto de referencia para la definición de sus áreas de especialización, las problemáticas vigentes en la sociedad latinoamericana. Esta formulación permitiría pensar en una multiplicidad de áreas de reflexión, como por ejemplo, la del adiestramiento metodológico en el diseño y planeación de políticas de comunicación; las implicaciones de las nuevas tecnologías; el área de la comunicación popular, etc.

c) La formación profesional: un reto metodológico.

La atención a los procesos formativos ha sido muy discutida. Si no se planifica la revisión, no se superarán los errores. Hay que entender la práctica educativa como un proceso de comunicación. La comunicación no es sólo el objeto de estudio, sino también el proceso a través del cual se actualiza la experiencia de enseñanza-aprendizaje. Por lo tanto, se hace necesario rescatar la dimensión comunicativa de la práctica docente.



Jorge Deustua

La reflexión sobre los procesos formativos, no puede partir de cero ni se puede hacer desde afuera. La mirada se debe proyectar sobre la totalidad del proceso; y la reestructuración curricular debe enfatizar sobre aspectos como la revisión de los fundamentos institucionales que orientan la práctica educativa, y la recuperación de la experiencia de las prácticas profesionales de los egresados, entre otros.

## II. Líneas de acción.

La reflexión que se generó en la reunión de Lima, terminó con la propuesta de líneas concretas de acción, para abordar

algunos de los problemas discutidos, y en las que ya se encuentra trabajando la Federación.

### a) Promoción de encuentros.

La Federación asumirá como tarea prioritaria, la promoción de encuentros en torno a la situación de los currículos, para ver cómo las escuelas perciben la presión social, los fenómenos de transnacionalización cultural, los movimientos sociales y otro tipo de problemas.

### b) Capacitación de docentes.

El establecimiento de una política de intercambio debe comprometer a las escuelas con cursos de postgrado.

Para apoyar esta propuesta, se diseñará un proyecto con miras a la consecución de recursos financieros que permitan implementarlo.

La Fundación Konrad Adenauer (F.K.A.) está en condiciones de ofrecer ayuda para este tipo de programas en América Latina.

FELAFACS asumirá la coordinación de este programa que se orientará a la búsqueda de fondos de entidades internacionales para el futuro otorgamiento de becas. Los directores de los cursos de postgrados —presentes en esta reunión—, se comprometieron a colaborar en los procesos de operativización de este proyecto.

Se plantea la necesidad de crear una comisión encargada de implementar los mecanismos propuestos. El doctor José Marques De Melo —Director Científico de INTERCOM—, fue designado coordinador de la misma.

Se propone que en la tercera reunión de postgrados, que se realizará este año en Sao Paulo, se incluya dentro del temario la discusión de acciones concretas en torno al proyecto de cooperación e intercambio entre los cursos de postgrado.

Finalmente, se piensa que otro mecanismo que puede contribuir al establecimiento de redes de relación entre los cursos de postgrado es la realización de investigaciones conjuntas, no sólo entre los programas latinoamericanos, sino entre éstos y algunas universidades estadounidenses y canadienses.

### c) Recursos bibliográficos.

Es importante pensar en la formulación de una política de intercambio de materiales entre las diferentes escuelas de la región.

El caso brasileiro debe observarse con especial atención: promover la circulación de textos brasileños en el resto de América Latina y viceversa.

ABECOM se ofrece a distribuir textos en el Brasil y a recolectar las necesidades de las escuelas.

CIESPAL se compromete a ofrecer apoyo bibliográfico a los docentes, sobre las temáticas básicas de las asignaturas.

Es prioritario crear canales de distribución para los materiales publicados en las escuelas.

Las Asociaciones Nacionales deben preocuparse por la creación de centros de documentación que permitan la canalización de los recursos bibliográficos.

El proyecto de publicaciones, en el que actualmente trabajan FELAFACS y ALAIC, podrá responder a algunas de las demandas que, en materia de publicación y distribución de material bibliográfico, tienen las escuelas de la región.

SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE  
ESTUDIOS DE POST-GRADO EN  
COMUNICACION SOCIAL

Lima-Perú, 7 al 10 de Junio de 1983

CCC

AI

1532

**Felafacs**  
Federación Latinoamericana de Asociaciones  
de Facultades de Comunicación Social

INFORME FINAL PRESENTADO A LA UNESCO

## RECOMENDACIONES FINALES

A lo largo de tres días el simposio recibió cada uno de los informes presentados por las diversas Universidades asistentes, y a la luz de la problemática común que éstas poseen los que debatiendo.

El simposio Latinoamericano de Estudios de Post-Grado en Comunicación Social, en su último día de sesiones se reunió en 3 comisiones, que establecen en sus acuerdos una serie de recomendaciones:

### Comisión: Relación Post-Grado — Sociedad

Esta Comisión se ocupó de tres temas:

1. ¿Por qué y para qué un Post-Grado?
2. Areas de investigación.
3. Objeto — métodos de investigación.

1. Para responder la Pregunta de ¿por qué y para qué un Post-Grado, se planteó otra interrogante: ¿Qué tipo de Post-Grado se necesita actualmente en América Latina?

Se constató el hecho de que el Pre-Grado no alcanza a cubrir un ámbito de reflexión crítica indispensable para impulsar el desarrollo de la investigación en comunicaciones. La formación académica en el Pre-Grado se confunde con las propias técnicas de ejercicio del poder. El Post-Grado debe separarse de ello. Debe cubrir un campo de reflexión que aborde los aspectos políticos de la comunicación, los problemas de la información, que constituyen el tejido orgánico de la sociedad y del poder.

Los Pre-Grados no pueden atender, como objeto de investigación, la problemática social de América Latina. El interés de los Post-Grados deberá ser abordarla. Es posible convertir a los Post-Grados en una forma de inserción social a través de la Investigación. Para ello es necesario establecer una po-

## **Ética de Investigación.**

El Post-grado, sin embargo, no puede abocarse a suplir las fallas del Pre-Grado. Su situación nos habla en general de la estructura de la Universidad en América Latina, desde el punto de vista global sobre el aprendizaje y proceso de conocimiento en el hombre. El Pre-Grado parte además de estudiantes que tienen que insertarse en una realidad, en un mercado profesional determinado. Es necesario equilibrar las demandas sociales generales con las profesionales, empresariales. En éstas últimas está la marca de la estructura social de nuestros países.

Tampoco deben confundirse los cursos de Post-Grado con cursos de actualización profesional, que pudieran cumplir una función académica dependiente del Post-Grado.

El Post-Grado debe producir investigadores, y permitirles a éstos, un ejercicio crítico de sus propios trabajos. Canalizar adecuadamente el trabajo de investigación y al interior de los cursos de modo que desemboquen en Tesis de Maestría y/o Doctorado.

Realizar investigaciones estrechamente involucradas a la práctica, de modo de lograr la articulación entre investigación y producción, pero teniendo en cuenta que hay aspectos diversos, y que toda investigación no finaliza necesariamente en producción.

Canalizar trabajos de investigación orientados al examen de experiencias comunicativas concretas, dejando de lado posturas generalistas y denuncias globales.

2. Es necesario realizar un diagnóstico de la Investigación y de las necesidades de su extensión para no hacer esfuerzos irrelevantes. Se trata además de ir eliminando el individualismo y trabajar en proyectos colectivos. Las áreas en las cuales se emprenda la investigación deben enfocar las necesidades de comunicación en América Latina, responder a los retos que la propia realidad nos esté planteando.

Para ello, los Post-Grados deben demarcar áreas y establecer prioridades investigativas. Deberán ser sumamente creativos y suficientemente flexibles de acuerdo al énfasis que se otorgue, en la investigación o la producción.

Dados los comunes problemas que presentan los Post-Grados en términos de carencia de recursos, es sumamente importante establecer un contacto y colaboración entre las Universidades a fin de no repetir esfuerzos.

Dentro de las áreas que se propusieron, podemos mencionar:

### **a) La Cultura**

Ha existido un paradigma de Emisor — Mensaje — Receptor, cuyo replanteo ha conducido a un nuevo planteamiento de cultura. El tema podría ser abordado tomando en cuenta dos líneas:

- La cultura, como instrumento de los medios masivos. La Industria Cultural. El discurso dominante.
- Las culturas populares alternativas. El discurso alternativo.

### **b) Comunicación y Poder. Comunicación y Democracia.**

c) Estudios micro-sociales. Establecer un puente entre los estudios de comunicación y los estudios psicoanalíticos. Las nuevas relaciones sociales y las características de la personalidad urbana. Los problemas de la degradación del trabajo clásico y del exceso de información. Cómo la organización técnico-burocrático a través de la Información disloca el papel de la familia, y la desplaza. Los problemas del migrante ante la disolución de las estructuras de comunicación y su encuentro con la sociedad basada en la Información. Hay cambios sustantivos en las sociedades urbanas que conducen a la creación de nuevas necesidades. Se ha transformado la vida familiar, la personalidad, y el espacio.



### 3. Objeto - Método de Investigación.

¿Cómo debe abordarse la investigación en comunicaciones? Se trata de fenómenos relativamente nuevos en nuestras sociedades. Hay relaciones sociales nuevas de la Información, desde la producción de mensajes, hasta los efectos de estas relaciones.

En los Post-Grados no se va a estudiar más el periodismo o la publicidad, por ejemplo, sino los procesos de comunicación en la medida en que califican las relaciones sociales. Hay que priorizar la producción social y la circulación de sentido. La mayor parte de los discursos en nuestras sociedades están mediatizados por la Información, que se convierte hoy en día en una nueva forma política de gestar el espacio.

Este objeto, así definido, plantea nuevas exigencias sobre el método. Será interdisciplinar, no significando esto, partir de las disciplinas, sino del objeto-problema.

## COMISION 2: OBJETIVOS Y ESTRUCTURA CURRICULAR

Se pueden establecer las siguientes consideraciones sobre la práctica curricular de los cursos de Post-Grado:

1. En muchos casos se trata de extensiones de Programas de Grado mal definidos y deficientemente estructurados.
2. Se apoyan en estructuras académicas y administrativas superadas.
3. No se definen con claridad los objetivos que deben guiar la marcha del Post-Grado.
4. La currícula suele fijarse apriorísticamente, con una sobrecarga teoricista dentro de criterios docentes tradicionales.
5. Por lo general, los cursos están descontextualizados de la propia realidad nacional y del marco latinoamericano.

De acuerdo a estas constataciones, se plantea hacer una reformulación radical de los cursos de Post-Grado en función de una fisonomía propia y diferenciada. Se tiene en cuenta, en primer término, la necesidad de que cada Post-Grado tenga sus propias características, en relación con la Universidad de origen y con el medio social en que se inserta. En virtud de esta caracterización, las propuestas generales son las siguientes:

1. La necesidad de precisar con la mayor claridad posible los objetivos y la orientación de cada Post-Grado, sin que esto signifique una "camisa de fuerza" que impida una reformulación permanente de esos objetivos. Por el contrario se postula enfáticamente la idea de que "el cambio se hace al andar".

2. La necesidad de una clara diferenciación con las características del Pre-Grado, lo que no excluye retomar las orientaciones genéricas de éste en lo que se refiere a áreas o campos de especialidad, por ejemplo. Pero hay que desterrar la idea del Post-Grado como un espacio de actualización de conocimientos o "puesta al día" teórica.

3. La exigencia de superar los cursos y los contenidos definidos de antemano y, por tanto, la tendencia a las clases magistrales y expositivas. Atentan contra esta exigencia la sobreabundancia de materias que se repiten en algunas currícula, con cursos cuyos nombres y contenidos temáticos no se distinguen en nada de los cursos del Grado.

4. La investigación debe constituir la principal línea de articulación de la práctica de los Post-Grados y a ella deben orientarse los recursos humanos (profesores y alumnos), administrativos y económicos con que cuenta el Programa. Es en relación con las demandas del trabajo de investigación, y de acuerdo con los objetivos fijados, que la estructura curricular debe organizarse con la mayor flexibilidad posible.

5. En la investigación deben converger, también, las otras dos líneas centrales de la experiencia universitaria como son la docencia y la extensión. Por lo tanto, no se trata de postular una investigación desligada de la docencia y la extensión sino integrada con ellas.

6. Es absolutamente prioritario insertar el Post-Grado dentro de las realidades concretas del propio país y de América Latina. Por lo común, la tendencia academicista y generalista de los cursos los desvincula por completo del espacio social circundante. Por ello, latinamericanizar los Post-Grados resulta una necesidad imperiosa y ello debe estar presente en los objetivos, en la estructura curricular, en las investigaciones que se formulen y en toda la dinámica de los Post-Grados.

7. Por último, se recomienda concebir los Post-Grados como un lugar donde plantea la problemática de la comunicación en términos transformadores. Es decir, sin excluir las necesidades de profesionalización que el mercado de trabajo plantea, los Post-Grados deben atender a una formación especializada que esté en condiciones de actuar sobre la realidad comunicativa con el objeto de contribuir a su transformación. No es posible entender la comunicación en América Latina al margen de los imperativos del cambio social.

**ASISTENTES AL SIMPOSIO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS DE POST-GRADO EN COMUNICACION SOCIAL:**

**I. UNIVERSIDADES QUE YA TIENEN POST-GRADOS EN FUNCIONAMIENTO:**

**I. Universidades que ya tienen Post-Grados en funcionamiento:**

1. Universidad de Sao Paulo  
Eduardo Peñuela
2. Universidad Católica de Sao Paulo  
Lucrecia D'Alessio.
3. Instituto Metodista de Sao Paulo  
Onésimo de Oliveira
4. Universidad de Brasilia  
José Salomao David Amorín
5. Universidad Federal de Río  
Muñiz Sobré de Araujo
6. UNAM - Universidad Nacional Autónoma de México  
Florence Toussaint
7. Universidad Iberoamericana — México.  
Pablo Cazares
8. Universidad Central de Venezuela  
Adolfo Herrera
9. Universidad de Chile  
Raúl Muñoz
10. Universidad de La Plata  
Daniel Pabón.

**\* Nota:**

La Universidad de Puerto Rico cuenta también con un curso de Post-Grado, pero no se pudo contar con su asistencia, debido a que la información solicitada llegó tardíamente.

**II. Universidades que se hicieron presentes, pero que aún no tienen un Post-Grado**

1. UAM - Xochimilco (Universidad Autónoma Metropolitana). México.  
Javier Esteinou
2. ITESO (Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Guadalajara, México)  
Carlos Luna
3. Universidad Nacional de Panamá  
Hipólito Donoso
4. Universidad Santa María La Antigua — Panamá  
Ramón Jiménez
5. Universidad del Valle — Colombia  
Jesús Martín
6. Universidad Javeriana — Colombia  
Amparo Cadavid
7. Universidad Santa María de Arequipa — Perú  
Edgard Soto

8. Universidad de Lima — Perú  
Desiderio Blanco

### III. Organismos internacionales

1. UNESCO  
Nelly Camargo
2. FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social)  
Walter Neyra
3. ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación)  
Patricia Anzola
4. ININCO (Instituto Nacional de Investigación de la Comunicación) Venezuela  
Elisabeth Safar
5. INTERCOM (Brasil)  
Ana María Fadul
6. CIESPAL (Ecuador)  
Juan Gargurevich
7. IPAL — Instituto para América Latina. Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional.  
Rafael Roncagliolo
8. APEIC (Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación)  
Luis Peirano
9. Fundación Konrad Adenauer  
Horst Schoenbohm.

CCC  
AI  
1532

LOS POSTGRADOS

DE COMUNICACION SOCIAL EN AMERICA LATINA

Seminario realizado en la Universidad del Valle  
Cali-Colombia del 26 al 29 de abril de 1982.

## II. EVALUACION Y PROSPECTIVA

A partir de la información recógida, y sintetizada en la primera parte, se realizó un análisis sobre las principales tendencias que orientan los postgrados actualmente existentes, una evaluación de los motivos que llevan a la apertura de nuevos postgrados y un intento de prospectiva que señale algunas tareas prioritarias que deben ocupar los postgrados en comunicación así como los rasgos en que debería materializarse "lo latinoamericano".

### 1. Las tres tendencias

Dada la dispersión que presentan los postgrados, la impresión que producen, a través de la información recogida, es la de que, con raras excepciones, cada postgrado responde a requerimientos coyunturales e inmediatos. Sin embargo el debate permitió superar esta primera aproximación y descubrir algunos rasgos con los que podrían configurarse tres tendencias:

A/ Postgrados que trabajan sobre "modelos" académicos tradicionales; ya sea el europeo, organizado en torno a la figura del director de investigación con el que el alumno arma un programa de seminarios y trabajos -es el caso del de la Universidad de Sao Paulo-, o el norteamericano, organizado a partir de una estructura curricular en buena parte fija, es el caso del postgrado de la Universidad Iberoamericana, de México,

B/ Postgrados que buscan una fisionomía propia en respuesta a problemáticas específicas de América Latina y a tareas particulares, así el del Instituto Metodista de Sao Paulo sobre Comunicación Popular, y el de la Universidad Central de Caracas sobre políticas y planificación de la Comunicación.

C/ Postgrados que no se ajustan a ninguno de los modelos tradicionales pero que tampoco proponen una perspectiva particular desde la que se organicen, como el postgrado de la UNAM en México.

Somos conscientes de que el parámetro propuesto es ambiguo y mezcla elementos de diverso tipo, pero algo deja entrever. No obstante la relación entre estructura curricular y objetivos da lugar a una gama muy grande de variaciones. Y es un hecho que con estructura curricular tradicional -sea ésta "europea" o "norteamericana"- pueden darse búsquedas que trabajan problemáticas plenamente latinoamericanas. Pero esa relación entre estructura académica y objetivos será tematizada en lo que sigue.

## 2. Postgrados en Comunicación: por que?

Aun cuando, salvo en el caso de la Universidad Central de Venezuela, ninguno de los postgrados existentes hace un énfasis especial en la figura profesional, se constata en la mayoría de los países una clara presión proveniente de empresas y gremios de comunicación hacia el establecimiento de postgrados y en general hacia la formación de especialistas en el campo de comunicación. Para algunos esa presión está ligada a la "degradación" de los pregrados y en modo más genérico a la constatación -en términos de los empresarios- de que los egresados de los pregrados "no sirven".

Se plantea entonces la necesidad de indagar qué intereses están detrás de la proclamada necesidad de los postgrados: intereses empresariales, gremiales, académicos etc. Ya que el diseño y la organización de un postgrado en comunicación hoy deberá tener muy en cuenta, y de la manera más explícita posible, las diferentes instancias y los conglomerados de intereses que se mueven en ello. Solo así podremos saber si los postgrados son una estrategia para sacar la problemática de comunicación del ámbito de las ciencias sociales y "elevarla" al plano de las técnicas, o al revés la posibilidad de ubicar esa problemática en el ámbito de la profundización que el postgrado posibilita tanto en lo que respecta a la investigación como a las prácticas de producción, y ya sea en los medios tal cual o en procesos alternativos.

Teniendo en cuenta lo anterior, y la necesidad de que la apertura de nuevos postgrados cuente con información así mismo sobre los tipos de pregrado en que se apoya y sobre los sectores del mercado laboral de los que proviene la demanda, se pasó a analizar una serie de hechos que avalan positivamente la necesidad de postgrados en comunicación. Esos hechos son:

- La existencia en nuestros países de una estructura comunicacional cada día mas compleja.
- La aparición de nuevos sistemas de comunicación que si responden a procesos sociales nuevos impulsan a su vez la gestación de nuevos procesos, como lo que está ocurriendo en el campo de las nuevas tecnologías en su relación al Estado, a la transformación de los procesos educativos etc.



- La identificación de problemáticas, de tipos de problemas que "no caben" en el pregrado ya sea por las exigencias de conceptualización e investigación que implican o por la complejidad de disciplinas que movilizan, como lo señala la presencia en los postgrados de comunicación de profesionales formados en otros campos -ingenierías, derecho, etc.- pero cuyo trabajo se realiza en procesos de comunicación,

### 3. Las tareas básicas

En la convergencia de la reflexión que, desde dentro, guía la evaluación y las reformas de los postgrados existentes con el análisis que se formula "desde fuera", esto es desde los pregrados, desde los ámbitos profesionales etc., aparece una exigencia fundamental que le señala una primera tarea básica al postgrado: la de redefinir el campo de estudio en base a una especificidad no solo laboral sino social de la "comunicación" hoy. El postgrado se constituye así en un "lugar" clave para pensar los cambios, las transformaciones operadas en el campo de la Comunicación por los fenómenos, tanto económicos como políticos, que trae consigo el desarrollo de las nuevas tecnologías -satélites, telemática, TV-cable, etc.- y por la concentración y transnacionalización acelerada de las industrias de la información, así como por los desplazamientos teóricos y metodológicos que esos y otros procesos, como la emergencia de nuevas contradicciones sociales, suscitan.

Solo a partir de una reflexión estructural y globalizadora será posible -segunda tarea básica asignada al postgrado- afrontar la especificidad de los diferentes procesos en que se realiza la comunicación -informativos, educativos, culturales etc.- y de los diferentes paradigmas e modelos culturales -comunicación de masa, popular, alternativa- y ello tanto en su vertiente investigativa como práctico-profesional.

Otra tarea del postgrado será la de posibilitar e impulsar el desarrollo teórico del área de estudio a través de la confrontación de las diferentes tendencias teóricas, de la puesta a prueba de los métodos, y de la búsqueda sin chauvinismos de la especificidad que lo latinoamericano significa como espacio socio-histórico desde el cual se produce y hacia el que se orienta esa reflexión teórica.

Desde el campo de lo metodológico-pedagógico se delinea otra tarea considerada fundamental: la de posibilitar explícita y sistemáticamente el "encuentro" del proceso de investigación con el del diseño y producción de procesos concretos de comunicación. Encuentro en el que deberán ser asumidos como objetos de investigación, y no solo como espacio o herramientas de aplicación, los retos que vienen de la tecnología, de su opacidad y las posibilidades particulares que ofrece, de la trama de intereses en conflicto, de las especializaciones profesionales etc.

El cumplimiento de esas tareas deberá estar articulado con una especial atención dirigida hacia:

- El mejoramiento de los pregrados, A través de la cualificación y renovación permanente del profesorado, el señalamiento de áreas prioritarias de investigación y el suministro de herramientas conceptuales y metodológicas tanto para el análisis como para el diseño de modelos y estrategias de comunicación.
- Los "aparatos" comunicacionales del Estado, entendiendo por ello no solo las instrucciones públicas directamente gestionadas por el Estado sino también aquellas otras en las que se juegan intereses generales de la comunidad.
- La capacitación profesional para aquellas áreas del sector privado que cumplen un papel de mayor relevancia social.

#### 4. Postgrados en América Latina

Desde qué ámbito deberían ser pensados los postgrados? el de cada universidad, el del país, el de la región, esto es América Latina, Centroamérica, la región Andina, el Cono Sur? Es claro que la manera como nace y los intereses peculiares a los que responde cada postgrado decidirán en cada caso. Pero puesto que en varios países se preparan en la actualidad proyectos de postgrado pareció importante trazar algunas pautas que ayuden a pensar los postgrados de comunicación en el mapa latinoamericano. Dicho en otras palabras hubo consenso en que los postgrados deberían ser pensados desde el ámbito nacional y con

vocación regional. Para que den entrada a toda la diversidad de situaciones y contextos nacionales pero sin repeticiones inútiles, esto es, abriendo la posibilidad de que los postgrados "se especialicen" en problemáticas y tareas que interesen más allá de las fronteras nacionales. Así por ejemplo el postgrado en "políticas y planeación de la comunicación" de Caracas aprovecha recursos y responde a exigencias de tipo nacional pero cubre un campo de problemas que interesa a la región entera. De lo que se trata es de aprovechar al máximo los recursos de manera que cada postgrado se convierta en un espacio de intercambio y profundización y no en el de una multiplicación estéril. Si un país logra reunir en torno a una determinada problemática un conjunto de recursos humanos, de documentación y otros, lo que se piensa es que ese postgrado sea diseñado teniendo en cuenta tanto la posibilidad de ofrecérselo a estudiantes de otros países del área como de la posibilidad de contar con profesores venidos de otros países también. Se podría configurar así un verdadero mapa latinoamericano de intercambio y cooperación sin el cual, y dada la precariedad de recursos humanos como bibliográficos, etc., los postgrados tenderán fácilmente a convertirse en meros suministradores de cursos de actualización inmediatistas y profesionalizantes sin proyección alguna sobre el campo real de la comunicación.

La configuración de ese mapa, esto es la vocación regional de los postgrados, no desvaloriza en modo alguno la necesidad de que éstos respondan a las exigencias provenientes de cada nación o incluso de una región particular del país. Y a ese respecto la discusión en torno a las especializaciones profesionales puso de presente la imposibilidad de resolver en abstracto esa cuestión. Se planteó únicamente la necesidad de que las especializaciones por roles o tareas profesionales no

deberían llevar a perder de vista la de los procesos sociales y los paradigmas culturales. Ya que si legftimo es especializar por roles inmediatamente profesionales también lo es especializar en políticas de comunicación, en comunicación educativa, o en comunicación popular, en el campo de la información o en el desarrollo cultural de una comunidad o de un medio. Máxime cuando es en ese ámbito donde se producen hoy algunas de las manifestaciones más claras del sentido y el rumbo que están tomando las transformaciones históricas del campo de la comunicación, transformaciones que además afectan a la división social del trabajo y rearticulan las especializaciones.

En todo caso unos postgrados pensados desde el ámbito señalado ponen en cuestión las tradicionales estructuras académicas exigiendo el ejercicio de una imaginación metodológica capaz de diseñar estructuras académicas y pedagógicas acordes con las nuevas problemáticas y las tareas señaladas. Es notorio el desfase entre el grado de renovación y hasta de originalidad logrado por la investigación de comunicación en América Latina y la ausencia de innovación, de experimentación y búsqueda en el terreno de las estructuras académicas de la enseñanza de comunicación. Se abre así un campo fundamental para la búsqueda y el diseño de alternativas, el de la enseñanza y más en particular el de los postgrados, ya que sin una estructura curricular abierta y flexible no serán posibles los intercambios de profesores y alumnos, ni el "encuentro" entre investigación y producción y menos aun el trabajo en comunicación alternativa.

## 5. Recomendaciones

En vista de las tareas y del nuevo ámbito desde el que pensar los postgrados se hizo evidente la necesidad de que FELAFACS asuma, en colaboración con ALAIC, un estudio en profundidad de lo que esta primera reunión solo alcanzó a señalar como elementos prioritarios. Se vió así mismo primordial que las asociaciones y otros organismos latinoamericanos interesados en el campo de la comunicación ayuden en la realización de seminarios y talleres experimentales orientados al intercambio de experiencias y el diseño de cursos de postgrado.

---

CCC  
AG  
1532

**FELAFACS**

**Federación Latinoamericana de Facultades de  
Comunicación Social**

**IY REUNION DE POSGRADOS EN COMUNICACION  
Acapulco, México - Octubre 24 y 25 de 1992**

**MEMORIA DE LA REUNION**

1. Introducción : Objetivos y Metodología de la Reunión.
2. Presentación de los participantes.
3. Presentación de la I Fase de la Investigación sobre posgrados en comunicación (contextualización de las reuniones anteriores).
4. Presentación de los posgrados:
  - 4.1 Posgrados existentes.
  - 4.2 Posgrados en proyecto.
5. Propuestas para discusión.
6. Sugerencias de proyectos comunes.
7. Recomendaciones a FELAFACS

Coordinador :

**Gabriel Jaime Pérez, S.J.**

Director - Maestría en Comunicación

Facultad de Comunicación Social

Universidad Javeriana

Santafé de Bogotá, Colombia.

## **1. INTRODUCCION : OBJETIVOS Y METODOLOGIA DE LA REUNION**

Joaquín Sánchez Presidente de FELAFACS-, Walter Neira - Secretario Ejecutivo de FELAFACS- y Gabriel Jaime Pérez, -Coordinador de la Reunión- dieron la bienvenida a los participantes. Destacaron la importancia que esta reunión representa para la Federación, como una forma de intercambio de experiencias y acercamiento de las diferentes entidades dedicadas a la formación avanzada de comunicadores y de investigadores de la comunicación en América Latina. Invitaron a los diferentes posgrados presentes a elaborar propuestas concretas de cooperación e intercambio, para diseñar así políticas de acción que orienten los trabajos de los posgrados. Agradecieron a los participantes su respuesta a la convocatoria y especialmente al CONEICC, a la Universidad Iberoamericana y al ITESO de Guadalajara, instituciones organizadores del VII Encuentro de Facultades de Comunicación Social, en el marco del cual se realizó la IV Reunión de Posgrados.

## **2. PRESENTACION DE LOS PARTICIPANTES**

(Cfr. Directorio Anexo).

## **3. PRESENTACION DE LA I FASE DE LA INVESTIGACION SOBRE POSGRADOS EN COMUNICACION (CONTEXTUALIZACION DE LAS REUNIONES ANTERIORES).**

Gabriel Jaime Pérez inició la presentación del documento base de la reunión "Estudio Comparado de los posgrados en Comunicación en América Latina - Base de datos (Primera fase)", dirigido por Mariluz Restrepo de Guzmán, de la Universidad Javeriana de Colombia. Hizo referencia a la metodología, objetivos y conclusiones de este trabajo. Destacó la importancia de este primer intento por recoger y sistematizar la información básica sobre cada uno de los posgrados existentes en América Latina. Resumió brevemente los objetivos y conclusiones de las tres reuniones anteriores (Cali, Lima y Sao Paulo), a las que se hace referencia en el primer capítulo de dicho documento.

Observaciones al Documento: José Marques de Melo anotó que al documento le faltaba revisión de literatura y presentaba algunos errores en la información, especialmente con respecto a los posgrados brasileños. A estas observaciones se unieron la mayoría de los representantes de los posgrados, y el Coordinador sugirió considerar el Documento únicamente como un intento de información básica, que debía ser corregida y complementada posteriormente.

## **4. PRESENTACION DE LOS POSGRADOS**

Para la presentación de los posgrados, el Coordinador propuso un orden cronológico según antigüedad y sugirió seis puntos como marco de referencia :

- Historia.
- Enfoque.
- Estructura.
- Logros.
- Dificultades.
- Perspectivas.



## 4.1 POSGRADOS EXISTENTES

### 4.1.1 Universidad de Sao Paulo : Escuela de Comunicación y Artes (José Marques de Melo).

La Universidad de Sao Paulo se creó en 1934. En 1966 comienza la Escuela de Comunicación y cultura con el fin de satisfacer las demandas de la sociedad paulista :

- Formar profesionales para los nuevos campos de la sociedad: Periodismo, Relaciones Públicas, Teatro, Cine, Bibliotecología y Documentación.
- Preparar investigadores críticos para evaluar los fenómenos de la industria cultural en Sao Paulo.

— En 1967 se inicia el posgrado teniendo como modelo los posgrados europeos. En 1980 surgió el interrogante acerca de la utilidad de la investigación producida por la escuela, lo que llevó a desarrollar una serie de seminarios internos y a la reestructuración del programa.

— El programa de Ciencias de la comunicación cambió porque era muy genérico, no profundizaba ni hacía puente con la sociedad.

Hasta 1992 se han desarrollado 4 programas, conformados por equipos integrados e interdisciplinarios de docentes. Para perfeccionar este modelo y lograr un trabajo integral de la investigación a partir de 1993, los 4 programas serán diferentes y autónomos para atender las demandas de la sociedad:

- Estudio interdisciplinario de la comunicación.
- Investigación básica de la comunicación.
- Investigación aplicada:
  - Periodismo (Maestría y Doctorado).
  - Imagen y sonido (Maestría y Doctorado).
  - Comunicación para el mercado (Maestría).

Los cursos se implementarán con seminarios internos y envío de docentes al exterior (USA y Europa).

El programa tiene un 80% de profesores de planta y un 20% por contrato. El posgrado se financia con aportes del Estado. Los estudiantes son becados a través del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología. La manutención de la beca depende del número de graduados. Se dá entre un 25 y un 30% de deserción en los estudiantes (no presentan la tesis pero concluyen los cursos).

### 4.1.2 Universidad de Puerto Rico (Federico Iglesias)

La Universidad de Puerto Rico es estatal. Su sistema educativo se rige por el norteamericano. El bachillerato es igual a la licenciatura.

En 1972 surgió el posgrado como respuesta a las presiones de los medios de comunicación (radio, cine, televisión, relaciones públicas, publicidad y periodismo), y no a la realidad del país.

Con algunas modificaciones menores continuó hasta 1986, cuando se hizo una evaluación del programa. En 1990 se implementó un nuevo currículo con vigencia hasta 1992. En este año se hizo un ajuste al bachillerato y al posgrado especializado, con énfasis en la teoría e investigación de la comunicación y la investigación aplicada.

Actualmente las demandas de los medios son cubiertas por el pregrado. El posgrado es financiado por el Estado. Cuenta con infraestructura adecuada. Los alumnos son becados y un 50% de ellos se gradúan. Su campo de trabajo está básicamente en la docencia especializada y en agencias estatales y particulares.

#### **4.1.3 Universidad de Brasilia (Sergio Dayrell Porto)**

El posgrado ha tenido 3 etapas importantes:

- 1970: dos grandes líneas : Comunicación para el Desarrollo y Comunicación Rural.
- 1980: Se introduce la lingüística con orientación al análisis del discurso a partir de semióticos y epistemólogos de origen francés.
- 1990: Comunicación entendida como el estudio de las culturas, de los fragmentos de poder, de la vida urbana, mediatizados por un discurso contemporáneo.

Se dan dos formas de Maestría :

- Clásica.
- Saber notorio: más rápida, dado que los alumnos cuentan con la experiencia profesional.

#### **4.1.4 Universidad Iberoamericana (Inés Cornejo)**

La Maestría de la Universidad Iberoamericana es la más antigua de México, (se creó en 1977). A partir de 1982 se llamó Maestría en Comunicación y Desarrollo. Nuevamente en 1988 se replanteó el programa y se tituló Maestría en Comunicación.

La estructura del currículum de la Maestría se integra en cuatro troncos:

1. Reflexión teórica.
2. Métodos de investigación.
3. Análisis y planeación de la comunicación.
4. Elaboración de mensajes.

Estos troncos se desarrollan a través de seminarios y talleres. Se procura que las líneas de investigación correspondan a las demandas sociales.

Parte de la financiación de la Maestría se hace a través del CONACID, organismo estatal que evalúa los programas.

Los egresados de la Maestría se emplean en su mayoría como investigadores o docentes en otras universidades. La eficiencia terminal es alta, aunque algunos alumnos demoran en graduarse 7 u 8 años.

#### **4.1.5 Instituto Metodista de Ensino Superior (Onésimo de Oliveira Cardoso)**

La Maestría en Comunicación Social se inició en 1978. Sus áreas de concentración son :

- Teoría y enseñanza de la comunicación e investigadores interesados en el estudio de los fenómenos de la comunicación y la educación.
- Comunicación científica y tecnológica: Destinada a la formación de profesionales investigadores en campos específicos, sobre todo en la divulgación científica, en particular el periodismo científico, la comunicación rural y otras formas de comunicación especializada, como por ejemplo la comunicación empresarial.

Líneas de investigación :

- . Comunicación, educación y sociedad.
- . Comunicación y cultura.
- . Comunicación rural.
- . Divulgación científica.
- . Comunicación empresarial.

#### **4.1.6 Universidad Autónoma de México (Julio del Río)**

En 1979 se estableció la Maestría, considerando el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación y la demanda de profesionales en comunicación.

Sus objetivos son :

- Preparar profesionales de alto nivel, buscando la innovación profesional.
- Preparar docentes en las ciencias y técnicas de la comunicación.
- Preparar al estudiante para la investigación teórico-metodológica.

La Maestría está conformada así:

- 3 seminarios teórico-metodológicos.
- 3 seminarios de investigación.
- Materias optativas.
- Proyecto de investigación.

Un 15% de los estudiantes se gradúan.

#### **4.1.7 Universidad de Chile (Rafael del Villar)**

En 1982 se inicia la Magistratura en Comunicación. En 1990 se da una variación significativa. Se parte de las necesidades reales. Se procura problematizar a partir de lo real y de una interrelación de disciplinas. Su campo de profundización es la investigación académica en las áreas problemáticas que permitan establecer las bases para la generación de tecnología de punta en el dominio de la comunicación persuasiva y organizacional.

El objetivo es formar comunicadores que tengan como función la investigación académica para generar las bases de la tecnología del mundo de hoy y de mañana. La Magistratura en Comunicación perfila a un comunicador en las áreas de Comunicación Organizacional y Comunicación Persuasiva, tanto en competencias necesarias para la investigación científica con miras a respecto a satisfacer las nuevas necesidades tecnológicas - comunicacionales, producto del cambio

en los procesos de producción, distribución y consumo de los mensajes mediales, como en la generación de estrategias comunicacionales en los dominios descritos.

La Magistratura recibe nuevos alumnos sólo cada dos años.

#### **4.1.9 Universidad del Sagrado Corazón (Nitza Hernández)**

La Universidad del Sagrado Corazón es privada. Tiene una misión social de compromiso con el cambio del país. La Maestría se inicia en 1985, procurando dar alternativas diferentes a las que daban las otras universidades.

Se reconocen las necesidades de las empresas y el mundo organizacional. El objetivo es formar egresados que lleguen a un nivel gerencial y respondan a las necesidades sociales.

La eficacia terminal es alta (75 a 90%), aunque los estudiantes demoran mucho tiempo en graduarse.

En 1993 se hará una revisión curricular que buscará el fortalecimiento de la investigación y las áreas teóricas. Se abrirán nuevos programas en la Maestría (Cine, Radio y Televisión).

#### **4.1.10 Facultad de Comunicación Social Casper Líbero (Erasmus de Freitas Nuzzi)**

El programa de especialización y posgrado se inicia en 1986 en las áreas de Teorías de la Comunicación y Comunicación Comparada.

Después cambia por Teoría de la Comunicación, Comunicación Política y Política de la Comunicación y la Cultura en América Latina. Los cursos equivalen a Maestría y tienen una duración mínima de 3 años y máxima de 6.

#### **4.1.11 ITESO de Guadalajara (Rossana Reguillo)**

El Iteso de Guadalajara es una universidad privada. La Maestría se inició en 1985 con un especial énfasis en la investigación en el ámbito académico y profesional. Su objetivo es formar investigadores que tengan la capacidad de innovar en el plano teórico y metodológico desde una perspectiva sociocultural. Está dirigida tanto a profesores como a profesionales de la comunicación y disciplinas afines, interesados en incorporar a sus actividades esquemas teóricos y metodológicos para una mejor comprensión de los procesos de comunicación y la búsqueda de mejores opciones prácticas consecuentes con los problemas sociales en el campo.

El currículum de la Maestría está organizado por semestres y consta de tres áreas: La de fundamentación, el área de proyectos y el área complementaria.

Logros:

- Consolidación de un equipo de trabajo que se vincula a la investigación en el país y en América Latina.
- Mayor claridad en los métodos de trabajo.
- Vinculación más articulada con los estudios de la licenciatura.

**Dificultades:**

- Financiamiento.
- Perfil del profesional.

#### **4.1.12 Centro Avanzado de Comunicación (Guillermina Baena)**

La Maestría se crea en 1988 con el objetivo de profundizar y profesionalizar en las áreas de Comunicación Institucional y Publicidad. La duración es de dos años. Un 80% de los estudiantes son becados.

#### **4.1.13 ITESM Monterrey (José Carlos Lozano)**

El ITESM tiene 26 campus en 25 ciudades mexicanas. En 1989 se abre la Maestría en Educación con 9 especialidades vía satélite. La especialización en Comunicación se cursaba en Monterrey durante el verano. El primer plan de estudios vinculaba la educación con la comunicación.

En 1992 el objetivo es que todos los profesores tengan grado de Maestría. Para 1993 se abrirá la especialización en Comunicación sin componente de educación vía satélite.

**Dificultades :** Integrar educación y comunicación.

#### **4.1.14 Universidad Javeriana ( Gabriel Jaime Pérez)**

La Maestría en Comunicación se inició en 1990. Es de naturaleza interdisciplinaria.

La Maestría busca formar investigadores capaces de :

- Analizar las formas de entender la comunicología como ciencia social, su función en el contexto de Colombia y América Latina, sus supuestos y sus límites, desde la perspectiva de la relación comunicación-cultura.
- Investigar interdisciplinariamente los fundamentos e implicaciones que tienen las diversas concepciones teórico-metodológicas de la comunicación en Colombia y América Latina, así como sus relaciones intra e interdisciplinarias en el estudio de los procesos comunicativos.
- Diferenciar y practicar metodologías investigativas que correspondan a la especificidad de la comunicología como estudio de procesos sociales desde la perspectiva de la relación comunicación-cultura.
- Elaborar enfoques y modelos de análisis de las prácticas comunicativas dentro del contexto de América Latina.
- Contribuir al desarrollo y a la orientación crítica y constructiva, desde una perspectiva ética integral, de políticas y planes de comunicación en instituciones o entidades tanto públicas como privadas.

- Responder creativamente a los problemas de comunicación que plantea la producción de mensajes en los diversos medios, abordados investigativamente desde nuestra realidad social y cultural concreta.
- Abordar científicamente la cultura como categoría desde la cual es necesario investigar la comunicación.

**Líneas de investigación :**

El programa se propone desarrollar sus actividades en distintas áreas temáticas :

- Medios de comunicación.
- Procesos micro y macro sociales de comunicación.
- Nuevas tecnologías de la información.
- Comunicación y democracia.
- Transnacionalización de la cultura.

**Logros :**

- Espacio de reflexión comunicológica.
- Bases para la creación de un instituto de investigación.

**Dificultades :**

- Ausencia de una infraestructura investigativa que sustente el programa.
- No hay suficiente reconocimiento del estatuto del investigador en el imaginario académico.
- Selección de estudiantes: hay pocas peticiones, lo cual impide que se pueda hacer una mejor selección.
- Financiamiento : Las matrículas no son suficientes para financiar el funcionamiento del programa.

**Perspectiva para el futuro :** Creación de un Centro de Investigación de la Comunicación.

**4.1.15 Universidad Veracruzana (Elizabeth Bonilla)**

En 1977 se inicia la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación. En 1992 se inicia la especialidad en Comunicación con tres áreas integradoras : Comunicación, Metodología de la Comunicación y Práctica Profesional.

**Objetivos :**

- Propiciar espacios de reflexión - acción.
- Estimular la investigación básica y aplicada a través de líneas de investigación institucional e implementando proyectos de investigación.

El programa tiene una duración de 14 meses divididos en bimestres de cuatro cursos y tres cuatrimestres conformados por cinco cursos de cada uno.

**Líneas prioritarias de investigación :**

Proyectos comunicacionales de carácter institucional y de carácter financiable en tres líneas prioritarias :

- . Metodología cuantitativa.

- . Metodología cualitativa.
- . Conocimiento en tecnología informática.

Dificultades :

Financiamiento y falta de espacio para la investigación.

#### **4.1.16 Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco (Josefina Vilar)**

El Doctorado en Ciencias Sociales inicia actividades en 1991 con el objetivo de formar investigadores, docentes y profesionales de alto nivel, en los diferentes campos de las Ciencias Sociales, en un programa transdisciplinario. El programa está estructurado en tres niveles: un tronco general común, tronco de áreas de concentración y conclusión de la tesis de grado. Su duración es de 9 trimestres.

#### **4.1.17 Universidad Autónoma de Bucaramanga (Iván Darío Montoya)**

La Universidad Autónoma de Bucaramanga es de carácter privado. Cuenta con 6 Facultades y 16 Posgrados.

La especialización en Recursos Publicitarios se inicia en 1992. Es una especialización instrumental que tiene como objetivo la formación de profesionales idóneos que administren recursos de tipo humano, administrativo y financiero.

Los estudiantes deben tener afinidad con las áreas de mercadeo, publicidad y administración de recursos humanos. La especialización tiene una duración de 14 meses.

#### **4.1.18 Universidad Católica del Uruguay ( Carmen Rico de Sotelo)**

La Maestría en Comunicación se crea para suplir las deficiencias de posgrados en la región correspondientes al MercoSur (Mercado Común del Con Sur) de América Latina, integrado por Brasil, Uruguay, Paraguay y Argentina). Se iniciará en Abril de 1993.

Los objetivos de la Maestría son :

- Proporcionar conocimientos teóricos y prácticos para interpretar y analizar fenómenos de la Comunicación Social en todas sus dimensiones.
- Promover una acción interdisciplinaria en el ámbito de las políticas comunicacionales y de la implicación social.
- Reanalizar los métodos y técnicas que se están utilizando en la investigación aplicada a la comunicación.
- Realizar estudios y análisis de casos en torno a problemas vinculados a la relación Cultura-Comunicación.

- Diseñar modelos de generación y evaluación de políticas comunicacionales de impacto social.

Destinatarios : Graduados Universitarios.

## **4.2. PROGRADOS EN PROYECTO**

### **4.2.1 Universidad de La Frontera (Hugo Carrasco)**

La Maestría de la Universidad de la Frontera está en proyecto. Tiene un enfoque multidisciplinario y busca pasar del discurso ideológico al teórico con un énfasis intercultural.

### **4.2.2 Universidad Latinoamericana (Guillermina Baena)**

A nivel de posgrado la Universidad presenta 3 sistemas :

- Actualización (Cursos de Educación Continuada).
- Especialización en : Comunicación Turística y Comunicación Global.
- Maestría en Relaciones Públicas y en Comunicación. Estas tienen 4 áreas:  
Área metodológica, área práctica, área teórica y área didáctica y 3 niveles de investigación: aplicada, pura y transdisciplinaria.

### **4.2.3 Universidad Intercontinental (Martha Burkle)**

La Maestría tiene dos áreas :

- Relaciones públicas, publicidad y comunicación organizacional.
- Guionismo.

El programa se sustenta en 4 módulos :

- Manejo del idioma y del discurso.
- Investigación de la comunicación.
- Manejo del lenguaje de los medios.
- Desarrollo de proyectos.

### **4.2.4 Universidad de Zulia (Migdalia Pineda)**

Maestría en Comunicación con dos áreas:

- Nuevas Tecnologías.
- Comunicación y Cultura.

Objetivos :

- Formar investigadores científicos de la Comunicación-Cultura.
- Formar docentes de alto nivel.
- Formar egresados para el mejoramiento de las empresas.



- Formar profesionales con sensibilidad social y crítica.

El egresado debe tener la capacidad de :

- Diagnosticar y aportar soluciones a problemas comunicativos.
- Conducir procesos de comunicación.
- Desarrollar líneas de investigación y formular políticas de desarrollo.
- Trabajar en equipo.
- Promover acciones tendientes a mejorar la calidad de vida.

#### **4.2.5 Universidad Autónoma del Estado de México (Rogelio Tinocco)**

Se han desarrollado las siguientes fases para la creación de la Maestría:

- Discusión y análisis de proyectos y líneas de investigación.
- Creación del Centro de Investigación.
- Creación de la Maestría.

Dificultades :

- No hay interés por parte de los docentes para realizar una Maestría.
- Escasez de investigadores y docentes.

#### **4.2.6 Universidad de Lima (Javier Pretzel)**

El proyecto es crear una Maestría de dos años de duración. Se desarrollaría a través de seminarios reducidos (30 personas por campo) en las áreas de comunicación para el desarrollo y comunicación y cultura.

#### **4.2.7 Proyecto conjunto: UCBC (Brasil), CENECA (Chile), Universidad Javeriana (Colombia), Fundación para la Comunicación y la Cultura (Argentina). (Claudia Yillamayor)**

"Políticas, planificación y gestión de la comunicación".

Es un esfuerzo articulado de diversas instituciones para beneficio del trabajo con organizaciones y comunidades de base en América Latina. Los beneficiarios de este proyecto serían profesionales vinculados a proyectos de comunicación con experiencia y capacitación en comunicación.

#### **4.2.8 FELAFACS / UNESCO (Joaquín Sánchez)**

Proyecto de Telecomunicaciones. Unesco y Felafacs presentarán a la Asamblea General de la Federación un proyecto para la inclusión en los programas de Comunicación de América Latina del área de telecomunicaciones. Se propondrá la creación de una Maestría en este tema.

## 5. PROPUESTAS PARA DISCUSION

Se realizó una lluvia de ideas sobre temas y propuestas de discusión. Los temas propuestos fueron:

- Características comunes de los posgrados.
- Rupturas epistemológicas.
- Respuesta a necesidades sociales.
- Relación con las industrias culturales.
- Relación con las identidades culturales.
- Repercusión en la opinión pública.

El Dr. Robert White, de la Universidad Gregoriana de Roma, planteó una serie de interrogantes acerca de la función social de la formación profesional, la investigación en los posgrados, la relación con la industria cultural y el papel de los posgrados en los procesos de transformación social.

José Marques de Melo : Los posgrados no tienen características comunes, lo que es positivo para no repetir los errores del pregrado que no corresponden a la realidad. Hay dependencia de otras disciplinas complementarias. Los posgrados forman profesores para el pregrado, no investigadores. No hay labor constante de investigación. Hay que comprender las demandas sociales para ubicar los programas de posgrado. Hay que rescatar la relación crítica con la industria cultural.

Joaquín Sánchez : Es necesario crear cursos intermedios entre el pregrado y el posgrado, y hacer un cuestionamiento a los posgrados. Estos deben ser ámbitos propicios para la investigación. Si no se hace investigación no hay respuesta a los problemas sociales.

Gabriel Jaime Pérez: Un docente sin investigación es un simple repetidor de libros y teorías. Hay que formar investigadores críticos de la sociedad para que la docencia sea seria.

José Marques de Melo: La universidad tiene 3 funciones: Investigar-enseñar y ser una extensión de servicio a la comunidad. La investigación no debe ser un espacio exclusivo de los posgrados. La investigación es un trabajo sistemático y continuado. Las instituciones deben tener un planteamiento investigativo en el pregrado (iniciación científica) y en el posgrado.

Migdalia Pineda: Los programas de posgrado se dirigen básicamente a formar investigadores en las áreas de comunicación y profesores de 4o. nivel. La investigación que hacen es en su mayoría académica, teórica y práctica. Las reformas curriculares deben hacerse a nivel de pre y posgrado.

Javier Protzel: Las especializaciones deben dar orientaciones concretas. Los posgrados deben estar orientados a las necesidades sociales. La formación de profesores debe primar. La investigación en el posgrado es para formar personas que produzcan conocimiento.

Robert White: Hay 4 niveles de investigación en la universidad :

- Licenciatura: Investigación hecha por los alumnos.
- Maestría: Investigación empírica, trabajo con el profesor. Acumulación de ciencia. Lógica de la ciencia.
- Doctorado: Investigación más independiente, más original.
- Instituto de investigación: trabajo en equipo.

Antonio Pasquali: Muchos posgrados han canibalizado el pregrado. Los posgrados deben alimentar el pregrado y viceversa. Los pregrados forman comunicadores generalistas y los posgrados comunicadores temáticos. La responsabilidad del comunicador es controlar los procesos. La diversidad es buena, pero con un proceso de modernización.

Sergio Dayrell: Los posgrados deben fortalecer las universidades. La universidad y los posgrados están apartados de las realidades nacionales. El posgrado debe fortalecer, alimentar e instrumentar a la universidad dentro de la sociedad.

Joaquín Sánchez: Hay que replantear la función de la Universidad en la sociedad a la luz de los cambios que en ésta se producen. Hay que experimentar nuevas formas de formación.

Gabriel Jaime Pérez: La investigación debe responder a las macro demandas de la sociedad para entrar al control de los procesos.

Robert White: Hay que reexaminar los modelos de comunicación con la sociedad. Hay gran dificultad en entender qué es comunicación. Hay que establecer modelos de negociación, puentes en común.

José Marques de Melo: No hay conocimiento acumulado. Hay un gran rechazo a la tecnología. No hay un planteamiento de los problemas reales de comunicación.

Rossana Reguillo: Hay que transformar el denunciismo en críticas de acción. A la universidad le falta presencia. Los comunicadores deben ser interlocutores entre la sociedad civil y el Estado. Hay que formar mediadores, no lubricadores de los circuitos del Estado, y priorizar la investigación para que los docentes tengan la capacidad de construir objetos y datos.

Antonio Pasquali: Se perdió la polisemia con respecto al sentido de la palabra comunicación. Los posgrados deben asegurar a la sociedad un "reservorio del saber". Crear centros de estudios estratégicos.

Es necesario hacer una evaluación de los cursos de posgrado a la luz de las demandas sociales:

- Conocimiento de la producción analizada de los cursos.
- Estructura de la educación y la cultura de esos cursos.

Aunque la pluralidad en los posgrados es benéfica, faltan mecanismos de apoyo, calificación teórica y metodológica.

Erasmus de Freitas Nuzzi: Las grandes invenciones del siglo XX han salido de las universidades gracias a la investigación. Es necesario tener en cuenta también la influencia de los medios de comunicación (económica y política) en la sociedad.

## 6. PROBLEMAS Y PROYECTOS COMUNES

- El mayor problema común a todos los posgrados es el económico.
- No hay comunicación entre los posgrados.
- Falta un mayor conocimiento de los posgrados.
- No hay líneas de investigación ni proyectos comunes entre los diversos posgrados.

## **7. RECOMENDACIONES A FELAFACS**

- Apoyo económico para intercambio de docentes y alumnos (Pasajes, viáticos y honorarios).
- Catastro de ventajas comparativas entre los diferentes posgrados.
- Trabajar en bloque.
- Elaborar un boletín con información sobre los posgrados.
- Red de integración.
- Directorio de docentes.
- Bibliografía comentada.
- Convenios entre instituciones.

### **Intervención final del Presidente de FELAFACS, Joaquín Sánchez:**

FELAFACS ha realizado algunas investigaciones básicas sobre posgrados, pero falta información. En el Directorio de FELAFACS 1992 se ha incluido información, pero falta respuesta por parte de los posgrados. Se está proponiendo a la UNESCO la creación de una red de información para los diversos países que permita trabajar proyectos conjuntos sobre temas concretos en América Latina. Desde 1990, se está llevando a cabo el programa de intercambio de docentes con gran éxito. También está el programa de becas para que los docentes de las Facultades y Escuelas miembros de FELAFACS realicen estudios de posgrado. Se podría abrir en la revista Diálogos una sección para los posgrados. Sería conveniente buscar mecanismos de coordinación para elaborar propuestas concretas a FELAFACS.

## DIRECTORIO DE POSGRADOS EN COMUNICACION - AMERICA LATINA

### ARGENTINA

**Irene Baiz**

Universidad Nacional de Lomas de Zamora  
Facultad de Ciencias Sociales  
Juan XXIII y Camino de la Cultura  
Lomas de Zamora  
Argentina  
Tel : 247-2048  
Fax: (0541) 488-4437

**Claudia Villamayor**

Universidad Nacional de Lomas de Zamora  
Facultad de Ciencias Sociales  
Juan XXIII y Camino de la Cultura  
Lomas de Zamora  
Argentina  
Tel : 2 96 00 88  
Fax:(0541) 81 43 656

**Cecilia Ester Pagán**

Universidad Nacional de Lomas de Zamora  
Facultad de Ciencias Sociales  
Juan XXIII y Camino de la Cultura  
Lomas de Zamora  
Argentina  
Tel: 2 47 20 48

**Rosa María Brenca**

Universidad Nacional del Centro de la Provincia  
de Buenos Aires  
Facultad de Ciencias Sociales  
San Martín 3060-Olivarria (7400)  
Provincia de Buenos Aires  
Argentina  
Tel: 0284-28081

**Marta Benedito de Albornoz**

Universidad Nacional de Entre Ríos  
Facultad de Ciencias de la Educación  
Carrera de Comunicación Social  
Rivadavia 106-3. 100 Paraná  
Entre Ríos, Argentina  
Tel: (043) - 22 20 23  
Fax:(043) 21 54 62

### BRASIL

**José Marques de Melo**

Universidad de Sao Paulo  
Escuela de Comunicación y Artes  
Rua Mateus Grou  
Sao Paulo 05415  
Brasil.  
Tel : 814-4764  
Fax: (5511) 81 305 96  
(5511) 81 542 72

**Sergio Dayrell Porto**

Universidad de Brasilia  
Facultad de Comunicación  
Campus UnB. Asa Norte Brasilia  
70910-900  
Brasil  
Tel: 2 74 433 26  
Fax: (061) 27 210 53

**Onésimo de Oliveira Cardoso**  
 Instituto Metodista de Ensino Superior  
 Rua Do Campo 230  
 09735 - Rudge Ramos Sao Bernardo do Campo  
 Sao Paulo, Brasil  
 Tel: (5511) 45 73 733

**Luiz Alves**  
 Instituto Metodista Sao Bernardo Do Campo  
 Comunicación Social  
 Centro de Posgrado  
 R. Sacramento 230. R. Ramos  
 09735 Sao Bernardo Do Campo S.P.  
 Brasil  
 Tel: 45 73 733

**Helda Bulotta Barraco**  
 Coordinadora del Posgrado  
 Av. Paulista 900 5o. Andar  
 CEP 01310, Sao Paulo  
 Brasil  
 Tel: 2 87 74 322

## COLOMBIA

**Iván Darío Montoya**  
 Universidad Autónoma de Bucaramanga  
 Facultad de Comunicación Social  
 Apartado Aéreo No. 1642  
 Bucaramanga, Colombia  
 Tel : 47 51 61  
 Fax: 47 32 50

**Gabriel Jaime Pérez, S.J.**  
 Universidad Javeriana  
 Maestría en Comunicación  
 Carrera 7a. No. 43-82 Ed. Ortiz 104  
 Santafé de Bogotá, Colombia  
 Tel: 2 88 37 88 Ext. 214  
 Fax: (571) 2 87 17 75

**Joaquín Sánchez, S.J.**  
 Presidente - Felafacs  
 Apartado Aéreo 7883  
 Santafé de Bogotá, Colombia  
 Tel: 2 88 37 88  
 Fax: (571) 2 87 17 75

## COSTA RICA

**Ricardo Sol**  
 Universidad de Costa Rica  
 Posgrado en Comunicación  
 Ap. Postal 57 (2060)  
 U.C.R. San Pedro  
 Tel: (506) 25 27 44  
 Fax:(506) 24 37 02

**CHILE**

**Rafael del Villar**  
 Universidad de Chile  
 Magistratura en Comunicación  
 Belgrado 11  
 Santiago de Chile.  
 Chile  
 Tel: 22 297 77 anexo 40.  
 Fax: 63 532 76

**Hugo Carrasco Muñoz**  
 Universidad de la Frontera  
 Magister en Ciencias de la Comunicación  
 Av. Francisco Salazar 01145  
 Casilla 54-D  
 Temuco, Chile  
 Tel: 252 746-anexo 1284  
 Fax: 252 547

**MEXICO**

**Elizabeth Bonilla**  
 Universidad Veracruzana  
 Especialidad en Comunicación  
 Jesús Reyes Héroles s/n  
 Fracc. Costa Verde Boca del Rio  
 Veracruz, México  
 Tel: 347083-385803

**Guillermina Baena**  
 Universidad Latinoamericana  
 Maestría en Comunicación y Relaciones Públicas  
 Gabriel Mancera No. 1402  
 Col. del Valle  
 03100 México D.F.  
 Tel: 6045060-6045174  
 Fax:604-7353

**Julio del Rio Reynaga**  
 Universidad Nacional Autónoma de México  
 Maestría en Ciencias de la Comunicación  
 Ciudad Universitaria Coyocacán D.F.  
 México  
 Tel: 55 077 29  
 Fax:54 808 58

**Marta Burkle**  
**Diana Cardona**  
**Sergio Talavera**  
 Universidad Intercontinental  
 Maestría en Guionismo  
 Insurgentes Sur 4135  
 México.  
 Tel: 57 385 44  
 Fax:65 515 43

**Inés Cornejo**  
 Universidad Iberoamericana  
 Posgrado en Comunicación  
 Av. Paseo de la Reforma 880  
 Col. Lomas de Santa Fe  
 Delegación Alvaro Obregón  
 Tel: 25 906 55  
 Fax:25 906 55

**Raúl Fuentes Navarro**  
**Rossana Reguillo**  
**Carlos Luna**  
 Instituto Tecnológico de Estudios Superiores  
 de Occidente -ITESO  
 Maestría en Comunicación  
 Fuego 1031, Jardines del Bosque  
 Gualajara, Jalisco  
 México.  
 Tel: 66 934 58  
 Fax:66 934 60

**José Carlos Lozano**  
 Instituto Tecnológico de Estudios Superiores  
 de Monterrey ITESM.  
 Especialización en Comunicación  
 Maestría en Educación  
 Itesm Monterrey  
 Suc. de Correos "J"/64849  
 Monterrey N.L., México  
 Tel: 582000 Ext.4551

**Jorge A. Martín Lugo**  
 Universidad Autónoma de Chapingo  
 Programa de Maestría  
 Km.38.5 Carr. México. Texcoco  
 México  
 Tel: 595 45 398

**Josefina Vilar**  
 Universidad Autónoma Metropolitana  
 Xochimilco  
 Doctorado en Ciencias Sociales  
 Calzada del Hueso 1100 Col.  
 Villa Quietud 04960  
 México D.F.  
 Tel: 7245070-72455071  
 Fax:7245081

**Fernando Mendoza Yásquez**  
 Centro Avanzado de Comunicación  
 Maestría en Comunicación Institucional  
 Miguel Angel de Quevedo No.16. Col.Guadalupe  
 Chimalistac  
 México D.F.  
 Tel: 5485482 - 5509811  
 Fax: 55 02 052

**Rogelio Tinoco García**  
 Universidad Autónoma del Estado de México  
 Facultad de Ciencias Políticas y Administración  
 Pública  
 Licenciatura en Comunicación  
 Cerro de Coatepec s/n Ciudad Universitaria  
 50000  
 Toluca, Edo. México  
 Tel: 15 0494 - 13 1607

## PERU

**Javier Pretzel**  
 Universidad de Lima  
 Facultad de Ciencias de la Comunicación  
 Av. Javier Prado s/n Monterrico  
 Lima, Perú  
 Tel: 378755  
 Fax: 378066  
**PUERTO RICO**

**Walter Neira Brontis**  
 Secretario Ejecutivo - Felafacs -  
 Apartado Postal 18-0097  
 Lima 18, Perú

**Federico C. Iglesias**  
 Universidad de Puerto Rico  
 Escuelas de Comunicación  
 Apartado 21880  
 San Juan, Puerto Rico 00931  
 Tel: (809) 72 77 880  
 Fax:(809) 72 71 296

**Nitza Hernández**  
**Carmen Sara García**  
 Universidad del Sagrado Corazón  
 Programa de Graduados de Comunicación en  
 Relaciones Públicas  
 Apartado 12383 Loaiza Station  
 Santurce, Puerto Rico 00914  
 Tel: (809) 72 81 515  
 Fax:(809) 72 71 250



**URUGUAY**

**Carmen Rico de Sotelo**  
 Universidad Católica del Uruguay  
 "Dámaso Antonio Larrañaga"  
 Facultad de Comunicación  
 Av. 8 de Octubre 2738  
 Montevideo 11600  
 Uruguay  
 Tel: (5982) 4739 58  
 Fax: (5982) 8081 24

**VENEZUELA**

**Magdalena Pineda**  
 Universidad de Zulia  
 Maestría en Comunicación Social  
 Escuela de Comunicación Social  
 Apartado 15409  
 Maracaibo, Venezuela  
 Tel: 84 447  
 Fax: 73442

**Emilio Piriz Pérez**  
 Universidad Católica Andrés Bello  
 Apartado 29068  
 Montalbán - La Vega  
 Caracas 1021  
 Tel: 44 29 511  
 Fax: 4423897

**Antonio Pasquali**  
**Elizabeth Safar**  
 Universidad Central de Venezuela  
 Facultad de Comunicación Social  
 Ciudad Universitaria Caracas 1040  
 Caracas, Venezuela  
 Tel: 66 22 751 - 66 22 761  
 Fax: (582) 26 19 093

**INVITADOS****ESPAÑA**

**Marcial Murciano**  
 Universidad Autónoma de Barcelona  
 Campus Bellaterra  
 Barcelona, España  
 Tel: 58 11 992  
 Fax: 58 12 139

**ITALIA**

**Robert White, S.J.**  
 Universidad Gregoriana  
 Piazza della Pilotta 4  
 00187, Roma  
 Italia  
 Tel: (396) 67015413