

La evaluación histórica de la enseñanza en comunicación: el reto ético de las escuelas de América Latina. Caso: Universidad del Zulia, Venezuela

Johandry A. Hernández¹

Resumen

El objetivo de esta investigación es comparar el aporte de los teóricos latinoamericanos sobre la formación profesional de los comunicadores sociales con la evaluación del perfil académico-profesional y los objetivos de los planes curriculares que se han implementado en la historia de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia (una de las más antiguas e importantes de Venezuela). Metodológicamente, se aplica la matriz de análisis de los perfiles profesionales de las carreras en comunicación social propuesta por Morales y Parra (2006), soportada en los aportes de Vílchez (2004) para la evaluación cualitativa de los documentos curriculares y establecer su correspondencia con el discurso de los autores consultados sobre el *deber ser* en la formación de comunicadores. Los resultados permiten concluir: a) la Escuela de LUZ ha reproducido un fraude educativo al graduar *comunicadores* preparados únicamente en la producción periodística para soportes masivos de información, b) la agenda ética pendiente en Venezuela (reflexión extensiva para el resto de América Latina) es refundar, a partir del análisis histórico de las características de la enseñanza de nuestras escuelas de comunicación social, planes curriculares acordes a los escenarios de multi [inter] culturalidad, en los que el comunicador -no periodista- debe ser agente de transformación social y estar preparado para enfrentar los nuevos cambios sociales y las nuevas producciones de sentido ante un contexto latinoamericano de perenne ruido e incertidumbre social.

Palabras clave: enseñanza de la comunicación, perfiles profesionales, currículo, historia educativa.

¹ Departamento de Periodismo Impreso, Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. Maestrante en Ciencias de la Comunicación, mención Sociosemiótica de la Comunicación y la Cultura, LUZ. Asistente editorial de la revista Quórum Académico y miembro de la asociación Investigadores Venezolanos de la Comunicación. E-mail: johandryhernandez@gmail.com

“Los comunicadores sociales son *esfinges sin enigma*, para usar la expresión de Rémy de Gourmont. Nadie más consustancial con los dechados de esta democracia en apuros: cabal producto de nuestro sistema educativo, hijo legítimo de las perversiones de nuestra educación pública gratuita y de acceso irrestricto. Sus ideas son un amasijo de Armand Mattelart y Marshal McLuhan”².

Ibsen Martínez, articulista venezolano

1. Introducción

¿Cómo [re] organizar la formación de los comunicadores sociales que requiere una sociedad de multi [inter]culturalidad³ como la nuestra? La pregunta tiene trascendencia latinoamericana y circula en escenarios académicos desde hace al menos dos décadas pero la respuesta aún sigue sumergida en un presentismo que nada la conmueve ni sostiene.

La cita con la que se inicia este artículo refleja un desalentador diagnóstico y revela la pérdida del horizonte de sentido de la enseñanza de la comunicación en Venezuela y que es extensiva a toda América Latina. Este signo se reviste de una singularidad histórica, porque el pensamiento de los teóricos latinoamericanos desarrollado en las últimas décadas ha descrito fielmente cómo las escuelas de comunicación social se han convertido en espacios en los que se reproduce la sumisión de los saberes impuestos por la explosión de la mediática.

Particularmente, en Venezuela se ha demostrado que en algunas escuelas se imita el mismo paradigma de la formación instrumental

² Publicado en el diario venezolano *El Nacional*, octubre del año 1999.

³ Concepto ampliamente desarrollado en la revista *Signo y Pensamiento*, N° 46, volumen XXIV, enero-junio de 2005, de la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia. Tal como se explica en la publicación, el concepto hace alusión a la fragilidad de los Estados-nación en América Latina, a la posibilidad de describir la geografía múltiple de la sociedad global, en las nuevas fronteras -más allá de las territoriales- y las demarcaciones simbólicas imaginarias. El prólogo es más preciso cuando señala: “Trazar esa geografía es marcar las zonas de las fronteras que, conectadas con las sensibilidades, las memorias y las identidades, constituyen lugares de reconocimiento y resistencia” (ídem: 5).

vigente desde los años 70 que, en palabras de Morales y Parra (2006: 60), valida la racionalidad tecnológica, deshumaniza la práctica educativa y excluye de la formación académica al pensamiento político que puede orientar el compromiso del comunicador con el desarrollo democrático y la ampliación de los derechos de ciudadanía. En un estudio de estas mismas autoras, en 2006⁴, se demostró que en el país los programas de comunicación social de las universidades seguían negando dos referentes básicos e imprescindibles: 1) la coherencia del discurso de los teóricos latinoamericanos sobre cómo orientar el perfil académico de los comunicadores, 2) la ignorancia del contexto social al no incluir en los programas curriculares proyectos de carácter transdisciplinarios, con componentes éticos, estéticos, políticos y ciudadanos.

Ante esta realidad, dos premisas resultan pertinentes en el debate: una, planteada por Pasquali (1980: 48), que habla de la comunicación como un *factum* realmente esencial, intrínseco a la esencia misma del hombre como animal social y que resulta poco pertinente reducirlo a un discurso de comprensión de medios; y la otra, esbozada por López (1989: 17), que denuncia el predominante modelo de enseñanza carente de elementos metodológicos-conceptuales para captar y plantear el problema de la comunicación como una expresión de la esfera histórico cultural común a toda forma de vida y relaciones sociales.

Al menos en Venezuela, hay inconsistencias entre los perfiles académicos y profesionales declarados en los documentos curriculares y los contenidos que integran la formación del comunicador social. Es decir, que la actual crisis tiene su origen en las asimetrías axiológicas en la enseñanza de la comunicación.

Si ubicamos esta reflexión en el contexto latinoamericano actual, no se pueden obviar los temas que nos identifican y nos unen: la

⁴ Morales y Parra (2006) "Perspectivas del comunicador social en Venezuela", en revista Comunicación N° 135, páginas 58-70.

exclusión, la violencia, el secuestro, el hambre, la desigualdad, la represión, los retrocesos en la libertad y en la educación. La incapacidad por instaurar un modelo de bienestar ciudadano ha sumido al continente entero en una profunda crisis en el sistema político, social y requiere a un comunicador capaz de motorizar un proceso de renovación cultural.

1.1. El reto académico de las universidades en este siglo

Esta situación interpela al pensamiento político y los presupuestos en los que se intenta re [fundar], desde la academia, los estatutos epistemológicos a partir de los cuales se piensan los procesos comunicacionales. En este siglo, la universidad debe ser líder en la construcción de un proyecto del *saber hacer*, de producir un discurso y una práctica generadora de alternativas frente a los profundos desequilibrios de las instituciones sociales de las democracias latinoamericanas, y frente a su propia crisis, la de un sistema educativo urgido de construir un nuevo paradigma que oriente su concepción filosófica, y en consecuencia, pueda crear los fundamentos para la producción del conocimiento acordes con la realidad de crisis mundial actual.

Las universidades latinoamericanas y su dinámica educacional han de hilar una práctica consistente con el discurso postmoderno, a partir de la cual se instaure una verdadera polifonía cultural como noción de diversidad, que se opone al tema de la uniformación del mundo instaurado por la avasallante globalización y legitimada por la dinámica mercantilista de las empresas editoriales e informativas.

Este reto académico debe vincular un acucioso análisis de la postura de los teóricos latinoamericanos sobre la enseñanza de la comunicación con una revisión histórica-cualitativa de las características del proceso de enseñanza de las más importantes escuelas de comunicación social en América Latina, porque el estudio de sus dinámicas historiográficas podrá servir de referente teórico y

metodológico para la reflexión sobre el diseño prospectivo de las prácticas educativas que están por instaurarse.

El objetivo de esta investigación se centró, precisamente, en el desarrollo de esos dos aspectos: por una parte, se analizó el pensamiento de los autores latinoamericanos más importantes y se vinculó con la evaluación de las características de la enseñanza, desde 1980 hasta 2007, delineadas en los perfiles profesionales y en los objetivos de los planes curriculares, de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia (LUZ), una de las más antiguas⁵ e importantes de Venezuela.

Actualmente, el debate sobre qué enseñar en comunicación sigue más vigente que nunca. Dar luces a esa histórica inquietud pasa por la revisión inaplazable de nuestra tradición educativa, pues en la revisión retrospectiva encontramos las causas de nuestros errores, el momento justo de nuestros desaciertos y las ideas para emprender nuestra lucha contra la tecnocracia educativa.

2. Posturas teóricas de los teóricos latinoamericanos sobre enseñanza en comunicación

2.1. Origen y signos de la dispersión académica

La crisis del paradigma positivista ha propiciado, desde mediados de los años 80, un intento por plantear el fenómeno de la comunicación como un eje de intermediación entre la política y la democracia, en el que lo fundamental en su definición no es la técnica y su vislumbrante alcance hipnotizador, sino pensarla como un hecho conexo con las raíces culturales propias de cada sociedad.

A juzgar por los hallazgos de la investigación de Morales y Parra (2006), el perfil del comunicador social venezolano está absolutamente difuminado. Se demostró en el estudio una preeminencia actual del enfoque instrumental en la formación del comunicador social en la Escuela objeto de estudio en este trabajo, y

⁵ Esta Escuela se fundó en el 1 de octubre de 1959.

la nula formación humanística⁶. Esto ha provocado un profundo vacío epistemológico y una escasa formación crítica en la carrera. Sería pertinente exhortar a nuestros pares latinoamericanos a indagar si esta realidad se reproduce -con sus particulares signos- en nuestros países hermanos.

Esta desconstrucción de la formación del comunicador social impide atender la dimensión de multi[inter]culturalidad propia de la comunicación -desarrollada ampliamente por Martín-Barbero (2002)- pues reproduce un engeguamiento y la incapacidad por interpretar los espacios y las temporalidades en las luchas y tensiones de los actores sociales, tamizado a su vez, por una hiperrealidad mediática que intenta, con éxito, señalar la manera en cómo deben resolverse los asuntos propios de la alteridad, la identidad y la representación de la cultura.

El propio Martín Barbero (2002) ha dedicado gran parte de su extensa obra a denunciar la dispersión académica en los estudios de comunicación social en América Latina. A juicio de Marques (2001), la ausencia de tradición interdisciplinar en nuestras universidades, estructuradas como "conglomerados de facultades" inviabilizó la circulación de los estudiantes por las áreas conexas y se estrechó la grilla curricular en función de las disponibilidades existentes.

Otra dificultad fue la ausencia de investigación institucionalizada, a pesar de que en los 70 el cambio de nombre a escuelas de comunicación social obedecía, principalmente, a la intención del fomento de la investigación sistematizada en el área, lo que produjo conflictos entre las universidades y las corporaciones mediáticas.

El resultado fue la inhibición de la creatividad universitaria y la improductividad de los currículos, pensados de forma centralizada para darle vigencia al modelo comunicacional inspirado por el mercado de trabajo. La pérdida de la identidad académica de los

⁶ Esta realidad se repite en las más antiguas e importantes escuelas de comunicación social (públicas y privadas) de las universidades venezolanas.

comunicadores⁷ se debió a una agrupación de los estudios relacionados con el periodismo, la propaganda, el entretenimiento y la televisión.

Marques (2001) asevera que las funciones esenciales de los *mass media* en las instituciones sociales fueron las agrupaciones de estas categorías en el segmento de las *ciencias sociales aplicadas* y sus cuadros de referencia se encontraban en el centro del sistema productivo, es decir, la industria cultural. La síntesis que sigue resulta, por demás, ilustrativa:

“A partir de los años 70, las universidades adoptaron el modelo del comunicador polivalente. Se eliminó la autonomía de los carreras profesionalizantes (periodismo, cine, relaciones públicas, publicidad, etc.), reducidas a habilitaciones artificialmente agregadas a un “megacurso” de comunicación social. En menor escala, esa directriz correspondió al perfil del comunicador polivalente hispanoamericano” (Marques, 2001: 28).

Al permitirle al mercado de trabajo la organización de los perfiles profesionales de los comunicadores se produjo una dispersión académica, un desconcierto de la enseñanza. En palabras de Fuentes (1999:54), se perdió en nuestro continente la profundidad ideológica, el poder de las creencias que orientaran las búsquedas del *sentido* de la comunicación. Según este investigador, se abandonaron las

⁷ Al respecto, consúltese la obra del venezolano Jesús María Aguirre: “Transformaciones en el campo laboral de la información y comunicación. Retos para la formación de los comunicadores sociales en Venezuela”, en Revista Comunicación N° 135, del año 2006; y El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas. ¿Quiénes son los periodistas?, serie “Ayakua”, Universidad Católica Andrés Bello, del año 1994.

premisas críticas de la investigación, ante la dispersión de enfoques sobre las múltiples mediaciones culturales de las prácticas sociales.

Las señas de la desorientación se reúnen, pues, en varios desaciertos: la simulación, la imposición del mercado laboral, la confusión del concepto de comunicación con prácticas inherentes a esos medios y la investigación de aspectos culturales por *moda*.

He aquí el conglomerado de los signos de la crisis. Se pudiera agregar otro, señalado por Martín Barbero (2002: 12), quien aduce que el lugar de la cultura en la sociedad cambia cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser meramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural. "La tecnología remite hoy no a unos aparatos, sino a nuevos modos de percepción y de lenguaje, a nuevas sensibilidades y escrituras" (Ídem).

Se produjo así una distorsión que aún padecemos. Fuentes (1999: 54) explica que las temáticas asociadas a la globalización y las tecnologías digitales exigieron la ruptura de casi todos los supuestos teórico-metodológicos, epistemológicos y, sobre todo, ideológicos, que habían sostenido la investigación de la comunicación en las décadas previas.

Ante tal diagnóstico, Morales y Parra (1997) apelan a la crítica como recurso indispensable del conocimiento que la universidad no debe abandonar, ya que esto garantiza la producción de nuevos sentidos, de nuevas prácticas, de nuevas relaciones sociales que interactúen con las vigentes en la sociedad.

2.2. ¿Cuál confusión? Rescatar el sentido de la utopía

Martín Barbero (2002) define la comunicación como un espacio de deliberación pública, una perspectiva que aun no se entiende en las escuelas de comunicación social. Otros autores como López Veneroni

(1989), Sánchez Ruiz (2002) y Marques (2001) exhortan a la construcción de un espacio para la discusión crítica sobre los preceptos conceptuales y metodológicos que sostienen el modelo de enseñanza basado en la frondosidad curricular (enfocado en la técnica) y descubrir y desligar otras disciplinas a partir del fenómeno comunicativo.

Lanz (2000) coincide con la visión de Martín Barbero (2002) en tanto que la comunicación va en dirección de tejer la noción del espacio público. Marques (2001) expone que la comunicación social es *perse* de vocación inter y transdisciplinaria, en tanto que sus objetivos están enraizados en el territorio de otras disciplinas que conforman el universo científico.

El trabajo por adelantar se centra en entender que el hecho de que los bienes culturales fluyan a través de soportes mediáticos y penetren el tejido social, no significa que haya implícitamente un proceso comunicativo. Cuando esta *particularidad* se entienda y asimile en nuestras escuelas (hablamos más propiamente del caso venezolano), podríamos augurar que comenzaría a ocurrir algo, el indicio de una renovación profunda.

En este trabajo se rechaza el precepto de confusión. El discurso de los teóricos latinoamericanos es suficientemente amplio, suficientemente consistente: las dinámicas mediáticas y sus entramados no son comunicación. El reto es cómo desmontar pragmáticamente tales presupuestos en nuestras escuelas de comunicación.

Marques (2001:30) aboga por la implementación en nuestros currículos de la adopción de estrategias pedagógicas para no yuxtaponer conceptos, procesos y contenidos. Por otra parte, y siguiendo con las ideas del mismo autor, un buen punto de partida para la renovación debe ser la organización del currículum con base en el entorno local/regional en que están situados los cursos. "A fin

de cuentas es en las industrias/servicios de la ciudad/región que los nuevos profesionales buscarán el primer empleo" (Ídem, 29).

El autor es defensor de la tesis del recorte de la duración de la carrera apoyado en el argumento de que las experiencias ensayadas en otros países demuestran que los oficios mediáticos pueden ser enseñados y aprendidos en la universidad en régimen de corta duración.

Otros autores exhortan a una sinceración de la carrera y enseñar sólo periodismo. Sin embargo, tal visión reduccionista no se erige como la salida, porque existen demandas sociales que apuntan a la posibilidad real de enseñar efectivamente al país a dialogar. La crisis del periodismo venezolano tiene su germen en la ausencia de valores, en la transfiguración humanista hacia lo tecnicista: el resultado ha sido la polarización y la incapacidad de, como diría Martín Barbero, poner este roto país a comunicarse.

Apelar a la idea de Fuentes (2000) de recuperar el sentido de la utopía de perdurabilidad y calidad se convierte en una alternativa. La denuncia del sistema educativo debe estar en el primer orden de nuestras prioridades, pues acusar y derrumbar ese fraude sirve de desideratum para dar al traste con la pasividad con la que se han asumido determinadas visiones del mundo. "El potencial del estudio de la comunicación, en suma, converge directamente, y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades" (Fuentes, 2000: 54).

La comunicación requiere de una reintegración de la diversidad política, cultural y ciudadana de los agentes del proceso, de esta manera se entenderá que la acción comunicativa se fundamenta en prácticas sociales y no instrumentales.

Se insiste en que la agenda ética pendiente exige la revisión total de los fundamentos a partir de los cuales las escuelas de comunicación social organizan la formación de comunicadores. Este proceso impone un profundo análisis de la concepción educativa de la cual parte el

proyecto curricular, la definición clara de los perfiles profesionales y objetivos de la carrera, además de crear una coherente relación entre éstos y la construcción del plan de estudios, ante todo, fundamentado en la axiología. En palabras de Fuentes (2000: 16):

“La urgencia de una reafirmación ética de los estudios sobre la comunicación, en la búsqueda prioritaria de un marco de interpretación que, por una parte, reintegre conceptual y metodológicamente la diversidad política, cultural y existencial de los agentes de la comunicación, y por otra permita imaginar las dimensiones de la acción comunicativa en términos constitutivos y no sólo instrumentales de las prácticas sociales”.

La comprensión de la comunicación como ejercicio social es una tarea central en nuestros días. El desafío de la formación de profesionales de la comunicación se formula a partir de la renovación de la comunicación como proyecto social, en el que la elaboración de “una nueva moralidad” (Fuentes, 2000: 20), se fundamente en una comunicación para la verdad, la libertad y la justicia, que se rebele contra la imposición de monoétnias (nacionales y transnacionales) y respete las identidades culturales, las múltiples formas de sociabilidad del hombre.

3. Un esbozo metodológico

Para el análisis de los perfiles profesionales y los objetivos de los planes curriculares de la Escuela de Comunicación Social de LUZ se tomó como antecedente una investigación más amplia de Hernández

(2007) en la que segmenta la historia de las características de la enseñanza de esta Escuela en cinco periodos: la Escuela de Periodismo (años 60), la Escuela de Comunicación Social de los años 70, la crisis académica y administrativa de la Escuela de los años 80, la reforma curricular de 1995 y el espíritu de la reforma de 2007.

El siguiente paso consistió en la búsqueda de los documentos curriculares en los que se definían los perfiles profesionales y los objetivos de la carrera para constatarlos con la *matriz de análisis para la evaluación cualitativa de los documentos curriculares*, propuesto por Morales y Parra (2006). La intención del análisis es demostrar cómo la definición de los perfiles de la carrera aparece declarada y cómo, mediante la reflexión documental de los autores consultados sobre enseñanza de la comunicación, el perfil recibe influencia de tres tipos: a) axiológicas (valores) que sustentan el currículo y que pueden ser éticos (bondad), estéticos (belleza) y jurídicos (equidad, justicia); b) influencia epistemológica, se refiere al origen, naturaleza y conocimiento en el área de la comunicación y c) el contexto social que influencia el currículo y se nutre de dos tipos: factores contextuales amplios (sociales, económicos, políticos, culturales; y b) factores del entorno inmediato cercano (local) (Morales y Parra, 2006; Vilchez, 2005: 53-56).

El análisis que se presenta es esencialmente cualitativo. La propuesta de los académicos latinoamericanos sobre el *deber ser* de la formación del comunicador social fundamentaron las tres categorías de análisis descritas anteriormente.

Para complementar el análisis, se define la concepción de perfil que se adopta en este estudio. El perfil académico se define "como una síntesis enjundiosa de aquello que se espera que el egresado sienta, piense y haga al finalizar los estudios como resultado del proceso formativo" y el perfil profesional se restringe "a los conocimientos prácticos y aplicados, así como a las habilidades y destrezas que garantizan el ejercicio profesional idóneo" (Vilchez, 2005:52).

Considerando que la investigación toma como referente algunos aspectos de la evaluación curricular, se recurrió a la definición de Vílchez (2005: 99): "La evaluación curricular es el proceso participativo de delinear, obtener y analizar información útil para contrastarla con un padrón, con el propósito de juzgar y tomar decisiones alternativas respecto a la concepción, estructura, funcionamiento y resultados del currículum".

Una de las principales dificultades fue conseguir los documentos oficiales en los que se definían los planes de estudio y sus objetivos. No se encontró registro alguno sobre la Escuela de Periodismo de los años 60 ni de la Escuela de los años 70⁸. El antecedente más remoto fue el plan de estudio de 1980 y a partir de ése se hicieron las evaluaciones. El análisis se centró, entonces, en la evaluación del perfil profesional de la carrera y sus objetivos en los planes curriculares de los años 1980, 1985 y 1995, años en los cuales se implementaron los cambios de currículum en la Escuela de Comunicación Social de LUZ.

4. Análisis comparativo de la oferta académica entre 1980, 1985 y 1995

4.1. El plan de estudios de 1980

La primera parte del plan de estudio de 1980 se centra en la conceptualización de la carrera y de los perfiles profesionales de las menciones que la integran (Periodismo Impreso, Periodismo Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, Diagramación e Investigación de la Comunicación).

El perfil académico y profesional de la licenciatura en Comunicación Social se define de la siguiente manera:

⁸ En el caso de que se quiera profundizar sobre este respecto, revítese un trabajo mucho más amplio del autor, hecho en 2007, titulado: "*Confusión, dispersión y consenso: la tradición educativa en comunicación. Análisis histórico-cualitativo de la enseñanza en la Escuela de Comunicación de LUZ*", tesis de pregrado, mención honorífica, Facultad de Humanidades y Educación, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

“Egresada a un profesional especializado en el conocimiento del proceso de la comunicación de masas, que **satisface la necesidad social de la información**, sujeto a normas éticas y político-editoriales de las empresas de difusión colectiva. **Elabora mensajes para transmitirlos al público a través de los medios de difusión masiva**” (Pénsum de comunicación social, 1980: 5) [subrayado propio].

Revítese, a su vez, cada definición del perfil profesional por menciones, presentados a continuación:

Tabla 1. Definición de perfiles profesionales de la carrera de comunicación social de LUZ en 1980	
Periodismo	Es un profesional que participa en la elaboración de mensajes públicos, noticiosos o de opinión, destinados a ser difundidos por medio de la comunicación social (sic). Esta participación puede ser de carácter creativo o seleccionado mediante la búsqueda, redacción, presentación, diseño, titulación o ilustración fotográfica o cualquier otro tipo de actividad que demande de un medio técnico , sobre acontecimientos de interés público.
Comunicador Gráfico	Expresa o ilustra una idea mediante la aplicación del diseño y las diversas técnicas de impresión.
Periodismo Audiovisual	Es el profesional capaz de concebir, planificar, realizar, producir y dirigir la elaboración de mensajes en serie o aisladas, tanto de carácter informativo o de opinión, destinados a satisfacer la necesidad social de la información, mediante medios como fotográficos, radiofónicos, cinematográficos, televisivos o combinación de alguno de ellos.
Relacionista Público	Planifica e implementa campañas de relaciones públicas con el objetivo de difundir imágenes de personas, empresas o instituciones oficiales o privadas y crear una opinión pública favorable hacia ellas.
Publicista	En base a los análisis de los resultados de las investigaciones del mercado publicitario y de los consumidores actuales y potenciales,

GT Historia y Teoría de la Comunicación

	elabora campañas publicitarias tendientes a motivar una acción de compra de bienes o servicios.
Investigación de la Comunicación	Es el profesional de la comunicación social que despliega un proceso de producción de conocimiento signado por las condiciones históricas en las cuales se desarrolla y utiliza como materia prima para ese conocimiento una realidad comunicacional que constituye una instancia para el ejercicio del poder en nuestra sociedad. Es concebido como agente de una acción transformadora y analiza críticamente los diversos factores que intervienen en el proceso comunicacional , aporta elaboraciones teóricas y realiza diferentes tipos de experiencias investigativas sobre comunicación.

Fuente: Pénsum de Comunicación Social de LUZ de 1980. [Subrayado propio]

De estas definiciones destacan los perfiles de las menciones de Periodismo Impreso y Periodismo Audiovisual, pues su fin central es la elaboración de mensajes masivos para satisfacer la demanda social de información. Se observa también un reconocimiento al soporte técnico como herramienta indispensable para el desarrollo de la actividad periodística.

En segunda instancia, las menciones de Relaciones Públicas y Publicidad lucen separadas, independientes una de la otra, cuando en realidad se impartían simultáneamente para otorgar el título universitario de Licenciado en Comunicación Social, mención Publicidad y relaciones Públicas.

En el perfil profesional del relacionista público se define una prioridad: trabajar para el mejoramiento y construcción de una imagen favorable para una persona o institución. En el caso de los publicistas, su objetivo primordial era promover actitudes de compra en los consumidores o trabajar en la búsqueda de ese propósito.

La mención de Investigación de la Comunicación es la única que tiene un perfil más apegado al nombre de la carrera, pero luce aislada, como una entidad independiente, que nada tiene que ver con la carrera en la que se inserta, ya que en la definición de la Comunicación Social de este plan de estudio se le concibe como una

práctica **meramente periodística**, enfocada en la **producción de mensajes**.

Esta mención formula una idea innovadora para la época y estipula la creación de un perfil de un profesional capacitado para provocar una transformación comunicacional de su entorno, a través de técnicas de investigación, al tomar en cuenta, incluso, las condiciones históricas de la sociedad en la que se desempeñan.

4.2. Análisis de los objetivos del plan de estudio de 1980

El currículum de 1980 contemplaba dos grandes áreas de formación divididas por un Ciclo Común y un Ciclo de Especialización. El primero estaba constituido, según el documento, por materias fundamentales para la formación y estaba dividido por tres áreas: formación social, ciencias de la comunicación y materias relativas a lo técnico profesional. El segundo ciclo estaba constituido para la formación específica profesional, según cada mención.

Este plan de estudio se propuso unos objetivos específicos para cada mención. En el siguiente cuadro, se ofrece un contraste entre alguno de los objetivos planteados en cada ciclo (común y de especialización) y los de cada mención, con el propósito de evaluar su alcance y concordancia:

Tabla 2. Objetivos de los planes común y especializante del pènsum de 1980		
Ciclo Común	Formación Social	Conocer e interpretar los procesos económicos, políticos, sociales y culturales referidos a la situación latinoamericana y venezolana [...]
	Ciencias de la Comunicación	Comprender el fenómeno de la comunicación como proceso y como resultado , desde un punto de vista pluricasual; conocer y aplicar las técnicas sociológicas, psicológicas y semiológicas al estudio del proceso de comunicación [...]
	Técnico-profesional	Conocer e implementar las técnicas de expresión periodística con vista a su aplicación en cada campo específico; conocer las bases teóricas y prácticas para el manejo de medios audiovisuales [...] conocer las bases de la investigación de los procesos de comunicación social.
		Usar de forma eficiente y precisa los procedimientos de búsqueda, redacción, titulación y elaboración de noticias, interpretaciones y opiniones; conocer las

GT Historia y Teoría de la Comunicación

Ciclo Especializante	Periodismo	técnicas de diagramación, técnicas fotográficas vinculadas al campo periodístico [...]
	Periodismo Audiovisual	Conocer en forma teórica y práctica el manejo y uso de los medios audiovisuales para aplicarlas al campo de la información y la creación.
	Diagramación	Emplear debidamente los procedimientos del diseño y las probabilidades de los materiales para encontrar soluciones a la idea que se desea expresar gráficamente.
	Publicidad y Relaciones Públicas	[...] demostrar un constructivo y definido espíritu crítico sobre el papel de la publicidad y las relaciones públicas; demostrar una actitud positiva hacia la publicidad y relaciones públicas como profesionales universales y no exclusivamente al servicio de un sistema social determinado.
	Investigación de la Comunicación	Utilizar un enfoque teórico-metodológico que articule el fenómeno comunicacional al contexto global de un estudio científico y crítico de la sociedad venezolana y latinoamericana; demostrar la capacidad para la realización de trabajos interdisciplinarios sobre la difusión masiva (...); comprender la problemática epistemológica actualmente presente en las Ciencias Sociales y las alternativas teóricas planteadas como solución.

Fuente: Pénsum de Comunicación Social de 1980 [subrayado propio]

Este régimen de estudio plantea una enseñanza de la comunicación enfocada principalmente en las destrezas técnicas, de carácter especializante. Pudiera afirmarse que en este periodo de la historia de la enseñanza en esta Escuela se acentúa la formación fundamentada en los saberes técnicos.

El Ciclo Común se diseñó para inmergir al estudiante con conocimientos sobre las ciencias sociales y ciencias de la comunicación y para “demostrar capacidad de análisis y síntesis” (Pénsum de la Escuela de Comunicación Social, 1980: 4). Se subraya también un interés por la formación de tipo político, social y económico, reforzada en el área de Formación Social.

El plan de estudio de 1980 se caracterizó por ser mayormente especializante, en la formación de un profesional instruido para la técnica. Esta aseveración se sustenta no sólo a partir de los

enunciados demarcados en los objetivos de cada ciclo, sino que se contrasta esa declaración cualitativa con la información cuantitativa presentada por el propio documento estudiado.

Tal como se define en el propio documento, en el Ciclo Común la Formación Social está conformada por 8% de las cátedras, el área de Ciencias de la Comunicación, 28% y el área de la formación Técnico-Profesional por 48%. Dentro del plan global de enseñanza, la Formación Social representa 14%, Ciencias de la Comunicación, 16% y formación Técnico-Profesional, 28%.

En el Ciclo Especializante, todas las menciones de la carrera están integradas en 58% por cátedras dirigidas para el Ciclo Común y el restante 42%, para el ciclo de especialización.

Pudiera pensarse que hay un marcado interés por la formación enfocada en la preparación por las ciencias de la comunicación y los conocimientos de formación social. No obstante, recuérdese que dentro del Ciclo Común hay un área de formación Técnico-Profesional, que como se ilustró en el cuadro, tiene como propósito la implementación de las técnicas de expresión periodística con vista a su aplicación en cada campo específico.

Al sumar el porcentaje del área de formación Técnico-Profesional, del Ciclo Común, que es de 28% y el del Ciclo Especializante, de 42%, alcanza el 70% de formación meramente técnica en la carrera de Comunicación Social, en cualquiera de las menciones.

Un caso de excepción se presenta con la mención Investigación de la Comunicación, pues es la que más se ajusta a las declaraciones planteadas en los objetivos. En el Ciclo Común hay un interés por el reforzamiento de la formación sociopolítica y de las ciencias de la comunicación.

Al adentrarse en el Ciclo de la Especialización, el objetivo se centra en implementar un enfoque teórico-metodológico que articule el fenómeno comunicacional al contexto global. Hay coherencia en el discurso, en los objetivos planteados para la mención.

Resalta también el hecho de que en 1980 había una preocupación (detectada en los objetivos de esta mención y mostrados en el cuadro) por el fomento de trabajos interdisciplinarios sobre la difusión masiva, e incluso se exhortaba a comprender la problemática epistemológica presente en las Ciencias Sociales, debate aún presente en la actualidad. Se notaba un interés por ampliar el rango de la comunicación y no circunscribirlo únicamente al fenómeno de los medios de difusión masiva.

4.3. El plan de estudios de 1985

Durante esta modificación curricular, se propuso definir un nuevo perfil sobre la carrera de comunicación social y se delinean tres menciones específicas: Periodismo Impreso, Periodismo Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. Al respecto, el perfil académico y profesional en la carrera de comunicación social se definió de la siguiente manera:

“En esta carrera se forma a un egresado especializado en el conocimiento del **proceso y efectos de la comunicación de masas**, que **satisface la necesidad social de la información**, sujeto a no sólo normas éticas, sino también a normas políticas editoriales de las empresas de difusión colectiva, y **elabora mensajes para transmitirlos al público** por medio de los medios de difusión masiva” (Pensum de Comunicación Social, 1985: 3”). [subrayado propio]

Se definen, separadamente, los perfiles profesionales de las diferentes menciones. Presentamos los conceptos en el siguiente cuadro:

Tabla 3. Definición de perfiles profesionales de la carrera de comunicación social de LUZ en 1985	
Periodismo Impreso	Es la persona profesional que participa en la elaboración de mensajes públicos, noticiosos o de opinión , destinados a ser difundidos por medio de la comunicación social (sic). Esta participación puede ser de un carácter creativo o seleccionador mediante la búsqueda, redacción, presentación, diseño, titulación o ilustración fotográfica o cualquier otro tipo de actividad que demande el medio técnico en uso, sobre

	hechos de interés público.
Periodismo Audiovisual	Es el profesional capaz de concebir, planificar, realizar, producir y dirigir la elaboración de mensajes en serie o aisladas, tanto de carácter informativo o de opinión, destinados a satisfacer la necesidad social de la información, mediante medios como fotográficos, radiofónicos, cinematográficos, televisivos o combinación de alguno de ellos.
Relacionista Público	Es el profesional capacitado para comprender y aplicar los principios y procesos de la comunicación, investigar las actitudes de los públicos y su relación con las instituciones públicas y privadas , planificar y programar las estrategias de comunicación e información, orientar y supervisar la comunicación dirigida a públicos. Es un profesional que debe convertirse en agente de cambio y transformación social, asumiendo una posición crítica frente a los procesos comunicativos mediatizados.
Publicista	En base a los análisis de los resultados de las investigaciones del mercado publicitario, de la publicidad y de los públicos objetivos, planifica e implementa campañas con el propósito de lograr la aceptación de productos, servicios, instituciones públicas o privadas , e ideas que puedan contribuir a la solución de un problema económico y social. El publicista deberá ejercer su profesión observando los principios éticos relacionados con el mal uso y abuso de la publicidad.

Fuente: Pénsum de Comunicación Social de 1985 [subrayado propio]

Comparativamente, no se registraron cambios sustanciales de este *pénsum* de estudio con el de 1980. Al contrario, existen evidentes similitudes en casi todas las definiciones de los perfiles. La fundamentación se basa en términos de delinear la profesión exclusivamente a la actividad periodística, incluso a un término tan amplio como comunicación se le circunscribe a parámetros como la ética periodística, y lo más restrictivo aún, a normas empresariales emanadas por los consorcios editoriales y mediáticos.

No ofrece una concepción acorde y ajustada al fenómeno de la comunicación social, sino que asoma una somera descripción del profesional a formar. Lo mismo ocurre en el caso de las menciones. A continuación, véase el siguiente cuadro comparativo entre los perfiles de 1980 y 1985:

Perfil	1980	1985
Definición del perfil académico y profesional	Egresaba a un profesional especializado en el conocimiento del proceso de la comunicación de masas, que satisface la necesidad social de la información, sujeto a normas éticas y político-editoriales de las empresas de difusión colectiva. Elabora mensajes para	En esta carrera se forma a un egresado especializado en el conocimiento del proceso y efectos de la comunicación de masas, que satisface la necesidad social de la información, sujeto a no sólo normas

GT Historia y Teoría de la Comunicación

	transmitirlos al público a través de los medios de difusión masiva.	éticas, sino también a normas políticos editoriales de las empresas de difusión colectiva, y elabora mensajes para transmitirlos al público por medio de los medios de difusión masiva.
Periodismo	Es un profesional que participa en la elaboración de mensajes públicos, noticiosos o de opinión, destinados a ser difundidos por medio de la comunicación social (sic). Esta participación puede ser de carácter creativo o seleccionado mediante la búsqueda, redacción, presentación, diseño, titulación o ilustración fotográfica o cualquier otro tipo de actividad que demande de un medio técnico , sobre acontecimientos de interés público.	Es la persona profesional que participa en la elaboración de mensajes públicos, noticiosos o de opinión, destinados a ser difundidos por medio de la comunicación social (sic). Esta participación puede ser de un carácter creativo o seleccionador mediante la búsqueda, redacción, presentación, diseño, titulación o ilustración fotográfica o cualquier otro tipo de actividad que demande el medio técnico en uso, sobre hechos de interés público.
Periodismo Audiovisual	Es el profesional capaz de concebir, planificar, realizar, producir y dirigir la elaboración de mensajes en serie o aisladas, tanto de carácter informativo o de opinión, destinados a satisfacer la necesidad social de la información, mediante medios como fotográficos, radiofónicos, cinematográficos, televisivos o combinación de alguno de ellos.	Es el profesional capaz de concebir, planificar, realizar, producir y dirigir la elaboración de mensajes en serie o aisladas, tanto de carácter informativo o de opinión, destinados a satisfacer la necesidad social de la información, mediante medios como fotográficos, radiofónicos, cinematográficos, televisivos o combinación de alguno de ellos.
Publicidad	En base a (sic) los análisis de los resultados de las investigaciones del mercado publicitario y de los consumidores actuales y potenciales, elabora campañas publicitarias tendientes a motivar una acción de compra de bienes o servicios.	En base a (sic) los análisis de los resultados de las investigaciones del mercado publicitario, de la publicidad y de los públicos objetivos, planifica e implementa campañas con el propósito de lograr la aceptación de productos, servicios, instituciones públicas o privadas, e ideas que puedan contribuir a la solución de un problema económico y social. El publicista deberá ejercer su profesión observando los principios éticos relacionados con el mal uso y abuso de la publicidad.
Relaciones Públicas	Planifica e implementa campañas de relaciones públicas con el objetivo de difundir imágenes de personas, empresas o instituciones oficiales o privadas y crear una opinión pública favorable hacia ellas.	Es el profesional capacitado para comprender y aplicar los principios y procesos de la comunicación, investigar las actitudes de los públicos y su relación con las instituciones públicas y privadas, planificar y programar las estrategias de comunicación e información, orientar y supervisar la comunicación dirigida a públicos. Es un profesional que debe convertirse en agente de cambio y transformación social, asumiendo una posición crítica frente a los procesos comunicativos mediatizados.
Comunicación Gráfica	Expresa o ilustra una idea mediante la aplicación del diseño y las diversas técnicas de impresión.	Eliminada de este plan de estudio.
	Es el profesional de la comunicación social que despliega un proceso de producción de	

<p>Investigación de la Comunicación</p>	<p>conocimiento signado por las condiciones históricas en las cuales se desarrolla y utiliza como materia prima para ese conocimiento una realidad comunicacional que constituye una instancia para el ejercicio del poder en nuestra sociedad. Es concebido como agente de una acción transformadora y analiza críticamente los diversos factores que intervienen en el proceso comunicacional, aporta elaboraciones teóricas y realiza diferentes tipos de experiencias investigativas sobre comunicación.</p>	<p>Eliminada de este plan de estudio.</p>
--	--	---

No se produjeron mayores modificaciones entre los dos planes de estudio: buscar, confeccionar, procesar y difundir información periodística de forma masiva sobre cualquier tipo de plataforma tecnológica. Las declaraciones son exactamente iguales, idénticas, sin modificaciones.

Se observa un leve cambio en los perfiles del publicista y del relacionista público. En el primero, se modifica la intención planteada en el *pénsum* de 1980, que se enfocaba en formar a un profesional preocupado por el fomento de la compra de productos y propiciar la búsqueda de clientes y consumidores.

En esta modificación, se incluyen aspectos más amplios como el trabajo en instituciones públicas y privadas. En el caso del relacionista público se amplía su campo de actuación, al involucrar su ejercicio profesional con otras áreas en el mercado laboral. Igualmente, se declara que debe convertirse en un agente crítico de su entorno y promover alternativas frente a los mensajes mediáticos. Hay influencia axiológica en esta declaración.

Puede afirmarse que el plan de estudio de 1985 no presenta mayores modificaciones, el planteamiento de la carrera y de las menciones de Periodismo y Periodismo Audiovisual son copias idénticas. Se nota, sí, una ampliación y modificación del perfil profesional de la mención Publicidad y Relaciones Públicas sobre su campo de actuación y sus funciones.

La confusión es ostensible cuando aun declarando formar a un comunicador social, el plan de estudio da preeminencia a la formación

de un profesional formado para el manejo de los soportes técnicos a través de los cuales emitirá sus mensajes periodísticos.

Durante esta época, se acentuaron nuestros desaciertos como entidad educativa.

4.4. Objetivos del plan de estudio de 1985

Este plan curricular planteaba la organización en ciclos, uno común y otro profesional. La estructuración es la misma del pensum de 1980 y tiene como objetivos los siguientes:

Ciclo Común	Formación Social	Conocer e interpretar los procesos económicos, políticos, psicosociales referidos a la situación venezolana y latinoamericana; demostrar capacidad de interpretación sociohistórica de los fenómenos comunicacionales.
	Ciencias de la Comunicación	Comprender el fenómeno de la comunicación como proceso y como resultado desde un punto de vista pluricasual, conocer e interpretar las determinantes económicas, sociales, políticas, psicológicas e ideológicas que intervienen en el proceso de comunicación social.
	Técnico-Profesional	Conocer, usar e implementar creadoramente las técnicas de expresión periodística, con vistas a su aplicación posterior a cada campo específico, conocer las bases teóricas y prácticas para el manejo y utilización de los medios audiovisuales, conocer la práctica publicitaria y de las relaciones públicas.
Ciclo especializante	Periodismo	Usar en forma eficiente y precisa los procedimientos de búsqueda, redacción, titulación y elaboración de noticias, interpretaciones y opiniones, conocer las técnicas de diagramación de periódicos y revistas.
	Periodismo Audiovisual	Producir mensajes informativos, recreativos y educativos para ser difundidos a través de los medios audiovisuales, conocer en forma teórica y práctica el manejo, utilización e implementación de las técnicas audiovisuales, demostrar una actitud positiva hacia la producción audiovisual.

	Publicidad y Relaciones Públicas	Usar en forma eficiente y precisa los instrumentos y técnicas operacionales de la publicidad y las relaciones públicas, demostrar un constructivo y definido espíritu crítico sobre el papel que desempeñan en la sociedad actual, demostrar una actitud positiva hacia la publicidad y las relaciones públicas.
--	----------------------------------	--

Fuente: Pénsum de Comunicación Social de 1985 [subrayado propio]

Nótese que los objetivos planteados siguen los mismos patrones del *pénsum* de 1980, algunos son idénticos. Hay una preponderancia sobre los aspectos técnicos, relacionados con la formación especializada, al punto de que también se incluye dentro del Ciclo Básico una sub área Técnico-Profesional.

No se registraron mayores variaciones ni cambios en el pensum de 1985, salvo la eliminación de dos menciones: Comunicación Gráfica e Investigación de la Comunicación⁹ y el reforzamiento de la definición de una carrera concentrada en la producción periodística y su relación con el soporte tecnológico. Además, hay una ampliación del perfil de la mención Publicidad y Relaciones Públicas, conceptualizado como profesiones que nada tienen que ver con el periodismo, sino con procesos de imagen y procesos comunicacionales de instituciones y

⁹ En Venezuela, durante el gobierno del presidente Carlos Andrés Pérez, se implementó el V Plan de la Nación, en el que, entre otras cosas, se exhortaba a la búsqueda igualitaria de estrategias mundiales de comunicación e incluir un subsector dedicado a la Planificación de la Comunicación, un hecho que demandaba el surgimiento del investigador en comunicación, pues se le otorgaba importancia al asesoramiento y diseño de políticas comunicacionales para el Estado. El pénsum de 1985 destaca que aparte de esas demandas, el V Plan de la Nación señala a las universidades como responsables de formar este tipo de profesional para que desarrolle tres objetivos fundamentales: a) develar el papel de los medios de difusión masiva empresariales, b) diseñar junto al Estado políticas nacionales de comunicación, insertadas en los planes de desarrollo del país y c) producir nuevas concepciones teóricas sobre la comunicación y diseñar modelos de comunicación alternativa que se opongan a los actuales modelos transnacionales de la comunicación social. Vista estas consideraciones, resulta lógico pensar que para ese año la mención de Investigación de la Comunicación tenía más vigencia que nunca, ya que estaba diseñada e insertada, tal como se mostró en sus objetivos del Pensum de 1980, para lograr una nueva realidad comunicacional y propiciar una acción transformadora, a partir del análisis crítico de los diversos factores que intervienen en el proceso comunicacional. A partir de esas prácticas, se aportarían elaboraciones teóricas y diferentes tipos de experiencias investigativas sobre comunicación. La Escuela de LUZ optó por eliminarla, en un claro atentado institucionalizado contra las políticas comunicacionales del Estado venezolano, una medida sustentada en el vago criterio de disponibilidad presupuestaria e insuficiencia de estudiantes para estudiarla.

empresas, es decir, un perfil mucho más claro y amplio que el de 1980 para estas dos menciones.

4.5. El plan de estudios de 1995

La Comisión Curricular de 1995 entendió el desagravio y la confusión en la que cayó la Escuela en la década del 80 y asumió ofrecer nuevas alternativas de estudio. Se aceptan los errores pasados y se plantea la posibilidad de ofertar una nueva mención:

“Queremos evitar que se repitan los equívocos y distorsiones de las reformas curriculares anteriores, donde no se abrió el espacio y tiempo para un verdadero ciclo autorreflexivo que permitiera a docentes ejercer su papel de investigadores de sus propias prácticas y descubrir en ellas los elementos que distorsionan su entendimiento para proponer acciones capaces de superarlas” (*Pénsum* de la Escuela de Comunicación Social, 1995: 16).

La Comisión Curricular estableció que desde la década anterior, los planes de estudio habían prestado poca atención al eje teórico-investigador y centraron su interés en la razón instrumental. “Se descuidó la razón humanística, social, cultural y reflexiva de las prácticas de la comunicación” (ídem: 22).

Reconocidos los errores, el Marco Teórico del *pénsum* de 1995 propone cuatro puntos esenciales para las nuevas posturas que debía asumir la Escuela en esta reforma para redefinir la carrera de comunicación social. De esta manera, el documento declara:

1. La comunicación significa compartir ideas, opiniones y estructuras simbólicas entre los seres humanos ubicados en igualdad de condiciones. Por lo tanto, la práctica de la comunicación no puede estar supeditada al ejercicio de una profesión como tal.

2. Las estructuras de curriculares de las escuelas de comunicación social en el país han tendido a homologar conceptualmente esas actividades con el concepto de comunicación, lo que contribuyó con el equívoco.

3. La distorsión teórica de fondo es la responsable de la contradicción que significa estar denominando a nuestras escuelas como de comunicación social, cuando más apropiadamente son de información periodística.

4. Es vital articular una estructura curricular sin contradicciones epistemológicas, sin olvidar que en el país existen demandas de información y de comunicación no cubiertas por los medios masivos clásicos, que pueden hacer posibles salidas diferentes a las ofrecidas por estos medios y deberán ser satisfechas por los nuevos profesionales que egresen de las universidades.

Luego de este decálogo de intenciones, el *pénsum* delinea el perfil profesional del comunicador social que se proponen formar:

“El comunicador social debe ser un profesional capaz de atender las necesidades de información de todos los sectores de la sociedad (...) con excelente capacidad teórica-práctica, formación sociopolítica que le permita actuar sobre la realidad para transformarla. El comunicador social debe comprender saber-conocer, saber-innovar, entender la comunicación como un fenómeno que se extiende hacia todas las actividades simbólicas y culturales de los seres humanos en su interacción con sus semejantes y que no es una actividad prerrogativa de su práctica periodística” (*Pénsum* de Comunicación Social, 1995: 24).

Esta declaración establece una distinción entre la actividad periodística y la urgente necesidad de establecer una desvinculación de esa actividad con un fenómeno tan amplio y complejo como la comunicación.

Se nota una intención por reformular la carrera y estimular la posibilidad de ampliar los campos de acción. Revísese la siguiente afirmación: “Esto nos obliga a hacer una revisión epistemológica de lo que es comunicación y nos ayudará a corregir las distorsiones originadas por el uso indistinto de ambas conceptualizaciones en la articulación de la estructura de la carrera” (Ídem, 25).

Se reconoce el intento de este plan de estudio por asumir las definiciones pertinentes y reales del concepto de comunicación social. No obstante, resulta paradójico que la oferta de menciones sea la misma a las instauradas a comienzos de los años 70, pues este *pénsum* conservó las tradicionales menciones de Periodismo Impreso y Periodismo Audiovisual.

Una modificación sustancial fue otorgarle el carácter de carrera independiente a la mención de Publicidad y Relaciones Públicas. Esto implicó que la Escuela graduaba a dos tipos de profesionales.

4.6. Un plan de estudios de contradicciones

A efectos de evaluar la renovación curricular de 1995, presentamos a continuación las definiciones de los perfiles profesionales de las menciones y la nueva carrera para contrastarlos con las fundamentaciones teóricas esbozadas en este mismo plan de estudio, descritas en los párrafos anteriores:

Tabla 6. Definición de perfiles profesionales de la carrera de comunicación social de LUZ en 1995	
Periodismo Impreso	Es un profesional formado íntegramente en el manejo del lenguaje escrito, oral y corporal . Posee una actitud ética, legal y estética adecuada a la necesidad de proveer información grupal y social. Tiene un alto nivel cultural y una sólida conciencia de su país. Es un conocedor de los avances de la ciencia en cuanto a necesidades sociales. Sus funciones son producir y difundir materiales informativos: redacción, diseño, titulación, ilustración, fotografía y cualquier otro que demande el medio técnico. Sus tareas son la búsqueda, selección, jerarquización, interpretación y redacción de informaciones periodísticas.
Periodismo Audiovisual	Es un profesional formado excelentemente en el manejo de la expresión escrita, oral, visual y corporal. De una necesidad ética y legal y estética apropiada a la necesidad de proveer información grupal o social. Experto en la escogencia de medios idóneos para la comunicación, información o difusión. Está capacitado para cumplir las tareas de buscar, seleccionar y jerarquizar las informaciones, redactar, hacer fotografía, editar entrevistas, procesar información nacional e internacional, elaborar boletines institucionales, investigar y hacer guiones para programas informativos, interpretativos y de opinión.

<p>Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas</p>	<p>La formación del licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas deberá configurar una profunda y sólida formación en el área del lenguaje, diseño, con una vasta formación sobre el hombre. Estará capacidad de investigar audiencias de mercado para la obtención de parámetros hacia la planificación de futuras estrategias de comunicación, diseñar programas mercadotécnicos dirigidos a la promoción de ideas, personas, productos, empresas u organizaciones en general y evaluar estudios de opinión pública en el ámbito comercial, ideológico o institucional.</p>
<p>Producción Audiovisual</p>	<p>Estará capacitado para dominar creativamente el lenguaje corporal, sonoro, visual y escrito; manejar con propiedad y creatividad las teorías y metodologías de la comunicación, aplicar métodos y técnicas de análisis a mensajes ajenos y propios y manejar eficientemente equipos técnicos y procesos que le permitan consolidar creativa y asertivamente producciones audiovisuales.</p>

Fuente: pensum de estudio de 1995 [subrayado propio]

En primer lugar, se nota que en la declaración de estos perfiles hay una marcada influencia axiológica, pero total ausencia de fundamentos epistemológicos, lo que implica una abierta contradicción e incoherencia con lo expuesto en su declaración de motivos y su marco teórico. Sin embargo, se destaca que el profesional estará comprometido con el entorno social.

Por otra parte, expresa que desarrollará competencias al egresado para el ejercicio profesional en los medios y en las agencias publicitarias.

La Escuela ofreció la mención de Producción Audiovisual como una manera de diversificar la oferta en estudios de comunicación pero puede observarse que está vinculada, igualmente, al ejercicio mediático, a la producción de material audiovisual.

En el *pénsum* de 1995 se define el perfil ocupacional como un periodista dedicado a la producción de información y que se desempeña básicamente en los medios masivos de comunicación. Ésa constituiría una concepción de un perfil periodístico.

Esto representa una parte del complejo proceso de comunicarse, pues comunicación supone otras dimensiones no asumidas en este plan de estudio: "El término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres,

sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia" (Pasquali, 1980: 41).

Al final, no hubo una diferenciación entre periodismo y comunicación, un síntoma que ha persistido en la historia de nuestra enseñanza, que se extiende hasta la actualidad.

Investigadoras de esta Escuela como Morales y Parra (2006: 2) alegan que en esta década se intensifican los "clásicos problemas de la enseñanza en comunicación", evidenciada por la cuestionada vigencia de algunos paradigmas teóricos desde donde se piensa la comunicación, por una visión instrumental de la comunicación como objeto de estudio que vincula cada vez más la agenda de problemas a ser investigados a la lógica mercantil del mundo corporativo de las empresas en el escenario neoliberal de un modelo de acumulación y globalización de la economía. Este fenómeno se debe a la inexistencia de vínculos entre la enseñanza y la investigación en comunicación y por el desgaste de una concepción tradicional de la metodología en el área.

En ese mismo estudio se señala que la investigación en la enseñanza de la comunicación (campo en el que está más acentuada la incertidumbre de hoy) ha sido la de menor proporción durante esta década.

5. Análisis cualitativo de los documentos curriculares de 1980, 1985 y 1995

Luego de la caracterización de los perfiles académicos y profesionales y los objetivos de los planes curriculares de los tres periodos estudiados, se establece una comparación entre la correspondencia de ese contenido con la matriz de análisis sobre los aspectos axiológicos, epistemológicos y de contexto social de los planes de estudio. Justo en este apartado, se constata la vinculación entre el histórico y orientador discurso de los teóricos latinoamericanos sobre la enseñanza de la comunicación y la realidad plasmada en los

documentos curriculares, en este caso, de la Escuela de Comunicación Social de LUZ.

Tabla 7

Matriz de análisis para la evaluación cualitativa del documento curricular

Autores: Raúl Fuentes Navarro, Jesús Martín Barbero, Enrique Sánchez Ruiz, Rigoberto Lanz, Felipe López Veneroni, Joaquín Sánchez, José Marques de Melo.			
Axiología	Epistemología	Contexto Social	Perfiles profesionales por período histórico
<p>1. Centrar esfuerzos en la formación de agentes académicos con capacidad metodológica y éticamente regulada, de influir críticamente en la definición de los términos más pertinentes para que la lucha por la identidad y la monopolización del saber legítimo adquiera un carácter liberador, al mismo tiempo científico y político. (Fuentes, 2004:18,20).</p> <p>2. Hablar de reconocimiento implica un doble campo de derechos a impulsar: la participación en cuanto capacidad de las comunidades a la intervención en las decisiones que afectan su vivir, ligada a una información veraz y en la que predomine el interés común sobre el negocio; y el derecho a la expresión en los medios masivos y comunitarios de todas aquellas culturas y sensibilidades mayoritarias y minoritarias a través de las cuales pasa la ancha y rica diversidad de nuestros países. (Martín-Barbero, 2002:17).</p> <p>3. Es necesario recuperar el espíritu crítico, ético y moral, emancipatorio y utópico que caracterizó a la primera generación de investigadores latinoamericanos de la comunicación. El reto es una investigación autocrítica y reflexiva, que reconozca los obstáculos para el pleno desarrollo humano (Sánchez Ruiz, 2002: 28-29) "El enfoque adecuado debe ser una formulación ética que genere las preguntas básicas desde una perspectiva global y las plantee en los contextos sociales y culturales concretos donde tienen lugar los procesos de comunicación" (Fuentes, 2000:13-14).</p>	<p>1. La comunicación ha entrado a ocupar un lugar estratégico en la configuración de los nuevos modelos de sociedad. Hay una tendencia creciente en los Estudios Latinoamericanos de comunicación al autismo epistémico que pretende aislar esos estudios de las ciencias sociales construyendo una pseudo-especificidad basada en los saberes técnicos, taxonomías psicológicas y estrategias organizacionales (Martín-Barbero, 2002:10-11).</p> <p>2. Se refuerza en la actualidad la convicción de que la comunicación implica sistemas y prácticas socioculturales, cognoscitivas, económicas y políticas, y dimensiones psicológicas, biológicas y físicas de las que necesariamente participamos. La construcción de <i>objetos</i> de conocimiento sobre ella no puede ignorar que como <i>sujetos</i> estamos implicados en esos objetos. (Fuentes, 2004:18).</p> <p>3. La comunicación es un objeto privilegiado de prácticamente todas las ciencias y disciplinas sociales y humanas, puesto que no hay nada humano ni social que pueda entenderse mejor sin tomar en cuenta la comunicación (Sánchez Ruiz, 2002:26).</p> <p>4. El nuevo papel de lo comunicacional va en la dirección de tejer la propia noción de espacio público. Lo público es público porque se funda comunicacionalmente (Lanz, 2000:129).</p> <p>5. En el caso concreto de la información hablamos esencialmente de un área técnico-profesional, mientras que en el caso de la comunicación nos enfrentamos a un problema cuya dimensión histórico-social es irreductible a la reproducción técnico-especializada que se manifiesta en el uso y operación de los medios. Se debe replantear la comunicación como un momento que, al reclamar su determinación objetiva dentro del todo social, no puede plantearse al margen de una teoría social. La comunicación es una propiedad inalienable del sujeto social que no depende de las tecnologías, sino del conjunto de prácticas lingüístico-culturales a partir de las cuales crecemos dentro de un modo específico de utilizar el lenguaje (López Veneroni, 1991:17,19)</p>	<p>1. Es mediante la formación universitaria de <i>agentes</i> académicos competentes para <i>producir socialmente sentido sobre la producción social de sentido</i>, que el campo académico de la comunicación podrá generar explicaciones más plausibles y orientadoras de las transformaciones en curso en el mundo y del papel que los sistemas y prácticas de comunicación tienen en esas transformaciones (Fuentes, 2004:19).</p> <p>2. La comunicación permite la visibilidad en la medida en que abre el espacio a la deliberación pública, resalta el perfil y los puntos de vista de los diversos actores, expone los temas en controversia y sus diferentes interpretaciones y aumenta la cantidad y sobre todo la calidad de las formas de acceso al debate social (Martín-Barbero, 1999: 68-69).</p> <p>3. Las universidades no asumen como tarea propia estructural y estratégica la de formular y diseñar proyectos sociales, la de pensar alternativas al modelo hegemónico del mercado y de la comunicación (Martín-Barbero, 2002: 11)</p> <p>4. Se demanda un perfil del comunicador social que responda a las necesidades sociales de la comunicación (políticas de comunicación, o programas de desarrollo) (Sánchez, 1991:13).</p> <p>6. La comunidad latinoamericana de ciencias de la comunicación se debate en dos frentes simultáneos: la batalla de la ciudadanía y la batalla académica. Al eliminar la exclusión comunicacional, las sociedades latinoamericanas estarán habilitadas para recorrer el camino de la elevación cultural de sus industrias mediáticas y, consecuentemente, para forjar ciudadanos que hagan de la democracia el instrumento de la coexistencia pacífica y de una cooperación civilizada (Marques de Melo, 2004:38-41).</p>	<p>1980</p> <p>Egresado a un profesional especializado en el conocimiento del proceso de comunicación de masas, que satisficiera la necesidad social de la información, sujeto a normas éticas y políticas editoriales de las empresas de difusión colectiva. Elabora mensajes para transmitirlos al público a través de medios de difusión masiva.</p> <p>1985</p> <p>En esta carrera se forma a un egresado especializado en el conocimiento del proceso y efectos de la comunicación de masas, que satisficiera la necesidad social de información, sujeto a no sólo normas éticas, sino también a normas políticas editoriales de las empresas de difusión colectiva, y elabora mensajes para transmitirlos al público por medio de los medios de difusión masiva.</p> <p>1995¹⁰</p> <p>Es un profesional formado íntegramente en el manejo del lenguaje escrito, oral y corporal. Posee una actitud ética, legal y estética adecuada a la necesidad de proveer información grupal y social. Sus funciones son producir y difundir materiales informativos: redacción, dictado, titulación, ilustración, fotografía, cualquier otro que demande el nivel técnico. Sus tareas son la búsqueda, selección, jerarquización, interpretación y redacción de informaciones periodísticas.</p>

¹⁰ Se aclara que el plan de estudios de 1995 sigue vigente en la Escuela de Comunicación Social de LUZ. En la actualidad, hay una Comisión Curricular que ha trabajado en los últimos dos años en la implementación de un nuevo plan de estudios, pero aún no presenta resultados concretos.

Entre las consideraciones preliminares que se derivan del estudio se exponen las siguientes:

1) Los tres planes curriculares declaran en sus perfiles los objetivos que sustentan y persigue el currículo: garantizar el derecho social a la información, a partir del procesamiento y producción textual de mensajes masivos.

2) En vista de lo anterior, todos los documentos curriculares analizados muestran en la descripción de los perfiles el distanciamiento del compromiso del profesional que egresa de esta Escuela con las transformaciones que demanda el contexto de demandas políticas, económicas, sociales y reivindicaciones culturales como el latinoamericano.

3) Ninguno de los tres documentos curriculares analizados (1980, 1985, 1995) expresa en sus perfiles el componente epistemológico, ni se muestra una preocupación por el componente axiológico. Esta anomalía explica la crisis actual de valores en el quehacer académico en la carrera de comunicación social en Venezuela.

4) Estos resultados explican la pérdida de sentido y orientación de la formación académica del comunicador social, que como lo han planteado los investigadores de la comunicación en América Latina, debe responder a una matriz epistemológica. Esto provoca un aislamiento de la comunicación del tejido social y cultural (Morales y Parra, 2006). Vemos, además, que este signo es histórico y demanda la atención de los planificadores educativos en la redefinición de una práctica acorde a las exigencias de la sociedad multi [inter] cultural.

5) En este contexto, el aporte de Martínez (1997: 227) resulta esclarecedor: “En muchos de nuestros ambientes académicos, la desorientación epistemológica sigue siendo uno de los rasgos más sobresalientes; y en otros, se cabalga con feliz ingenuidad, se trabaja dentro de moldes teóricos y metodológicos, dentro de coordenadas teórico-prácticas que dan frutos en apariencia sólidos únicamente porque no son cuestionados en su basamento epistémico”.

6) Resulta pertinente influir críticamente en la definición de los términos más pertinentes para que la lucha por la identidad del comunicador social, contra la monopolización del saber especializante legitimado por la historia y por la reproducción de los saberes sobre la comunicación y que adquiriera un carácter liberador y al mismo tiempo científico y político.

6. Reflexiones finales

Ante la desorientación histórica de la enseñanza de la comunicación en una de las escuelas más importantes de Venezuela surge una reflexión impostergable: la propuesta de formación académica de esta escuela no puede seguir sumida en un presentismo histórico y retrógrado, en vista de que no se ha modificado sustancialmente en respuesta a los cambios políticos y sociales que vive el país.

De nuestras escuelas de comunicación emergen centenares de profesionales con grandes expectativas hacia un mercado tradicional, el de los medios de masivos de información, que hoy luce agotado, incapaz de ofrecer otras alternativas comunicativas. Esta incertidumbre se agudiza por el desprestigio del ejercicio profesional del periodista frente al ciudadano.

A partir de esta reflexión, podemos afirmar lo siguiente:

1. Hay una desvinculación total entre el discurso de los teóricos latinoamericanos y el diseño de un plan de estudio coherente con las exigencias y demandas de la sociedad actual. Por ello, una tarea

pendiente de los investigadores en comunicación de Venezuela es emprender la reconstrucción histórica de las escuelas de comunicación del país para ubicar y comprender el momento justo de los desaciertos e impulsar una renovación educativa acorde a nuestra historia y a nuestro contexto.

2. Existe suficiente claridad teórica para replantear los planes de estudio dentro de las escuelas de comunicación social. Resulta absurdo seguir en la denuncia de ambigüedad y confusión cuando existen suficientes argumentos para distinguir entre práctica periodística y enseñanza de la comunicación.

3. La pérdida de referentes históricos, culturales y políticos ha conllevado a la incapacidad de idear un marco para el debate de un modelo educativo en comunicación y por eso se habla insistentemente del vacío académico de su enseñanza. No pueden obviarse otros elementos como la teoría curricular, la aparición de la tecnología de la información y las nuevas corrientes educativas.

4. Pasquali (1980: 42) afirma que la posibilidad de comunicarse es inherente a la formación de toda estructura social, y no un subproducto posterior a ésta, por lo tanto, donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social. Visto así, en nuestro programa de estudio vigente no hay posibilidad alguna de formar comunicadores, a pesar de las enunciaciones meramente declarativas estipuladas en su plan de estudios. Se necesitan con urgencia verdaderos comunicadores que sirvan de intermediarios en un mundo de espacios, tiempos y sujetos de la multi [inter] culturalidad.

5. El comunicador social de nuestros tiempos ha de convertirse y formarse como un agente de transformación, capaz de comprender el complejo escenario social que atraviesa América Latina. Desde el ámbito comunicativo, ha de integrarse en una lectura compleja de los fenómenos culturales con sus propias dinámicas, movilidades y producciones de sentido.

6. No basta mirar a los sujetos como audiencias, espectadores o receptores, sino que éstos se configuran tanto en su marginación y exclusión de los ámbitos de producción como en la restricción de sus alternativas de actuación y resistencia, es decir, en su dimensión política.

7. Ninguna discusión profunda sobre la realidad de nuestra tradición educativa y nuestra enseñanza puede prescindir de situarla en un contexto estructural histórico e institucional. Se ha demostrado que el conocimiento de la comunicación sigue siendo el mejor aliado de una comprensión del mundo.

8. Ante el vacío en el registro en la reconstrucción de nuestra historia, sólo una investigación sobre los distintos momentos en el desarrollo de nuestras escuelas permite detectar posibles *involuciones* y establecer una visión y conocimiento de esta trayectoria.

9. Este trabajo sirve de referente teórico y metodológico para la reflexión sobre nuestras prácticas educativas y sus fundamentaciones. De esa manera, se podrá obtener solidez para debatir las diferencias conceptuales acerca de la administración de la enseñanza, su ejercicio, los saberes y disciplinas que potencian la existencia de nuestras escuelas de comunicación social.

10. La importancia de escribir, de narrar, de describir y registrar la historia de la enseñanza en comunicación estriba en la posibilidad de centrar los esfuerzos en la formación de estructuras académicas con capacidad metodológica y éticamente regulada para la orientación de la educación que está por infundirse en el futuro.

11. Es vital articular una estructura curricular sin contradicciones epistemológicas, sin olvidar que en el continente existen demandas de información y de comunicación no cubiertas por los medios masivos clásicos, que pueden hacer posibles salidas diferentes a las ofrecidas por estos medios y deberán ser satisfechas por los nuevos profesionales que egresen de las universidades.

Para terminar, dos reflexiones: una de Marc Bloch y otra, de Edgar Morin:

“La incapacidad de comprender el presente nace fatalmente de la ignorancia del pasado. Pero tal vez no sea menos vano empeñarse en comprender el pasado si no se sabe nada del presente, pues la vibración de la vida humana es directamente perceptible a los sentidos”.

“La educación deberá comprender la enseñanza de las incertidumbres”.

Bibliografía consultada

Fuentes Navarro, Raúl (1999) **“La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI”**, en **Diálogos de la comunicación** 56, FELAFACS. Lima, Perú. pp. 52-67.

Hernández, Johandry (2007) **Confusión, dispersión y consenso: la tradición educativa en comunicación. Análisis histórico-cualitativo de la enseñanza en la Escuela de Comunicación Social de LUZ (1957-2007)**, trabajo inédito de pregrado, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.

Lanz, Rigoberto (2000) **“Pensar la ciudadanía después del fin de la política”**, en **Relea** 9: 7-14.

López Veneroni, Felipe (1989) **“La comunicación como vacío académico”**, **Diálogos de la Comunicación** 31: 15-24.

Martín Barbero, Jesús (2002) “Tecnidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo”, **Diálogos de la Comunicación**, 64: 8-23.

Martínez Miguelez, Miguel (1997) **El Paradigma Emergente**. Editorial Trillas, México.

Marques de Melo (2001) **“Identidad del campo de la comunicación: estrategias para salir del gueto académico”**, en **Diálogos de la comunicación**, 62: 26:33. FELAFACS. Lima, Perú.

Morales, Elda y Luz Neira Parra (2006) **“Perspectivas de la formación del comunicador social en Venezuela”** Revista Comunicación, 135: 58-70.

Morales, Elda y Luz Neira Parra. (1997) **La Enseñanza de la Comunicación: dilema entre currículum y mercado**, Astro Data Ediciones. Maracaibo.

Pasquali, Antonio (1980) **Comprender la comunicación**, Caracas. Monte Ávila editores.

Sánchez Ruiz, Enrique (2002) **“La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda”**, en Diálogos de la Comunicación. N° 64.

Vílchez, Nerio (2005) **Fundamentos del currículum**, Fondo Editorial Urbe, Maracaibo, Venezuela.