

La génesis de un espacio académico

Notas sobre la construcción del Centro de Estudios de la Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara

Pablo Arredondo Ramírez*

The author reconstructs the various factors that led to the constitution of the Centro de Estudios de la Información y la Comunicación of the Universidad de Guadalajara in 1985. In this context, he questions the pertinency, nowadays, of the same arguments that guided then the institutionalization of a research center and not of a communication or journalism school. But it is clear that the diagnosis and project carried out by a small team of scholars, within which the author had a leading position, became a very productive space, presently the Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

El autor ubica y cuestiona, en esta reconstrucción de los factores que confluieron en la creación del Centro de Estudios de la Información y la Comunicación de la Universidad de Guadalajara en 1985, los argumentos que condujeron a la institucionalización de un centro de investigación y no de una licenciatura en periodismo o comunicación. Pero no hay duda de que el trabajo de diagnóstico y diseño, realizado por un pequeño equipo de académicos dentro del cual el autor ocupó un lugar destacado, condujo a la creación de un espacio productivo, ahora convertido en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social.

* Departamento de Estudios Socio-Urbanos, (CUCSH), Universidad de Guadalajara. Ex director fundador del Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC) de la Universidad de Guadalajara.

El de 1985 no fue un verano en particular lluvioso y por eso el calor golpeaba todavía más de lo acostumbrado en el piso doce de un edificio justamente estigmatizado. Ese lugar con sus pequeñas y mal diseñadas rejillas que con dificultad permitían el paso de las corrientes de aire del exterior fue, metafóricamente hablando, el útero en donde se gestó el nacimiento de un proyecto educativo.

Aquel era un entorno con rasgos sofocantes en el cual, no obstante, se apreciaban escasas las modorras burocráticas comunes a otros lugares universitarios. Ahí, en cambio, brincaban pretensiosos chispazos de desarrollo académico acompañados por la urgencia de nuevas empresas. En ese ambiente se fraguaban, entonces, muchas de las innovaciones que más tarde adquirieron cuerpo en las iniciativas de reforma emprendidas al interior de la Universidad de Guadalajara a fines de la década pasada.

El ahora desaparecido Departamento de Intercambio Académico (más tarde convertido en Departamento de Investigación Científica) se movía a un ritmo diferente en un medio ambiente en donde lo educativo tenía, por paradójico que suene, patente foránea. Entre la “política estudiantil” y el fútbol se debatía el destino de la que se proclamaba la segunda universidad del país. Cosas de un mítico orgullo que se trastocó (si bien no de manera determinante), como muchas otras cosas en este país en proceso de cambio.

Justamente en esos días el perfil de aquel departamento administrativo con visos de academia estaba por dar el brinco hacia una condición más integral. La cirugía le ayudó a transformarse en el promotor de la investigación científica y la superación educativa de la universidad. En muy poco tiempo llegó a convertirse en un referente obligado, casi privilegiado, dentro de la vida universitaria. Desde ese lugar brotaron, en la mitad de los ochenta, los proyectos más novedosos de una institución de educación superior que luchaba (y todavía lo hace) contra innumerables resistencias, para poner a tiempo un reloj desfasado.

Fue en los primeros días de 1985 cuando después de una serie de charlas entre el licenciado Raúl Padilla López, quien fungía como jefe del departamento aludido, y el autor de estas notas, se tomó la determinación de explorar con mayor precisión las alternativas de la Universidad de Guadalajara en el campo de la comunicación social. Entre marzo y agosto de ese año una comisión formada *ex profeso*, se abocó a elaborar un diagnóstico y una propuesta de desarrollo educativo en materia de comunicación.¹

No debe olvidarse que por esos años era manifiesta una importante presión, interna y externa, sobre las autoridades universitarias con el fin de que dieran respuesta a la demanda de creación de una escuela vinculada a las llamadas ciencias de la comunicación. El *boom* de las escuelas de comunicación estaba en pleno apogeo a lo largo de todo el país y, contra lo esperado, la Universidad de Guadalajara no contaba con una facultad o escuela de tal tipo (y todavía hoy en día carece de la misma).

Además, en algunos importantes segmentos del mundo periodístico local crecía la sensación de alienación frente a las opciones desarrolladas por las universidades privadas de la región. La profesionalización del periodismo, una actividad que históricamente se jactó de su condición de "oficio" casi artesanal, estaba entrando en una etapa crítica y los periodistas en activo exigían un espacio para su formación. En su opinión, la Universidad de Guadalajara estaba obligada a dar respuesta a esa demanda.

1. El grupo a cuyo cargo quedó la responsabilidad del diagnóstico y la propuesta, estuvo encabezado por Pablo Arredondo Ramírez y por Enrique Sánchez Ruiz. Además de los investigadores titulares, en el empeño participaron otros pilares del proyecto: María Elena Hernández Ramírez, Teresa de Jesús Tovar Peña, María Luisa Chavoya y Estela Martínez Castro. Tiempo después, durante su instrumentación, se sumó Gilberto Fregoso Peralta, quien al igual que los dos primeros integró la planta de investigación inicial del CEIC.

Una propuesta decorosa

El análisis emprendido por instrucciones del Departamento de Intercambio Académico, se plasmó en un documento de casi 200 páginas en el que se bordaron indagaciones sobre tres ejes temáticos.² En primera instancia el estudio pretendió describir la situación imperante en los medios de comunicación de la entidad. Se trataba de ponderar, aunque fuese de manera general y superficial, el campo profesional y laboral en donde presuntamente debería incidir la universidad, ya fuese por la vía de la formación de recursos humanos o de la investigación. Un segundo venero se concentró en analizar el desarrollo de la docencia y la investigación de la comunicación en tres niveles: regional, nacional y latinoamericano. El objetivo, en este caso, consistió en observar el explosivo fenómeno de las escuelas de comunicación frente a una carencia de instituciones dedicadas a la generación de conocimientos en el área; es decir, frente a los incipientes esfuerzos para desarrollar la investigación. La tercera vía de análisis se dirigió a describir y analizar las múltiples instancias de la Universidad de Guadalajara dedicadas a la producción comunicativa (por ejemplo, Radio Universidad, el Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas, el Departamento Editorial, etcétera) y a sus formas organizativas. Esta zona del diagnóstico evaluó las formas —ya en práctica— de intervención de la universidad en los procesos de comunicación local.

Las conclusiones del estudio, a las que sólo aludiré de manera general, dieron por resultado una propuesta que no se ajustó del todo a las expectativas (quizá debería decir, a los deseos) de algunas autoridades universitarias, pero en particular a las de ciertos miembros de la comunidad que veían como solución la formación de un programa de licenciatura próximo al periodismo y a la comunicación.

2. El documento de referencia se intituló: "La Universidad de Guadalajara y la comunicación social", y fue presentado a las autoridades de la universidad en agosto de 1985.

¿Por qué se sucedió ese desfase? La explicación general podría sintetizarse de la siguiente manera: un mercado local de medios de comunicación raquítico y saturado, en especial desdénso de los trabajadores con grados universitarios; un contexto copado por escuelas de comunicación con marcados desniveles en su calidad académica; y algunos importantes esfuerzos universitarios de comunicación que se alimentaban, de forma permanente, de profesionistas de otras carreras de corte sociológico y humanístico de la propia Universidad de Guadalajara, no parecieron a los ojos de los responsables de la propuesta, una justificación suficiente para emprender la costosa y arriesgada tarea de crear una licenciatura en comunicación.

Pero más importante aún era que la intención original no se concentraba de manera exclusiva en la constitución de una salida de tal naturaleza, sino en la reflexión sobre una política integral de la Universidad de Guadalajara, de cara a los procesos y fenómenos de comunicación social. Por esa razón, el proyecto esbozado entonces, partía de tres consideraciones centrales:

Primeramente —estableció el documento— la estructura y los procesos de información social constituyen en sí mismos un objeto de estudio científico que requiere ser abordado con la solidez y sistematización propia de una institución de educación superior. Segundo, en tanto instancia dedicada a la formación de profesionistas de múltiples disciplinas, la Universidad de Guadalajara tiene una función educativa y formativa que cumplir en el sector de la comunicación social. Finalmente, por su inserción en y compromiso con la sociedad civil en la que actúa, la universidad se convierte en vehículo de comunicación en sí mismo y exige una presencia permanente en los medios de difusión como condición necesaria para cumplir con sus tareas de extensión y difusión científica y cultural.³

Luego de un profuso recorrido analítico por las zonas básicas del diagnóstico, se llegó a una propuesta que intentó

3. *Op. cit.*, p. 5.

conciliar las necesidades de enseñanza y de investigación sin recurrir, para ello, a los caminos asumidos por otras universidades, públicas o privadas, en ese momento.

Así fue como se sugirió la creación del Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC), considerando que éste cubriría espacios comúnmente relegados por otras instituciones de educación superior, las que ante la urgencia de dar respuesta a los requisitos impuestos por la atención a una demanda estudiantil masiva (y en crecimiento) y por la falta de recursos materiales y humanos, se veían limitadas para llevar a cabo tareas de investigación y posgrado.

Los objetivos a perseguir por el CEIC, según lo establecido en la propuesta original, serían:

1. Crear un espacio institucional, diferente de las opciones existentes, para promover el análisis crítico de los fenómenos de comunicación social en el contexto nacional, con un especial énfasis en la región occidental.

2. Incidir en la producción y sistematización del conocimiento, en el campo de la comunicación y de sus interacciones con el entorno socioeconómico, político y cultural, por medio de la realización de estudios e investigaciones.

3. Desarrollar una estrategia para la formación de recursos humanos de alto nivel académico, inclinados al desempeño profesional en las áreas de la comunicación pública, educativa y popular, cuyo fundamento se localice en la investigación.

4. Apoyar la búsqueda de alternativas democráticas en el diseño, organización y manejo de medios de comunicación, a partir de la investigación de la realidad y de la formación de estrategias e investigadores de la comunicación.

5. Convertirse, dentro del occidente nacional, en un centro de difusión del conocimiento científico de las disciplinas que inciden en la comunicación, por medio de la realización de eventos académicos y la producción de materiales pertinentes.

Vanguardia y retaguardia

Quizá lo más relevante del proyecto radicaba en asumir una estrategia que invertía la lógica seguida por otras instituciones educativas. En otras palabras, si las áreas de vanguardia en el campo de la comunicación (investigación y posgrado) eran las que menor atención recibían en las universidades públicas y privadas, por qué no pensar que la vocación de la Universidad de Guadalajara consistía, precisamente, en abarcar esos espacios. Los problemas planteados por las licenciaturas eran crecientes y el mismo contexto crítico de la masificación universitaria y de una economía nacional que relegaba la inversión en educación superior a segundos términos (tal y como sucede en estos días), reducía de forma considerable la posibilidad de atacarlos. Por lo tanto, cualquier incursión en el campo académico de la comunicación que siguiera los pasos ya andados por otros estaba condenada a padecer los mismos problemas (baja calidad en la educación, incertidumbres en el mercado de trabajo para los egresados, limitaciones de infraestructura para atender a un número creciente de estudiantes, etcétera). La apuesta, entonces, fue no ingresar por la "retaguardia".

ElCEIC fue concebido como una alternativa académica de avanzada en donde se llevaría a cabo lo que escasamente se realizaba en otras universidades. Los pilares en que se sostendría serían cuatro: la investigación, la educación de posgrado y especializada, la difusión científica y la vinculación académica.

El primero, y más importante, de los pilares (la investigación), supuso una visión de carácter "multidisciplinario", a través de la cual se analizarían los fenómenos comunicativos considerando sus más obvias implicaciones para la sociedad. Las relaciones entre la comunicación y el poder político, entre la comunicación y la economía, y entre la comunicación y los fenómenos culturales sirvieron de guía para conformar tres programas de investigación dentro de los que se aglutinarían proyectos específicos. Los ejes temáticos de la investigación se establecieron con márgenes amplios, en vista de la escasa especialización que se percibía en el campo académico

de la comunicación. Los programas de investigación fueron vistos como grandes avenidas por las que deberían circular los proyectos especializados.

La cuestión de la enseñanza (que debió aplazarse un tanto más) se resolvió conformando, de manera original, una estrategia multidisciplinaria y "económica". En concreto, se optó por incorporar las potencialidades docentes del CEIC a un esfuerzo conjunto de otras instancias dedicadas a las ciencias sociales y a las humanidades en la universidad. Así fue como se instauró una área de concentración de comunicación dentro del programa de maestría en sociología que entonces ofrecía la facultad de Filosofía y Letras a través del Centro de Investigaciones en Ciencias Sociales.

Por su parte, la difusión académica tuvo entre sus primeros productos la publicación de los resultados del diagnóstico en la ahora desaparecida colección "Cuadernos de Difusión Científica", que estaba a cargo del departamento del mismo nombre. Más tarde, sin embargo, los esfuerzos editoriales del CEIC dieron pie, entre otros productos, a una serie de cuadernos propios que llevaron el nombre de *Comunicación y Sociedad*, del cual resultó finalmente la revista que el lector tiene en sus manos.

Vicisitudes y logros iniciales

La apuesta de fundar un centro dedicado, de forma básica, a las tareas de investigación no fue visto con todo el agrado por quienes fincaron sus esperanzas en la apertura de una licenciatura en periodismo y comunicación. Aquello de investigar "científicamente" o de desarrollar posgrados (en particular en ámbitos académicos que no tenían un anclaje en las licenciaturas existentes dentro de la universidad) sonaba bizarro en los oídos de muchos actores internos y externos a la casa de estudios.

Por eso, el proceso de negociación del proyecto se llevó, todavía, algunas semanas. El principal promotor de la

idea, Raúl Padilla López, junto con los responsables del diagnóstico-propuesta, emprendieron una campaña de “relaciones públicas” con la finalidad de convencer a diversos actores universitarios de las bondades que abrigaba una iniciativa que se creía original. Reunión tras reunión los propulsores de la idea expusieron las ventajas que tendría la formación de un centro especializado en la investigación y enfatizaron, quizá con un exagerado sesgo, las desventajas que tendría seguir el camino tradicional en materia de comunicación.

Sin contar con todas las simpatías que se hubieran deseado, el proyecto del CEIC no sólo comenzó a recibir la aceptación necesaria sino que, más importante todavía, comenzó a operar en el último trimestre de 1985; es decir, seis meses antes de que el dictamen de su creación fuera votado favorablemente por el Consejo General Universitario.⁴

El mes de enero de 1986, un equipo reducido de investigadores y asistentes, deseosos de poner en marcha una aventura que generaba tanta curiosidad como dudas, se instaló en compañía de otros dos centros de investigación que se encontraban en similares condiciones. Compartiendo el espacio y una limitada infraestructura con el Centro de Investigaciones Educativas y con el Centro de Investigaciones y Estudios Cinematográficos, los comunicólogos del CEIC iniciaron actividades.

A partir de ese momento, los retos se alejaron del terreno de las “negociaciones administrativas” para concentrarse en las académicas. Los tres investigadores titulares que integraron la planta original asumieron, además de las obligaciones académicas, responsabilidades paralelas en la dirección, en la coordinación de investigación, en la de enseñanza y en la difusión. De manera simultánea, se puso en marcha el plan para vincular al nuevo centro con las más importantes instituciones universitarias dedicadas a la enseñanza y a la investigación de la comunicación en el país y en la medida de lo posible en el extranjero. No debe olvidarse que la apuesta de los propulsores del CEIC fue la de convertir a la Universidad de Guadalajara en

4. El 16 de junio de 1986, en sesión del Consejo General Universitario, se dictaminó la creación del CEIC.

un referente importante de la disciplina tanto en la región como a nivel nacional. En otras palabras, los fundadores mantenían una consciencia clara en materia de descentralización educativa, en un contexto que ha privilegiado la concentración de los recursos y las decisiones de manera exagerada.

A la distancia es posible observar con menor subjetividad las limitaciones manifestadas en los albores de esta empresa. La más notable de ellas fue, sin duda, la incipiente experiencia en investigación del cuerpo académico; limitación que trató de superarse a partir de un entusiasmo y un empeño notables. Sin embargo, otras restricciones pesaban, tal vez, más que la inexperiencia de un equipo de jóvenes académicos. En particular, los ajustados financiamientos para apoyar los proyectos de investigación (situación nada ajena a las políticas en materia de investigación científica) condicionaron en buena medida el tipo de proyectos que se llevaron a cabo. A ello debió sumarse la incomprensión de ciertos segmentos burocráticos internos de la universidad que entorpecieron hasta donde les fue posible el camino del CEIC, a partir de un cierto recelo, por lo que consideraban un espacio "heterodoxo" en este ámbito.

Con todo, el lozano centro de investigación fue recorriendo en sus primeros meses un camino realista que consistió en cavar los cimientos sobre los que, con el tiempo, deberían construirse y materializarse los objetivos planteados en el proyecto original. De esta manera, la presencia de la Universidad de Guadalajara en el ámbito académico de la comunicación comenzó a adquirir notoriedad; la participación de los investigadores en organismos que aglutinaban a los investigadores y profesores de estas disciplinas no fue menor, como tampoco lo fue su desempeño en reuniones de carácter educativo, en congresos nacionales e internacionales, en seminarios y en conferencias. En poco tiempo, el CEIC de la Universidad de Guadalajara se tornó en un interlocutor válido para otras universidades, al igual que para algunas de las más importantes asociaciones académicas, como el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Asociación Mexicana de Investigadores

de la Comunicación (AMIC). Y junto a las actividades “llamativas” se emprendieron, con un interés similar, las de la “obra negra”: el desarrollo de un centro de documentación especializado, un banco de datos periodísticos y, lo más importante, el apoyo para la formación académica de quienes años más tarde obtendrían la titularidad en el cuerpo de investigadores. Paralelamente, se elaboraron los primeros productos editoriales; antecedente de la ya muy significativa producción editorial con que el CEIC cuenta hasta la fecha.

Recapitulaciones...

A once años de distancia de la fundación oficial del CEIC, y a diez de que los cuadernos de *Comunicación y Sociedad* hicieron su aparición, es posible medir los avances y reconocer los límites de este esfuerzo. Como testigo vivencial, y en parte actor, de la construcción de este espacio educativo, observo una mayor consistencia en los productos que arroja ahora la investigación realizada en este centro, transformado recientemente en el Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS). Miro, igualmente, un cuerpo académico más amplio. Quizá sin la enjundia que marcó los días iniciales, pero supongo que con mayor solidez. El paso del tiempo ha terminado por otorgarle al CEIC un lugar, nada desdeñable, en el contexto académico de la comunicación en México y sin pretensiones falsas en América Latina. Eso ha sido posible gracias al trabajo permanente de sus miembros.

Sin embargo, sería engañoso sostener que la breve historia de este rincón académico está marcada en forma exclusiva por sus bondades y sus logros. Los saldos de estos años también tienen su zona deficitaria; se trata de los esfuerzos que no han dado los frutos esperados, o de las áreas que han sido relegadas. Quizá como en muchas de las instituciones de educación superior, la vinculación de la calidad académica con las necesidades más apremiantes de un país plagado de desigualdades

y contrastes sociales, siga siendo el reto a vencer en el viejo CEIC ahora DECS.

La pretenciosa idea de generar conocimiento "científico" debiera, tal vez, equilibrarse con la menos espectacular pero más imperante idea de anclar todavía más la investigación de la comunicación a la solución de múltiples (y muy complejos) problemas. Por desgracia, a los ojos de quienes permanecen en el mundo exterior a la educación especializada, la vida de las comunidades científicas —de la que no se escapan los comunicólogos— padece tendencias autistas, es decir, autoreferentes y autocontenidas. La urgencia por obtener el reconocimiento dentro de la comunidad, por ocupar un lugar de prestigio o, simplemente, por acumular puntajes para escalar en los sistemas de tabulación que imponen las universidades y otras instituciones paralelas, rebasa en ocasiones a las ganas de producir y aportar conocimientos útiles. Sin duda, el ex CEIC ha asumido, en fechas recientes, una empeñosa actitud para vincularse con las necesidades del mundo real, y en buena medida ello se debe al renovado impulso de su actual dirección. Pero, en un acto de contrición equilibrado, debieran reconocerse las largas marchas que deberán realizarse antes de consolidar a ese espacio educativo como un punto de referencia para muchos actores e instituciones de su entorno social.

De entre las áreas controvertidas que conciernen a la historia del ex CEIC, quizá la de la enseñanza guarde un lugar nodal. La vieja apuesta de ignorar el "camino tradicional" que suponían las escuelas de comunicación con sus estudios de nivel licenciatura y de suplantarlos con la "originalidad" de los posgrados no parece, a la distancia, tan convincente. Por una parte, no se puede negar que el aprovechamiento de la estructura departamental instrumentada en la Universidad de Guadalajara ha facilitado la presencia de los comunicólogos del ex CEIC en ciertas licenciaturas de las ciencias sociales y las humanidades (por ejemplo, en sociología, estudios políticos y letras), y que ello ha permitido alimentar áreas terminales en comunicación para estudiantes que optaron por una disciplina afín aunque ajena. No obstante, la existencia de esa estrategia

está lejos de suplir a la formación de comunicadores y comunicólogos.

Probablemente sea tiempo de volver a poner sobre la mesa de disecciones a la estrategia de formación de recursos humanos para la comunicación que ha seguido la Universidad de Guadalajara. De ser así, es muy importante que sea el ahora Departamento de Estudios de la Comunicación Social, con sus cuadros especializados, el cual tome esa iniciativa y evite que el análisis sobre la pertinencia de una licenciatura en comunicación se convierta en una zona más que exploten los improvisados y oportunistas que tienden a merodear en la administración universitaria. El vertiginoso desarrollo de las comunicaciones combinado con las profundas transformaciones políticas que vive el país en estos años, exigen un ejercicio creativo que permita imaginar el tipo de comunicadores y comunicólogos que se necesitarán en el nuevo escenario de la sociedad mexicana.

Doce años después de aquel caluroso verano de 1985 que lo vio nacer, el CEIC ha dejado, prácticamente, su infancia. Se adentra en los terrenos de pubertad que, de cualquier manera, suponen una mayor madurez. Sus dilemas no son distintos a los que campean por múltiples rincones de la educación superior, pero indudablemente tienen su carácter específico, el mismo de sus primeros días. El lugar que ocupan los medios de comunicación en la vida cotidiana de nuestras sociedades, lejos de disminuir, se amplía de manera abrumadora. La complejidad que supone el análisis de los fenómenos comunicativos no es menor y por eso reclama creatividad. Y la incidencia en la educación de hombres y mujeres para la práctica profesional de la comunicación se está tornando urgente. Tanta urgencia como la demandada por la reflexión sobre el sentido ético que debería imperar en el desempeño de las instituciones dedicadas a la producción de la comunicación social, es decir, de los significados que nos amalgaman o que, en su defecto, nos pueden atomizar.

Por eso, la idea que le dio vida hace más de una década a un esfuerzo como el Centro de Estudios de la Información y

la Comunicación (CEIC) mantiene su vigencia, y en las manos de una generación emergente de analistas, formadores y difusores del conocimiento que ahí se produce está la apuesta original y el reto de madurar ese proyecto educativo.