

Escuelas y Facultades en el Perú

Continuamos en este número con la presentación de los antecedentes y la situación actual de las escuelas y facultades de comunicación en diferentes países de América Latina. Walter Neira, conocido estudioso de la comunicación en nuestro continente, se refiere al caso peruano.

CHASQUI: *¿Cuáles son los antecedentes de las Escuelas de Comunicación en el Perú? ¿Cuáles las orientaciones iniciales?*

WALTER NEIRA: Sería importante señalar en primer lugar que en el Perú existen actualmente siete universidades que cuentan con Facultades o Escuelas de Comunicación Social y en los próximos meses deben iniciar sus actividades otras dos, en la Universidad de Ancash y la Universidad Particular Inca Garcilazo de la Vega. Igualmente la Universidad Técnica del Altiplano, en Puno, ha venido acumulando algunas experiencias de formación de periodistas y cuenta con un proyecto para abrir también una carrera de Comunicación Social en dicha ciudad. Con ello podríamos hablar entonces - a corto plazo - de aproximadamente diez universidades peruanas dedicadas a la enseñanza de la Comunicación.

Ahora bien, yo diría que los antecedentes de las actuales Facultades de Comunicación se hallan en las antiguas Escuelas de Periodismo, que como en gran parte de América Latina, abren el estudio formal y universitario de la Comunicación Social en el Perú. Las dos experiencias más antiguas son la de la Escuela de Periodismo de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la de la Pontificia Universidad Católica del Perú (ahora cerrada) que aparecen a mediados de los años 40.

Ambas Escuelas se mantuvieron durante más de 20 años como las únicas instituciones superiores preocupadas por el periodismo y desde allí se abordaron algunos esporádicos temas de estudio vinculados con procesos más amplios de Comunicación. Sin embargo, una excesiva dosis de empirismo y/o funcionalismo en el enfoque académico impidió establecer no sólo las vinculaciones del periodismo con la totalidad de procesos que cubre la Comunicación Social, sino también ubicar la dimensión de la Comunicación, dentro del desarrollo histórico de la sociedad peruana.

Es recién, en los años 70, que irrumpen en el país las otras cinco universidades que se van sucediendo en la captura de nuevas áreas de estudio que hasta ese momento eran ignoradas por las dos tradicionales Escuelas de Periodismo. Las relaciones públicas y la publicidad aparecen entonces como áreas de preocupación y de formación que vienen a satisfacer las demandas de un cierto mercado ya existente, como consecuencia de la modernización y relativo desarrollo comercial e industrial que se presenta en aquel momento en el Perú.

Un punto de partida interesante lo tenemos, sin embargo, en la Universidad de Lima que halla su raíz en la apertura de una Escuela de Cine y Televisión (la única en el país) que aparece a fines de los años 60 y que poco después (1972) se convertiría en la primera Escuela

(programa) de Ciencias de la Comunicación en el Perú.

El haber partido de los Medios Audiovisuales y no del Periodismo le va a facilitar a esta Escuela asumir puntos de apoyo y enfoques metodológicos que van más allá del estudio de la forma que imperaba en la totalidad de Escuelas peruanas. La Universidad de Lima se preocupa entonces por un estudio de los Lenguajes de los Medios Audiovisuales, de la publicidad y aún del Periodismo; y es a partir de aquí, a inicios de los años 70, que le dedica especial importancia al estudio de los procesos ideológicos latentes en los mensajes de los diferentes medios y campos de la Comunicación Social. En esta experiencia juega un papel importante un grupo de profesores de esta Universidad, venidos de la Sociología y de la Lingüística, especializados en Universidades de Francia, Bélgica y España; en donde la Semiótica especialmente alcanzaba importantes niveles de desarrollo.

Todas las demás universidades peruanas se hallaban aún, a mediados de los años 70, tomadas especialmente, o bien por un estudio tradicional del Periodismo, o también por un desarrollo de las relaciones públicas, que a pesar de insertarse en estas Escuelas parecían responder más coherentemente a las necesidades de la carrera de administración de empresas, que a las exigencias de una especialidad como la de Comunicación

Social. Esta tendencia se agrava en el Perú porque algunas universidades de provincias incorporan y aún hoy mantienen el estudio de las Relaciones Industriales, no como una simple materia sino como área de especialización.

CH.: *En el contexto latinoamericano, los cambios de planes de estudio han sido una constante, cuando no una obsesión. ¿Qué ha sucedido al respecto en el contexto peruano?*

W.N.: En el caso peruano, a partir del año 75 empiezan a visualizarse cambios más claros en los planes de reforma de estas Escuelas, cambios que se ven alimentados en parte por un creciente conocimiento de procesos que se impulsan fuera del país, primero a partir de los seminarios y documentos producidos por CIESPAL y luego por la sucesión de eventos internacionales que en este campo organiza la Universidad de Lima, y en parte importante también por las exigencias cada vez mayores de un mercado de la Comunicación Social que no podía responder más a la creciente tecnologización de los medios sólo con personal empírico formado en la práctica y no en las universidades.

Las universidades peruanas desean renovarse, pero aquí se cae igualmente en el mismo error de muchas otras experiencias habidas en América Latina. Los

La mayor parte de los planes de estudio se estructuran aceleradamente.

cambios son consecuencia más de las buenas intenciones que de la formulación seria y científica de proyectos de enseñanza de la Comunicación Social. La mayor parte de los planes de estudio se estructuran aceleradamente y con el mismo ritmo también la implementación inmediata es condenada a sucesivos fracasos.

En la formulación de estos planes de estudio en la casi totalidad de universidades peruanas podemos encontrar los siguientes vacíos:

a) la inexistencia de estudios de mer-

cado y de las necesidades sociales que en materia de Comunicación Social pudiese tenerse en cada región del país.

b) la indefinición de un claro perfil de tipo de Comunicador Social que se requiere para cada realidad social. En consecuencia la imagen del Comunicador Social que se proyectaba (y yo me atrevería a decir que aún se proyecta) parecía ser, para las provincias, la misma que requería una ciudad como Lima, completamente diferente de las otras ciudades del país.

c) el instrumental teórico y metodológico con el cual se aborda el diseño curricular es, en buena medida, el mismo que sustentaba los planes anteriores, lo cual nos permite señalar de paso, que la investigación entendida no sólo como proceso científico de conocimiento de la realidad, sino también como base inevitable de toda transformación real, no es aún asumida por la universidad y como consecuencia, los cambios curriculares no eran ni son cambios de contenidos y cambios de métodos, sino sólo cambios en la denominación de los cursos y de alguna manera en los objetivos que se pretendería cubrir.

d) en coherencia con lo señalado, los objetivos de los planes de estudio, son privilegiados en el diseño curricular, apareciendo de pronto y sin ninguna vinculación, siquiera mediana, con un cierto perfil profesional y las demandas sociales y de mercado.

e) la falta de conciencia de los recursos con los cuales se cuenta para enfrentar coherentemente las exigencias de un nuevo plan de estudios. Los planes en la mayoría de los casos son muy ambiciosos y no contemplan el hecho de no tener un número suficiente de maestros dedicados a tiempo completo a la enseñanza, el no tener recursos para la investigación, la falta de ambientes y de equipos técnicos para la enseñanza.

En algunas universidades peruanas se ha ofertado en los últimos años la enseñanza no solo del periodismo, sino también del cine y la televisión; y sin embargo no contaban siquiera con una má-

quina de escribir para sus cursos de redacción.

Aquí nuevamente me atrevería a señalar que la Universidad de Lima establece en parte una excepción cuando formula un plan de estudios en 1978 y lo empieza a implementar en 1980, brindando a su Escuela el personal humano y los recursos necesarios para llevar adelante su proyecto de enseñanza. No

Los equipos técnicos son necesarios pero no garantizan nada.

obstante ello, tampoco la Universidad de Lima efectuó un estudio riguroso de mercado ni definió con claridad el tipo de Comunicador que requiere hoy la sociedad peruana, compartiendo así la misma limitación que las otras universidades peruanas, tal como pudo analizarse en el recientemente celebrado VII Encuentro Peruano de Facultades de Comunicación realizado en Cuzco.

CH.: *¿Se ha logrado en la actualidad un punto de equilibrio entre teoría y práctica? ¿Cuál es la real inserción profesional de los egresados?*

W.N.: La pregunta tiene una serie de ángulos que valdría la pena ir abordando para englobar todos sus aspectos.

Pienso que en gran parte de los casos -en el Perú- se ha entendido que bastaría con contar con los suficientes equipos técnicos para que esa vinculación se establezca correctamente, o dicho de otro modo, se ha señalado que ese equilibrio no ha sido posible por la falta de medios técnicos. Yo estimo que ésta es una grave equivocación: los equipos técnicos son necesarios pero no garantizan nada en el proceso de enseñanza de la Comunicación.

Yo señalaría que el equilibrio entre la teoría y la práctica no se ha logrado en las Escuelas de Comunicación del Perú fundamentalmente por la falta de claridad en la definición del proyecto político del tipo de Comunicador Social que debiera formarse, lo que ha conducido entre otras cosas a plantear como com-

partimientos estancos o divorciados, a la teoría por un lado, con una enorme tendencia a integrar cada vez más "cursos" en los planes de estudio y a la práctica por otro lado, entendida ésta como la simple capacitación técnica en el manejo de medios. Gran parte de las universidades peruanas, por la poca claridad antes señalada, han caído en la primera tendencia y no han podido hallar aún el modo de resolver correctamente esta vinculación entre teoría y práctica.

Pero en este entrapamiento ha jugado también un rol importante la poca vocación real de las universidades peruanas para insertarse en la comunidad, de la cual debieran nutrirse para alimentar correctamente sus propios procesos de enseñanza.

Si bien es cierto que muchas universidades peruanas han señalado insistentemente su opción por el pueblo y han articulado discursos muchas veces saturados de denuncias a todos los imperalismos, a la alienación cultural y a otros procesos que se viven en la comunicación, han caído sin embargo en una retórica que poco o nada ha tenido de efectiva vinculación con esa comunidad y con esa realidad con la cual debe de comprometerse toda Escuela de Comunicación.

Y es esta proyección a la comunidad, con las exigencias cotidianas que supone, con una urgencia de desarrollo de la actitud crítica que va más allá de esquematismos infantiles, para poder responder creativamente frente a cada reto que implica la vinculación, el factor que yo considero clave para un correcto equilibrio entre la teoría y la práctica, precisamente porque demanda de la universidad un esfuerzo de definición de necesidades de formación y de la acertada integración de los diversos planos de la enseñanza que hasta hoy -por la falta de exigencias- han venido siendo tratados aisladamente.

Finalmente, la inserción real de los egresados en el mercado de trabajo de la Comunicación Social es aún muy limitado y las empresas e instituciones siguen contando mayoritariamente con empíricos, a pesar de las exigencias de cualificación que supone el actual desarrollo tecnológico de los medios.

Las Escuelas de Comunicación, como señalé al comienzo de la entrevista, no han sido capaces de satisfacer las deman-

das del mercado ni atender las necesidades sociales existentes en el Perú en el área de la Comunicación Social. En Arequipa por ejemplo, entre las dos universidades de la región, que cuenta con una importante zona campesina, se viene formando actualmente a más de mil relacionistas industriales, cuando esta ciudad solo concentra algo más de 10 o/o del escaso parque industrial del país. En consecuencia buena parte de sus egresados terminan dedicándose a otras actividades que poco o nada tienen que ver con la Comunicación Social, y sin embargo la Comunicación Agrícola, existe ni como materia aislada en los actuales planes de estudio de esas escuelas.

En Lima, la mayor parte de las universidades mantienen sus esfuerzos en el periodismo y ya otra universidad anuncia que abriría pronto su Escuela de Comunicación porque "el periodismo es insuficientemente atendido".

Lo cierto es que las tres universidades de Lima y un Instituto de mando medio, arrojan a las calles cada año a cerca de 300 nuevos periodistas, que igualmente no encuentran suficientes lugares de trabajo.

En los últimos años la única universidad que diversificó realmente sus opciones de formación fue la Universidad de Lima, capacitando efectivamente a sus egresados para trabajar en cuatro grandes campos: los medios audiovisuales, el periodismo, la publicidad y la comunicación organizacional y los últimos estudios de mercado y estudios sobre la situación de sus egresados, demuestran que esta universidad ha podido capturar buena parte de las ofertas de trabajo existentes en la capital del país.

CH.: ¿Hacia dónde se va, cuáles son las perspectivas?

W.N.: A pesar del cuadro anteriormente dibujado, yo diría que las actuales perspectivas en el Perú son alentadoras. No quisiera dejar entonces una imagen pesimista ya que al mismo tiempo que se han venido sucediendo las tendencias antes señaladas, las Escuelas de Comunicación del Perú han venido impulsando también un proceso de encuentro entre todas ellas, un acelerado proceso de integración que no pretende anular la identidad necesaria que deben de guardar cada una de ellas, pero sí crear un espacio de cooperación horizontal que haga posible poner en común el conoci-

miento social acumulado, que es el único modo efectivo de contrarrestar muchos de los vacíos que ahora se perciben en la enseñanza de la Comunicación.

Estas mismas Escuelas crearon en 1980 su propia Asociación Nacional (APFACOM) y en 4 años han organizado siete Encuentros Nacionales en donde se ha discutido -como nunca- sobre la problemática de la enseñanza y práctica de la Comunicación Social en el Perú. Y en este proceso de integración se han empezado a abrir puertas a otros sectores de profesionales de la Comunicación, que pueden ser de gran ayuda para las Escuelas. APEIC, la Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación, está trabajando ya estrechamente con la Asociación de Escuelas y los contactos internacionales favorecidos por la propia Universidad de Lima, por CIESPAL y por FELAFACS resultan factores que vienen gravitando en la propuesta de acciones conjuntas que ya impulsan las universidades peruanas.

Es esta misma integración, el instrumento que pueden dejar sentir estas universidades en su proceso de legitimación dentro de la sociedad peruana y esto ciertamente abre perspectivas que hasta hace poco eran inimaginables.



WALTER NEIRA BRONTTIS, sociólogo peruano, catedrático de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, miembro de la Asociación Peruana de Investigadores de la Comunicación, Secretario Ejecutivo de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS).
Dirección: Apartado Aéreo 4951. Miraflores, Lima, Perú.