

## CAPÍTULO I

### Perspectiva regional del estado actual de la formación de comunicadores y periodistas

*Liuba Kogan<sup>1</sup>. Universidad de Lima*

#### 1. Presentación

El proyecto Mapa de los Centros de Formación de Comunicadores y Periodistas en América Latina y el Caribe propone un mapa de los centros de formación de comunicadores y periodistas, y un balance sobre los modelos de acreditación de la calidad de los programas de comunicación y periodismo. El principal reto que enfrentamos fue el acceso a información en las cinco regiones en que se dividió el estudio:

- Región Centroamérica y Caribe (Costa Rica, Cuba, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y República Dominicana)
- Región México
- Región ConoSur (Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay)
- Región Países Andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela)
- Región Brasil

Los porcentajes de respuesta a la encuesta utilizada en este trabajo de investigación fue bastante variable, con cifras que oscilan entre el 7% de centros de enseñanza muestreados en la región México, al 30% en la Región ConoSur. El siguiente cuadro muestra el número de centros de enseñanza universitarios identificados, y el de los que efectivamente respondieron a la encuesta durante esta primera etapa de recolección de información<sup>2</sup>.

CUADRO 1: Universo de centros de enseñanza universitarios					
Cifras en números absolutos					
	C. América y Caribe	México	Andina	Sur	Brasil
Identificados	67	1006	193	115	361
Encuestados	16	74	31	34	67

<sup>1</sup> Asistente de investigación: Andrea López Valdez.

<sup>2</sup> El proyecto incluyó la creación de una plataforma virtual que permite incluir y actualizar en línea la información proporcionada directamente por cada centro y programa de formación. La dirección es [www.felafacs.org/unesco/](http://www.felafacs.org/unesco/).

La falta de información gubernamental sobre las instituciones académicas existentes –con algunas excepciones– fue realmente significativa. Adicionalmente, en algunos países se encontró asociaciones de universidades autónomas respecto a entes gubernamentales, lo que dificultó, a su vez, el acopio de información debido a la existencia –muchas veces– de bases de datos paralelas e incompletas.

En el ámbito privado, se contó con datos que gestionan diversas asociaciones nacionales e internacionales de comunicación, como Felafacs. Aunque cabe resaltar, que se trata de información de las instituciones de enseñanza asociadas, lo que representa, la mayoría de veces, una porción muy pequeña del universo de instituciones universitarias y casi nulo respecto de las instituciones de enseñanza no universitarias<sup>3</sup>.

Fue frecuente encontrar páginas web universitarias desactualizadas: teléfonos de contacto y correos electrónicos no válidos, ausencia de datos sobre autoridades e información no actualizada respecto a las carreras académicas. Es decir, herramientas comunicativas incompletas y sin renovación. Es en este contexto que debemos valorar el presente informe, ya que pretende llenar un vacío de información que nos permitirá reflexionar con fundamentos empíricos, acerca de la situación de la enseñanza de la comunicación y el periodismo en Latinoamérica.

A nivel metodológico, se trabajó con una Plataforma en línea (disponible en [www.felafacs.org/unesco/](http://www.felafacs.org/unesco/)); es decir, un portal electrónico que contiene un cuestionario dirigido a las instituciones de enseñanza de periodismo y comunicación en Latinoamérica. Es nuestro deseo que esta herramienta –que permanecerá en línea– pueda ir siendo contestada por los centros de enseñanza que a la fecha no lo hayan hecho. Confiamos en que la información recabada, nos permita completar paulatinamente el mapa de la enseñanza de la comunicación y el periodismo en Latinoamérica, lo que constituirá un insumo de mucho interés para nuestras instituciones.

El proyecto contó con la valiosa colaboración de un destacado grupo de consultores latinoamericanos, quienes contribuyeron con la elaboración del presente informe: Coordinación Técnica, Liuba Kogan (Perú); Consultor Región Centroamérica y Caribe, José Luis Benítez (El Salvador); Consultora Región México, María Antonieta Rebeil (México); Consultor Región Cono Sur (Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay), Gustavo González (Chile); Consultora Región Países Andinos (Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela), María Teresa Quiroz (Perú); Consultor Región Brasil, Gerson Luiz Martins; Acreditación Álvaro Rojas y Luis Fernando Ronderos (Colombia).

3 Solo tres regiones incluyeron en su investigación una muestra pequeña de instituciones no universitarias. La muestra fue la siguiente: Región Sur, identificadas 57 y encuestadas 6; Región Centroamérica y el Caribe, identificadas 28 y encuestadas 10; Región Andina, identificadas 63 y encuestadas 4.

## 2. Calidad de la enseñanza

La calidad de enseñanza en los países de la región es heterogénea. El carácter público o privado de las instituciones de enseñanza tiende a marcar significativamente la calidad de la formación de comunicadores y periodistas. Las universidades públicas, aunque en muchos casos se encuentran muy masificadas y en constante crisis, mantienen el prestigio ganado con los años, e invierten en investigación. En el caso de las universidades privadas –sobre todo las que se orientan a la profesionalización– tienden a invertir en equipos e infraestructura, descuidando muchas veces el área académica. En varios países las universidades públicas son las que preferentemente se someten a los sistemas de acreditación; sin embargo, estos sistemas son desiguales en su alcance y naturaleza según países y regiones.

Resulta poco frecuente que los centros de enseñanza conozcan a cabalidad las demandas del mercado, los intereses académicos de los estudiantes, y que logren actualizar sus planes curriculares acorde a ello. Más bien, lo que pareciera existir es una fuerte competencia entre centros de enseñanza de diversa calidad educativa, preferentemente en los niveles de pregrado y maestrías, ya que resulta escasa la oferta educativa de doctorados en comunicación y periodismo en Latinoamérica.

En la Región Centroamérica y el Caribe, las diferencias en la calidad de enseñanza de la comunicación y periodismo parecen marcadas –al margen del carácter público o privado de los centros de enseñanza– por criterios de antigüedad, trayectoria académica y alianzas internacionales, enseñanza de maestrías y presencia de profesores con experiencia dedicados a tiempo completo. En la región se cuenta con pocos profesores dedicados exclusivamente a la docencia, participan escasamente como ponentes en reuniones académicas internacionales, siendo exiguas así mismo, sus aportaciones en revistas indexadas. Cabe mencionar que no se ofrece ningún programa de doctorado en comunicación en Centroamérica y el Caribe. Finalmente, no se han consolidado las relaciones entre las universidades, las empresas y los medios de comunicación. La región centroamericana presenta un desarrollo desigual entre sus universidades, pero en general pareciera encontrarse a la saga de sus pares latinoamericanos.

En la Región Andina, la calidad de la enseñanza es muy desigual, e incluso dentro de los países mismos. Las diferencias parecen marcarse principalmente por su carácter público o privado (incluso muchas veces con legislaciones diferenciadas<sup>4</sup>) y por la ubicación geográfica de las universidades (las capitalinas con mucho mayor acceso a recursos); siendo estas últimas, las que tienden a contar con programas

4 En el caso peruano, por ejemplo, la Ley de promoción de la inversión en la educación (Decreto Legislativo N° 882) faculta "el derecho a la libre iniciativa privada, para realizar actividades en la educación (...) como fundar, promover, conducir y gestionar Instituciones Educativas Particulares, con o sin finalidad lucrativa".

de enseñanza de mejor calidad, aunque en un grupo de casos, se trata de universidades con fines de lucro, gestionadas para la consecución de intereses económicos inmediatos. El 70% de las facultades de comunicación identificadas son de carácter privado, pero albergan a una población educativa mucho menor que las universidades públicas; éstas están muy masificadas y han ido perdiendo posicionamiento social debido a su administración caótica y politizada. Recién a partir de los años noventa, empiezan a surgir los estudios de postgrado a nivel de maestrías, siendo inexistentes los doctorados (con excepción de uno a distancia en el Perú). Las maestrías son más numerosas en Colombia y Bolivia, y menos en Perú, Ecuador y Venezuela.

En la región del Cono Sur, se produjo desde los años noventa una multiplicación de programas de comunicación y periodismo, sobre todo en instituciones privadas que fueron respondiendo a las demandas del mercado en términos de profesionalización; lo que parece haber marcado el debilitamiento de la investigación crítica y creativa como elemento fundamental de su actividad académica. Sin embargo, se encuentran varias señales positivas: el crecimiento de magísteres y doctores en los cuerpos académicos de las carreras de comunicación y periodismo a tiempo completo o media jornada; la innovación o actualización curricular; un fuerte proceso de inversiones en las universidades privadas para incorporar equipos para la formación práctica de los futuros periodistas y comunicadores; y oferta de postítulos de corta duración, especialmente diplomados, orientados a potenciar competencias profesionales. A pesar de las señales positivas mencionadas, no se cuenta con estándares únicos para un sistema de créditos transferibles (SCT) ni en los países ni en la región, que posibiliten los intercambios y la movilidad estudiantil en pregrado y postgrados. Tampoco se cuenta con procesos de acreditación masivos, siendo las universidades públicas, las que han tendido a someterse a ellos<sup>5</sup>. Si bien, existe un número importante de profesores con doctorado (de la muestra, Chile reporta un 9%, Argentina, 5%; Paraguay, 3.5% y Uruguay, 2%); no se cuenta en la región con doctorados en comunicación o periodismo.

<sup>5</sup> En este contexto es menester señalar que encontramos, en la región latinoamericana, propuestas de acreditación que buscan contribuir con el desarrollo de los procesos de calidad en la enseñanza universitaria. A nivel de organismos de acreditación regional encontramos a la Riaces (Red Iberoamericana de Acreditación en Calidad de la Educación Superior), el Sicevaes (Sistema centroamericano de Evaluación de la Educación Superior), el Comité ad-hoc del Mercosur, el Consejo Universitario Iberoamericano (Cuib), el Instituto Internacional para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (Iesalc), la Asociación de Universidades Privadas de Centroamérica y Panamá (Auprica), el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (Claep).

Los organismos de acreditación por países están en auge, aunque en su conjunto se aprecie heterogeneidad por su forma, naturaleza, organización y desarrollo. Cabe resaltar que a mediados de los años noventa se crearon los sistemas de acreditación de la educación superior a nivel estatal en Chile, Colombia y Argentina que muestran interesantes experiencias y propuestas conceptuales y metodológicas. Bolivia, Brasil, Costa Rica, Cuba, Ecuador, México y Venezuela cuentan con importantes Consejos Nacionales de Acreditación.

En la región México, las instituciones educativas que enseñan o que tienen programas de licenciatura en Comunicación ascienden a 1006; es decir, se evidencia sobre abundancia de escuelas y programas. Dicha oferta ha aumentado rápida y significativamente sin registro ni control alguno, al parecer porque resulta rentable atraer a un estudiantado que ve en la comunicación una carrera sin mayores dificultades académicas. Adicionalmente, cabe señalar que la gran mayoría de profesores cuenta únicamente con estudios de licenciatura, lo que ha llevado en los últimos años, a la implementación de acciones para potenciar la formación en postgrados de los docentes.

La región Brasil resulta ser un mosaico marcado por diferencias, a pesar de que desde 1982, el Ministerio de Educación impuso un currículo mínimo a fin de normalizar la enseñanza de la comunicación. Se evidencia diferencias en la calidad, la estructura, el formato de los cursos y de las metodologías de enseñanza de las asignaturas de comunicación, respondiendo a dos variables principales: el acceso a tecnología y el régimen de dedicación de los docentes. La calidad resulta superior –en términos generales– en las regiones del sur y sur-este y en las universidades públicas federales, donde se encuentran excelentes centros de enseñanza. Sin embargo, existen escuelas que adolecen de infraestructura adecuada, biblioteca, y solo cuentan con profesores contratados “por horas”, que deben trabajar en condiciones muy precarias, a menudo solo con “pizarra y tiza”. Es de resaltar, que la enseñanza de la comunicación en Brasil se encuentra en un proceso de reestructuración que responde a la formación de comisiones que buscan reformular las directrices curriculares de los cursos de periodismo, audiovisuales y cine; y de una directiva del Supremo Tribunal Federal, que exige la formación universitaria del periodista. Se cree que estas directrices fomentarán la creación de escuelas de periodismo y audiovisuales separadas de las de la enseñanza de la comunicación.

### 3. Demanda y oferta

La oferta laboral para egresados de comunicación y periodismo parece ser bastante diferenciada por regiones y países. Sin embargo, podemos colegir que un sector reducido de egresados en América Latina accede a puestos de alta productividad; estando en mejores condiciones los egresados de universidades privadas o de universidades públicas antiguas o las que cuentan con sólidos contactos con el mundo empresarial.

En la región del Cono Sur, se evidencia una importante demanda de egresados orientados a la gestión comunicacional para empresas, consultoras, entidades gubernamentales, poderes locales, organizaciones políticas e incluso entidades de la sociedad civil. La demanda predomina en los sectores empresariales, que tienden –a pesar de ello– a reducirse, debido a la sobre oferta educativa y a los modelos de gestión y de economía de escala que van desarrollándose en las empresas; mien-

tras no tienden a aumentar significativamente los puestos de trabajo orientados a las comunicaciones aplicadas.

En México, la oferta educativa en comunicación y periodismo se encuentra sumamente especializada, lo que implica la producción de perfiles profesionales de comunicadores muy diversos, lo que hace difícil la competencia por empleos en un mercado que poco valora a la comunicación respecto a carreras afines. Se evidencia un descenso en la elección de la carrera de comunicación debido a la aparición de carreras afines ofertadas de modo atractivo como: Diseño Digital, Comunicación Multimedia, Producción Televisiva, Entretenimiento, Relaciones Públicas, Cine, Comunicación y Cultura, Tecnología educativa, entre otras.

En la Región Andina, los egresados de comunicación deben competir en desventaja con administradores, especialistas en marketing e ingenieros industriales. Las universidades y las facultades que forman comunicadores están preocupadas por la brecha que se evidencia entre los intereses de los estudiantes, de las instituciones y de sus profesores. Existen pocos canales para entender los nuevos intereses de los estudiantes, sus expectativas de desarrollo y de crecimiento. Ello podría explicar el número creciente de profesionales que busca emigrar debido a que difícilmente encuentran espacios laborales adecuados y reconocidos en sus propios países.

En la región Centroamérica y El Caribe, un porcentaje significativo de egresados no logra conseguir puestos de trabajo acordes a su formación en comunicación o periodismo; empleándose en puestos vinculados a las ventas, mercadeo, relaciones públicas y gestión de imagen, entre otras.

En la región Brasil, se ha intentado acercar las necesidades educativas a las demandas profesionales y sociales. Para ello, se han desarrollado proyectos de integración entre la enseñanza y el área profesional, principalmente en periodismo, publicidad, relaciones públicas, cine y audiovisuales. En ese sentido, muchas empresas crean cursos cortos para entrenar a sus trabajadores, y las instituciones de enseñanza –a través de sus profesores e investigadores– promueven actividades y cursos de cara a las necesidades del mercado, evitando las perspectivas exclusivamente operativas o técnicas; lo que facilita una integración efectiva entre universidades y empresas. En términos generales, los egresados de carreras universitarias de periodismo y comunicación tienen relativa facilidad para ubicarse en el mercado laboral, debido a las disposiciones de la Corte Suprema de Justicia de Brasil, que indica la clara preferencia por la contratación de comunicadores y periodistas profesionales.

#### 4. Obstáculos de las instituciones de enseñanza

Los obstáculos que enfrentan las instituciones de enseñanza de comunicación y periodismo, responden directamente las condiciones socio-económicas de cada región, a las culturas propias de sus instituciones y al nivel de formalización de los sistemas de acreditación o a su inexistencia. A su vez, la emergencia de las NTIC incorpora nuevos retos en varios niveles: primero, el acceso de los centros de formación a equipos y tecnología de punta, muchas veces onerosos para las instituciones; segundo, la actualización permanente de los docentes en el manejo de hardware y software, como complemento didáctico y como materia de formación académica.

En las regiones Andina, Centroamérica y el Caribe y en México, las instituciones de enseñanza de comunicación cuentan con escaso presupuesto, debido –entre otros factores– al precario posicionamiento de la carrera frente a otras disciplinas tradicionales, la precariedad de las condiciones de empleo de los profesores y la lenta y difícil puesta al día de los planes curriculares y su implementación por los docentes. Caso contrario ocurre con lo reportado por la región Cono Sur y la región Brasil para las universidades privadas que mostraron más bien un proceso de inversión en equipos e infraestructura, innovación de los planes curriculares y condiciones de empleo adecuadas para sus profesores. Las universidades públicas en la región del Cono Sur y Brasil (universidades públicas federales) tienden a mantener un alto grado de prestigio (son las que más revistas académicas en comunicación publican o más investigaciones desarrollan), pero a la vez se ven obligadas a competir con las universidades privadas, que a menudo cuentan con mayores recursos para invertir en equipos, infraestructura y en marketing, sustrayéndose –éstas últimas– de las tareas de investigación.

En Centroamérica y el Caribe, las instituciones se ven afectadas por la burocracia, por la escasa motivación para el cambio y la falta de liderazgo de sus autoridades, en gran parte, debido a las condiciones de remuneración económica que no satisfacen las necesidades y expectativas de los profesores. Así, en Centroamérica y el Caribe y la región Andina los principales retos son la actualización de los programas de estudio que tienen como referente el mercado laboral, las NTIC y las condiciones particulares al interior de los países de la región, consolidar el cuerpo docente, y fortalecer la participación de las universidades en redes y foros internacionales.

En México, retener a los alumnos –dada la gran oferta educativa– se ha convertido en un reto para las instituciones de enseñanza. Así mismo, representan desafíos la gestión educativa, la motivación al profesor para el cambio y evaluación de las necesidades del mercado laboral para insertar con mayor éxito a los egresados. La exigencia por parte de los estudiantes no siempre es atendida con celeridad, lo que ha dado lugar a la aparición de una oferta educativa paralela y caótica en formato

de cursos cortos. Finalmente, las instituciones de enseñanza de comunicación y periodismo no siempre están dispuestas a emprender el camino de la acreditación, habida cuenta de las exigencias que se le plantean a las instituciones. Resaltemos que de los 1006 programas existentes, solo 68 están acreditados; es decir, el 6.75%.

En Brasil, hay obstáculos para alcanzar excelencia académica debido a la infraestructura precaria en las universidades públicas y en las privadas, el número inadecuado de profesores –muchas veces dictando cursos para los que no están preparados–, la no actualización de los sílabos y la inseguridad laboral aunada a bajas remuneraciones.

### 5. Vínculos externos

Si bien las instituciones de enseñanza de comunicación y periodismo reconocen la necesidad de establecer vínculos externos, no todas tienen los recursos para lograrlo de la misma manera.

En Centroamérica y el Caribe, las universidades públicas suelen tener buenas relaciones con organismos de cooperación extranjera; mientras que algunas universidades privadas logran entablar vínculos con empresas privadas o fundaciones que apoyan ciertas actividades o proyectos puntuales. Sin embargo, las escuelas y departamentos de comunicación tienen poca incidencia y reconocimiento en el ámbito estatal, incluso con relación a temas comunicacionales.

En la región Andina, las universidades públicas más antiguas logran apoyos importantes, pese a sus crisis internas, debido al prestigio acumulado durante décadas y por su compromiso con la población menos favorecida. Mientras que las universidades privadas logran colaboraciones e intercambios con gran esfuerzo gracias a los trabajos de investigación de docentes destacados. Las universidades del interior de los países de la región Andina tienen presencia social, constituyéndose en referentes sociales importantes, principalmente por sus vínculos con el gremio periodístico. En los últimos diez años, cada vez se invita a más profesionales relacionados con la industria mediática como parte del plantel de profesores; y, a su vez, los profesores universitarios son requeridos como asesores en la industria mediática.

En México, si bien las instituciones de enseñanza privada tienden a establecer vínculos con el sector empresarial; y las estatales, con los sectores públicos, sociales y gubernamentales, la tendencia ha cambiado desde casi una década en la medida en que tanto las instituciones de enseñanza privadas, como públicas han ido buscando medios para conseguir fondos adicionales al de las colegiaturas, a partir de servicios de consultorías, fundación de cátedras, prestación de

servicios, ingreso a programas públicos de apoyo a la investigación y la mercadotecnia universitaria.

En la región Cono Sur se evidencia una escasa presencia de las universidades en la industria de la televisión, pero mayor presencia en los ámbitos de la radiodifusión, la prensa escrita y páginas web. Las tareas de extensión se orientan al ámbito social como al apoyo a medios comunitarios. La presencia de profesores universitarios en los medios nutre los proyectos académicos, aunque no se aprovechan estos vínculos en todo su potencial. La comunicación aplicada en proyectos de educación o de desarrollo social, sobre todo en comunidades aisladas o de bajos ingresos, aparece como un asunto pendiente de las carreras de comunicación en el Cono Sur. Más bien, encontramos vínculos importantes entre los programas universitarios de los grandes centros urbanos orientados a la industria tradicional de los medios y a la gestión comunicacional en empresas.

En la región Brasil, la mayoría de centros de enseñanza en comunicación y periodismo busca establecer vínculos con las empresas privadas. Sin embargo, cabe resaltar que las actividades estudiantiles y políticas contra la dictadura que duró hasta 1985 y las políticas de inclusión, generaron mecanismos de acción comunitarios ligados a la producción periodística y radial; de modo que la comunicación y el periodismo gozan de reconocimiento social en las clases más bajas de la población, y sus productos comunicativos compiten sanamente con la prensa comercial. Las escuelas de comunicación se proyectan principalmente hacia la acción comunitaria a través de proyectos de comunicación y periodismo comunitario. En las universidades privadas, los profesores trabajan también en la industria de los medios, en las empresas de comunicación o brindando asesorías; mientras que los profesores de las universidades públicas gozan de un régimen de dedicación exclusiva que les impide trabajar en medios. Cabe señalar que las instituciones de enseñanza de comunicación no forman parte de una red; sino más bien existen redes que reúnen a profesores y a investigadores. Se encuentran muchas iniciativas importantes e interesantes, como premios de periodismo de las empresas públicas y privadas, que muchas veces incluyen a los estudiantes.

En todas las regiones, el vínculo más sostenido con la empresa privada parece ser el de las prácticas pre-profesionales o profesionales que desempeñan los estudiantes de pregrado.

## 6. Formación no universitaria

En la región centroamericana, los centros de formación no universitaria son, en su gran mayoría, los colegios o asociaciones de periodistas de cada país. Los recursos para desarrollar los cursos –cuyos públicos son los miembros de las asociaciones de periodistas, estudiantes universitarios, periodistas de medios comunitarios o comunicadores de instituciones públicas– provienen de fundaciones y organismos de cooperación internacional, interesados en temas particulares. Principalmente, cursos de gramática y redacción, periodismo y cambio climático, ética periodística y libertad de expresión, radio digital, sindicalismo y comunicación, etc.

En la región Andina cada vez son más numerosos los cursos de corta duración para formación de periodistas, en asuntos técnicos y especialización temática. También resulta frecuente que los propios medios convoquen a especialistas para dictar cursos a sus periodistas, sobre todo en las áreas de periodismo digital, libertad de expresión y ética y redacción periodística.

En la región México han proliferado comercios que se están dedicando a ofrecer cursos de capacitación y actualización “amarrados” a la venta de productos de software y hardware. Dada la rápida evolución de las tecnologías de información y comunicación, muchas universidades no han podido absorber esa demanda dado los altos costos que implica invertir en dichas tecnologías, capacitar a sus docentes y replicar esa capacitación hacia los alumnos. Las universidades se encuentran a la saga del mercado. Adicionalmente, existen empresas de investigación de mercados que ofrecen cursos en torno a la conducta del consumidor, modelos de mercados y sus transformaciones; con ello, capacitan a los profesionales de los distintos comercios, instituciones y empresas. Se ha generado una gran demanda en las empresas de capacitación y formación de profesionales en áreas afines a la filantropía, responsabilidad social empresarial y ética corporativa.

Otra tendencia que se perfila cada vez con mayor claridad es la asociación entre agencias consultoras, organizaciones de la sociedad civil y asociaciones con las universidades para impartir estos cursos y brindan una doble certificación con la validez oficial que ofrecen las instituciones de educación superior de calidad. Ante la situación de crisis que vive México y la disminución de oportunidades de empleo, ha surgido un segmento de profesionales que a título personal ofrece sus servicios de capacitación en empresas y organizaciones. Poco a poco muchos de estos consultores han generado alianzas con universidades de nivel medio –que antes carecían de cursos de extensión– para ofertar los cursos impartidos por el consultor independiente apoyado por la certificación de la universidad o centro educativo. Como puede verse, la tradición de capacitación y actualización de profesionales en materia de comunicación y temas aledaños es muy amplia.

En la región Cono Sur, la formación no universitaria de comunicadores y periodistas abarca un importante abanico de instituciones que va desde cursos breves de capacitación impartidos por ONGDs que trabajan en comunicación popular hasta emprendimientos vinculados a medios de comunicación, empresas, organismos internacionales y asociaciones profesionales que se materializan en seminarios, pasantías y otras formas de perfeccionamiento. En el marco de la educación formal no universitaria, son los institutos técnicos y profesionales los que ofrecen carreras cortas, de dos a tres años, que cubren requerimientos de los medios de comunicación, tanto en prensa escrita, como radial y televisiva. Vale la pena destacar la presencia de dos maestrías que se imparten como producto de asociaciones de grandes empresas periodísticas con universidades: la Maestría en Periodismo del diario *Clarín* y la Universidad de San Andrés, en Argentina, y la mención en Dirección y Edición Periodísticas (sección Prensa Escrita) del Magíster en Comunicación Social de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile y el periódico *El Mercurio*.

En Brasil también existen varios centros de formación en periodismo y comunicación auspiciados por empresas de comunicación; por ejemplo, el Programa de la Folha de São Paulo, el Curso Intensivo del Estado de São Paulo, el Curso Abril de Periodismo, que brindan cursos de formación para estudiantes de periodismo en escritura, técnicas específicas de producción periodística y políticas de trabajo y de gestión de las empresas auspiciadoras. Estos cursos cuentan con recursos de empresas individuales y en algunos casos (Estado de São Paulo, por ejemplo) con el patrocinio de grupos empresariales.

## 7. Balance

A continuación se presentan los debates teóricos que subyacen al análisis de la situación de la enseñanza del periodismo y la comunicación en el contexto de las sociedades latinoamericanas contemporáneas:

- *El estatuto epistemológico de la comunicación*, los sistemas organizativos universitarios y el mercado laboral. Un dilema académico importante que se debate en el ámbito universitario es el del estatuto epistemológico de la comunicación y las consecuencias institucionales que ello acarrea. Podemos identificar, a grandes rasgos, dos grandes aproximaciones contrapuestas. Para unos, la comunicación no tendría ni objeto de estudio ni métodos de indagación propios, por lo que representaría una rama específica de otros campos disciplinares. La consecuencia derivada de ello sería la dificultad para acceder a fondos de investigación y como consecuencia, explicaría la escasa producción de investigaciones en comunicación. Para otros, más bien la comunicación representaría una “super disciplina” (Martino 2003, 84), capaz de plantear nuevas preguntas de investigación y nuevos temas interdisciplinarios; lo que llevaría

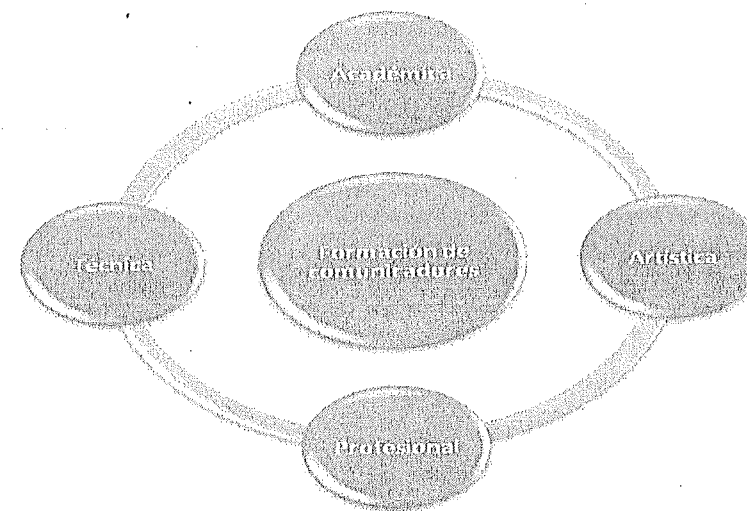
a su enriquecimiento conceptual, pero al adolecer de un estatuto definido, le dificultaría encajar en el aparato institucional universitario e incluso sus egresados deberán competir –muchas veces en desventaja– con profesionales de carreras afines más valoradas socialmente. Es decir, el mercado laboral parece exigir comunicadores cada vez más especializados; lo que estaría llevando en muchos casos a la adecuación de los currículos universitarios a dicha demanda, pero por otra parte estaría apareciendo una oferta educativa caótica –en el ámbito universitario y no universitario– en los espacios interdisciplinarios. Cabe resaltar que la complejidad y dimensiones del objeto de estudio de la comunicación es un tema de preocupación que parece resultar consustancial al desarrollo de la disciplina (Fuentes 1991, 25–48) y que se refleja en los diversos sistemas organizativos universitarios. En pocos casos, la comunicación es considerada una disciplina autónoma; mientras en la mayoría de casos, forma parte de otras carreras que la incluyen. Así mismo, el escaso desarrollo de la investigación empírica en comunicación estaría asociado al poco reconocimiento institucional de los estudios de comunicación y a su bajo reconocimiento en el ámbito académico internacional (Scolari 2008, 45).

*La sociedad de la información y la brecha digital.* Las economías fundadas en el conocimiento y la revolución de los instrumentos del saber le plantean a la universidad latinoamericana una serie de retos significativos; más aún, a las instituciones de enseñanza de la comunicación. ¿Qué capacidades tienen las instituciones de enseñanza de comunicación para responder a las nuevas demandas temáticas que plantean las TICs? ¿Se han transformado los procesos de enseñanza–aprendizaje? ¿Qué retos plantea la desigualdad digital entre las universidades latinoamericanas públicas y privadas, capitalinas y no capitalinas, nuevas y tradicionales para responder a las demandas sociales, económicas, tecnológicas y políticas contemporáneas? Finalmente, ¿cómo se correlacionan las desigualdades estructurales en la región y la brecha digital?<sup>6</sup>

*La globalización y los vínculos Universidad–Empresa.* En términos generales, las universidades, y de manera particular los centros de enseñanza de comunicación, se debaten entre dos modelos de enseñanza que ha propiciado el contexto de la globalización. En primer lugar, las instituciones que buscan la especialización desde los primeros ciclos y que orientan su formación al mercado, y que incluso plantean nuevos modelos de gestión universitaria más afines a las empresas no educativas. En segundo lugar, las universidades con una fuerte orientación académica que plantean una formación en clave humanística y que no buscan la especialización en su formación de pre–grado. Ambos tipos de universidad establecen vínculos variados con el mundo empresarial. Sin

embargo, en este contexto podemos plantear que los centros de enseñanza de comunicación y periodismo no siempre han logrado encontrar perfiles de enseñanza acordes con las demandas del mercado laboral, los intereses de los estudiantes y las competencias y recursos para la enseñanza (López Segre 2006, 21–30). Las universidades públicas y privadas parecen distanciarse no solo con relación a los recursos económicos que gestionan, sino también a sus intereses investigativos, métodos de enseñanza–aprendizaje y formas de relacionarse con el mercado.

Planteamos que las universidades tienden a formar a sus estudiantes de pregrado considerando las siguientes orientaciones:



La tendencia mayoritaria parece concentrarse en las áreas profesionales y técnicas; es decir, aquellas que forman comunicadores competentes en el manejo de tecnologías y saberes aplicativos. La perspectiva académica ha ido perdiendo preeminencia desde los años noventa, debido a las exigencias del mercado y a la fascinación de éste por el dominio de técnicas y herramientas en desmedro de una perspectiva crítica. Sin embargo, la formación artística (en los campos del diseño y de la producción audiovisual), ha tenido presencia social y reconocimiento público, incluso a nivel internacional.

6 Covi Druetta, Delia "Asimetría social y digital". En: Díaz Nosty, Bernardo et.al. *Tendencias '07, Medios de Comunicación, El Escenario Iberoamericano*. Barcelona: Ariel, 2007.

En términos generales podemos concluir lo siguiente:

### **Región Centroamérica y el Caribe**

1. Para muchas universidades de la región, uno de sus retos fundamentales es la formación de un equipo de profesores estable, con mecanismos claros de evaluación y promoción, y el desarrollo de un proyecto académico (docencia, investigación y proyección social) que responda a los desafíos del mercado laboral y de la sociedad.
2. En la región hay todavía un incipiente desarrollo de programas de postgrado en comunicación y, al mismo tiempo, la mayoría de programas de maestría están inmersos en procesos de evaluación por la falta de estudiantes interesados en inscribirse y por los desafíos que las sociedades y el mercado laboral demandan.
3. Las escuelas o departamentos de comunicación tienen pocos vínculos externos en el ámbito nacional como regional e internacional. De igual manera, hay muy poca participación en diversas redes profesionales y académicas de profesores e investigadores de comunicación.
4. Se encuentran relaciones muy débiles entre las universidades y otros centros de formación en comunicación y periodismo, específicamente con los colegios o asociaciones de periodistas nacionales. De esta manera las acciones resultan descoordinadas, se duplican esfuerzos y se utiliza de manera poco eficiente los recursos de cooperación internacional.

### **Región Andina**

1. La región andina se encuentra muy retrasada con respecto a los procesos de acreditación, desarrollo de los estándares de calidad y la formación de sus docentes. Se socializa muy poco el trabajo que se realiza en el campo periodístico y audiovisual.
2. Se evidencian importantes brechas –en el campo de la investigación y de la innovación académica– entre las universidades públicas y privadas que imparten carreras de comunicación y periodismo.
3. No se encuentra un desarrollo importante de programas de postgrado, en los niveles de maestría y doctorado.
4. Son débiles los vínculos establecidos entre las universidades, el mercado laboral, las empresas y los organismos de desarrollo.

### **Región México**

1. En los últimos años, el número de escuelas, centros e instituciones dedicados a ofertar programas de enseñanza de comunicación creció de modo exponen-

cial, permitiendo el florecimiento y consolidación tanto de universidades de gran excelencia académica como de programas de dudosa calidad.

2. Se ha generado una sobre abundancia de oferta educativa de menor calidad ante la incapacidad de absorción de la demanda por parte de universidades públicas y el alto costo de las universidades privadas.
3. Apenas 68, de las 1006 instituciones de enseñanza de la comunicación en México, se encuentran acreditadas.
4. En la actualidad, universidades, escuelas y centros de gran tradición y calidad buscan retener lo más posible a sus egresados, a través de programas de extensión y postgrado.
5. No se cuenta con datos precisos sobre el tamaño de la población que cursa y egresa de las carreras de comunicación; aunque se percibe la escasez de oferta laboral para los egresados.

### **Región Cono Sur**

1. En las dos últimas décadas se han multiplicado las universidades privadas. Éstas han llevado a cabo un proceso de innovación curricular motivado por la incorporación de las NTIC y de la comunicación aplicada.
2. La práctica académica ha tendido a priorizar la actividad docente, en desmedro de la investigación, de la reflexión y del aporte teórico, lo cual explica el relativo escaso número de revistas académicas que ve la luz en la región.
3. A pesar del declive en la investigación, se observan crecientes exigencias de formación de postgrado para los académicos, motivadas por la necesidad de las universidades de mostrar solvencia tanto en el competitivo mercado de la enseñanza superior como para cumplir, en algunos casos, con los requisitos de acreditación.
4. Existe un crecimiento de la capacitación y formación de postgrado, con numerosos programas de diplomados y de maestrías, aunque el número de doctorados es muy escaso.
5. Las universidades han adecuado sus propuestas curriculares, sus inversiones en equipos e infraestructura y perfiles de egreso a un mercado laboral alejado de los medios tradicionales de comunicación y que por tanto se diversifica hacia áreas de la comunicación aplicada (corporativa u organizacional) y de los emprendimientos multimedia y audiovisuales.

### **Región Brasil**

1. A pesar de que el Ministerio de Educación desde 1982 planteó criterios de normalización de la enseñanza de la comunicación a partir de una estructura curricular mínima, se encuentran grandes disparidades en la calidad de la enseñanza.
2. En términos generales, las universidades públicas federales a pesar de sus problemas de infraestructura y acceso a tecnología de punta –al contar con profe-



sores a tiempo completo y dedicación exclusiva- tienden a proveer cursos de mejor calidad que las universidades privadas, que cuentan con profesores "por horas". Estas diferencias de calidad también se encuentran marcadas regionalmente: las universidades del sur y sur-este tienden a ofrecer cursos de mejor calidad que el resto de regiones.

3. La enseñanza de la comunicación y el periodismo se encuentra en reestructuración, debido a las nuevas directrices curriculares que deben seguir los centros de enseñanza, y a las leyes federales que exigen la formación universitaria para el ejercicio profesional del periodista.
4. La mayoría de centros de enseñanza busca establecer vínculos con empresas de comunicación y periodismo, sobre todo para favorecer las prácticas de los estudiantes; así mismo, las empresas fomentan premios para favorecer las prácticas periodísticas o de comunicación más importantes. De otra parte, son relevantes los vínculos que establecen con periódicos y radios comunitarias que ayudaron a implementar.
5. Se encuentran redes de profesores e investigadores, pero no existe en actividad una red de centros de enseñanza de la comunicación o periodismo.

## CAPÍTULO II

### Informe Regional Cono Sur: innovación de cara al mercado

*Gustavo González<sup>1</sup>. Universidad de Chile*

La encuesta aplicada en los países del Cono Sur en el marco del proyecto Felafacs-Unesco tuvo los siguientes porcentajes de respuesta de las instituciones universitarias: 25% en Argentina; 32,5% en Chile; 28,6% en Paraguay y 75% en Uruguay. En el caso de las instituciones no universitarias los porcentajes fueron más bajos: 8,7% en Argentina y 16,7% en Chile y sin respuestas en Paraguay y Uruguay.

La muestra resulta así bastante relativa e impide sobre todo un diagnóstico en profundidad en cuanto a la enseñanza o capacitación de periodistas y comunicadores por parte de institutos profesionales, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales y otras entidades no universitarias.

En el mundo universitario, la muestra es también un tanto baja, particularmente en cuanto al país más grande de la subregión, Argentina, donde se identificaron 64 universidades, de las cuales contestaron la encuesta solo 16. En el otro extremo, el alto porcentaje de Uruguay responde a un número absoluto de universidades, pequeño, de cuatro instituciones, de las cuales tres llenaron la encuesta.

Sin embargo, la muestra alcanza representatividad y permite situar algunos rasgos clave de las actuales tendencias en la formación universitaria de comunicadores sociales.

Entre tales rasgos se destaca, en primer lugar, un proceso de innovación curricular que implica una creciente adaptación de los perfiles de egreso del pregrado a las demandas del campo laboral. Esto, a su vez, involucra modelos de enseñanza más profesional, que apuntan a diversificar las especializaciones. El periodismo asociado a los medios dejó de ser la única meta de la formación, para ceder espacios a las comunicaciones organizacionales y el vasto universo multimedial y audiovisual.

Como efecto de lo anterior, los planteles requieren de una mayor dotación de infraestructura en equipos, adecuada a las NTIC (nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones).

La base de datos construida a través del proyecto Felafacs-Unesco pone en evidencia un alto número de universidades interesadas por la formación de postgrado

<sup>1</sup> Asistente de investigación: María José Vilches

