

Nº 72 Diciembre 2000

Director

Edgar Jaramillo

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Washington Bonilla	Nelson Dávila
Lolo Echeverría	Héctor Espín
Luis Espinosa	Guadalupe Fierro
Florha Proaño	Francisco Vivanco

Consejo de Administración de CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador
Paulina García de Larrea,
Ministerio de Relaciones Exteriores
Gabriel Pazmiño,
Ministerio de Educación y Cultura
Juan Centurión,
Universidad de Guayaquil
Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO
Luis Espinosa, FENAPE
Florha Proaño, UNP
Washington Bonilla, AER

Asistente de Edición

Jorge Aguirre

Corrección de Texto

Manuel Mesa

Portada y diagramación

Mateo Paredes

jmparedes@andinanet.net

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

Tel.: (593-2) 506149 – 544624

Fax (593-2) 502487

e-mail: chasqui@ciespal.org.ec

web: www.comunica.org/chasqui

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

La colaboraciones y artículos firmados son responsabilidad exclusiva de sus autores y no expresan la opinión de CIESPAL.

Todos los derechos reservados.

Prohibida la reproducción total o parcial del contenido, sin autorización previa de Chasqui.

Carta a nuestros lectores

Se ha dicho insistentemente que las Escuelas y Facultades de Comunicación se oponen, por inercia o comodidad, a los cambios fundamentales que exigen las nuevas tecnologías y la globalización respecto a los contenidos de las materias que en esos centros se imparten. Miquel de Moragas Spá, investigador y profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona, escribe sobre la necesidad y la dirección de ese cambio ineludible.

Javier Ronda Iglesias, de la Universidad de Sevilla, reflexiona en el artículo de opinión sobre el interrogante que todo periodista se plantea en algún momento de su vida profesional: ¿cuándo se debe escribir y cuándo se debe callar?, es decir, ¿existen oportunidades en las que el periodista no debe informar sobre las noticias que obtiene?

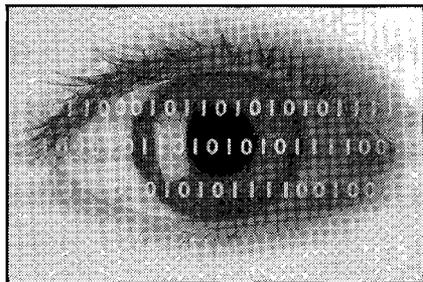
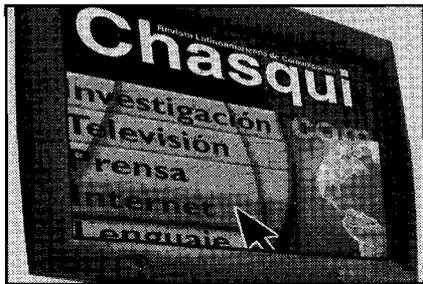
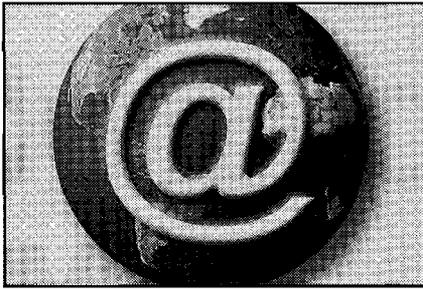
En un análisis diferente al de Enrique Maza y más ceñido a la teoría de la comunicación y la opinión pública, Irving Berlín Villafaña, de la Universidad Autónoma de Yucatán, descubre las interioridades de la campaña electoral que llevó a la Presidencia de México a Vicente Fox, poniendo fin a un predominio político de más de 70 años del Partido Revolucionario Institucionalista (PRI).

El colombiano Orlando Gómez León, aprovecha una interesante experiencia desarrollada por la televisión ecuatoriana para tratar de desentrañar la vieja cuestión de si la pantalla chica o "caja de tontos", como algunos la conocen, constituye en realidad un cementerio de la cultura.

Y respecto también a la televisión, el español Ángel Cortés Lahera desarrolla para Chasqui lo que está ocurriendo con ella, la programación que utiliza, los "talk-show" y los "reality soap" que ocupan espacios preferentes y nos anticipa cómo será la televisión del futuro, en especial de latinoamérica.

Los problemas de los derechos humanos en el Perú, durante la administración de Alberto Fujimori, desde la óptica de varios periódicos de Lima y una aproximación a los problemas éticos que plantea la autopista de información de Internet, son, entre otros, algunos de los temas que desarrolla la presente edición.

CHASQUI



PORTADA

- 4 LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN EN EL UMBRAL DE LA ERA INTERNET**
Miquel de Moragas Spá

OPINIÓN

- 12 LO QUE SE QUIERE CONTAR NO SIEMPRE ES LO QUE SE DEBE CONTAR**
Javier Ronda Iglesias

ENSAYOS

- COMUNICACIÓN POLÍTICA*
- 14 MÉXICO: LA SEDUCCIÓN ELECTORAL**
Irving Berlín Villafaña
- TELEVISIÓN*
- 22 ¿ES LA TELEVISIÓN EL DESIERTO DE LA CULTURA?**
Orlando Gómez León
- 28 TELEVISIÓN DE HOY, TELEVISIÓN DE MAÑANA**
José Ángel Cortés Lahera
- PRENSA*
- 34 FUJIMORI: DERECHOS HUMANOS Y PRENSA**
Jorge Acevedo Rojas
- INFORMÁTICA*
- 38 LA ÉTICA EN INTERNET**
Issa Luna Pla
- 46 LA CIBERNÉTICA Y LOS PELIGROS DE LA PRIVACIDAD**
Jorge Aguirre Charvet
- LENGUAJE*
- 52 ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO**
Juan Manuel Rodríguez

54 BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN

58 PERISCOPIO TECNOLÓGICO

62 ACTIVIDADES DE CIESPAL

**Las Facultades
de Comunicación
en el umbral de la
era Internet**

WWW.COM.ES



Miquel de Moragas Spà

La transformación tecnológica de la comunicación en la sociedad moderna y la emergencia de lo que se denomina "sociedad de la información" plantea importantes retos a los estudios de comunicación y a la formación de comunicadores. Estos cambios exigen una revisión en profundidad de muchos planteamientos docentes y, más en general, importantes retos al conjunto de la actividad universitaria, incluida la investigación.

Pero esta época de cambios no debería ser vista como una pesadilla sino, más bien, como una gran oportunidad de futuro. Con una condición: que las Universidades estén dispuestas a enfrentar cambios sustanciales en un corto periodo de tiempo, rompiendo con alguna de las grandes inercias del corporativismo y de la burocracia académica.

Estos retos afectan a todas las disciplinas, pero muy especialmente a las Ciencias de la Comunicación, que en nuestros días deben responder adecuadamente a dos principales retos:

a) La creciente demanda de formación, que ocupa de alguna manera lo que antaño se buscaba en las carreras de humanidades, y

b) La necesidad de enfrentar el cambio de paradigma que significa la digitalización de la comunicación.

¿Comunicología o pluridisciplinariedad?

En primer lugar deberíamos plantear algunas cuestiones teóricas o epistemológicas. Es innegable que en la sociedad moderna se produce una nueva centralidad de los fenómenos de la comunicación. En el caso de Europa, por ejemplo, los discursos económicos y políticos sobre el futuro se centran, cada vez más, en las oportunidades y riesgos que significa la sociedad de la "información" o del "conocimiento". Pero este nuevo protagonismo (político, cultural, económico y social) no puede traducirse en una autosuficiencia teórica de la "comunicología" sino que debe traducirse, más bien, en un nuevo compromiso de las ciencias de la comunicación

La aceleración de los cambios en la comunicación exige una reforma, en profundidad, de algunas simplificaciones universitarias

con el conjunto de las ciencias sociales y de las humanidades, para poder llevar a cabo un análisis –pluridisciplinar– de las nuevas formas de comunicación en la sociedad moderna.

Esta problemática (¿comunicología aislada o pluridisciplinariedad?) es decisiva para los nuevos planes de estudios que han de elaborar las Facultades de Comunicación en la era digital.



El reto de Internet y de las nuevas formas de comunicación multimedia y en red, corresponden y afectan a todos los departamentos

A mi entender sería un grave error desplazar, o marginar, a las humanidades y a las ciencias sociales de los nuevos estudios sobre la comunicación. La centralidad del fenómeno (la comunicación) no debe confundirse con un aislamiento de la disciplina (la comunicología). Por el contrario, esta centralidad y la aceleración de los cambios en la comunicación hacen más necesaria que nunca la aproximación pluridisciplinar a la comunicación como objeto de estudio.

La comunicación: objeto de estudio complejo

Pero también es cierto que las ciencias de la comunicación tienen un reto fundamental que no puede afrontar ninguna otra práctica científica: la identificación de su objeto –la comunicación– en una etapa históricamente excepcional de cambios.

Para afrontar seriamente este reto es necesario corregir sin complejos la tendencia a la "hiper-comunicología" que se ha ido acentuando en algunos planes de estudios en los últimos años. La fundamentación teórica de la sociología, de la antropología, de la economía, etc., sigue siendo indispensable para posteriores aplicaciones a la "sociología de la comunicación", a la "antropología de la comunicación", o a la "economía de la comunicación", solo posteriormente puede afrontarse con suficiente base

teórica otros planteamientos transversales como los que corresponden a asignaturas como la "teoría de la recepción", "teorías de la emisión" y otras teorías diversas de la comunicación. Empezar directamente por la última etapa empobrece nuestra actividad investigadora, en perjuicio del principal objetivo de las ciencias de la comunicación: el reconocimiento de su objeto y de las diversas formas de incidencia de la comunicación en la estructura social y en el comportamiento humano.

Formas de estudio: ¿prácticas o formación teórica?

Esta complejidad y la aceleración de los cambios en la comunicación también exigen una reforma, en profundidad, de algunas simplificaciones universitarias que se han ido haciendo crónicas. En la "sociedad del conocimiento" es más necesario que nunca aprender a aprender, evitar lo que en términos del sociólogo Ritzke podríamos denominar McDonalitzación de la enseñanza: enseñanza prefabricada y utilitaria, en la que los profesores dictan y los alumnos toman apuntes, donde la lectura y el debate son sustituidos por fórmulas estándar de conocimiento o por un aprendizaje práctico

http://www.inte

que se anticipa o se superpone a la sólida formación de contenidos.

La experiencia, ya de muchos años, de las Facultades de Comunicación ha puesto en evidencia que, a largo plazo, los mejores profesionales de la comunicación no acostumbran a ser aquellos y aquellas que se destacaron haciendo prácticas en las aulas de periodismo, sino aquellos y aquellas que supieron aprovechar su paso por la Universidad para adquirir una formación humanística y social que terminaría dándoles la capacidad de aprender a saber, aprender a interpretar y aprender a comunicar. Éste debería ser el objetivo prioritario de la formación universitaria en comunicación. Hoy, más que nunca, cuando algunas técnicas, formatos y géneros de la comunicación cambian más rápidamente que la propia duración de los estudios universitarios.

No hacerlo así sería suponer que la transformación de la comunicación es una cuestión únicamente de tecnologías y no una cuestión de cómo saber usarlas para la producción y distribución de contenidos.

La revisión de los planes de estudio debe considerar los cambios en el objeto, los cambios en la comunicación

En los últimos meses numerosas Facultades de Comunicación han debido enfrentarse a un dilema significativo y que pone en evidencia la necesidad de reorganizar a fondo los estudios de comunicación: ¿a qué Departamento le corresponde la enseñanza y la investigación sobre Internet?, ¿es una cuestión de periodismo, de comunicación audiovisual, de publicidad, de documentación, de informática?

Se trata de un dilema que pone en jaque a las estructuras tradicionales de nuestras instituciones académicas y les exige una mayor flexibilidad. La pregunta, obviamente, admite más de una respuesta y exige una nueva forma de organización transversal, pluridisciplinar de los estudios y de la formación sobre comunicación. El reto de Internet y, más en general, el reto de las nuevas formas de comunicación multimedia y en red, corresponden y afectan a todos los departamentos.

Ante ello, la respuesta académica más razonable apunta hacia tres direcciones: un incremento de la optatividad de los alumnos, la organización de esta optatividad en algunos grandes itinerarios especializados, y la reestructuración de las titulaciones clásicas (Periodismo, Publicidad, Audiovisuales, etc.) por nuevas formas que den cabida a una formación para unas aplicaciones todavía inciertas y ante las cuales la necesidad de aprender a aprender se impone sobre la práctica de saber hacer.

Por lo que respecta a la televisión, estamos ante el fin de lo que podríamos denominar la "era broadcasting"

Los retos de Internet para los estudios de comunicación van más allá de la problemática del objeto de estudio y de las prácticas profesionales y afectan también, muy directamente, a los métodos y a las formas de educación.

Así, por ejemplo, búsquese en algunos de los grandes motores de búsqueda de Internet la palabra Lazarsfeld. Ante los resultados que se obtienen se comprenderá fácilmente que la enseñanza del futuro no se dará únicamente en las aulas, sino que se dará simultáneamente en las aulas y en la red. Por esto, en el futuro, no podrá distinguirse entre Universidades presenciales y Universidades on line, sino que todas las Universidades deberán ser, al mismo tiempo, presenciales y on line. Esto implica una profunda transformación de las formas

de trabajar de los alumnos, pero también, o aún más, de los profesores. ¿Qué sentido tendrá dictar y tomar apuntes en la era digital? Toda la estructura docente universitaria deberá cambiar su sistema de trabajo para facilitar la digitalización del conocimiento, la creación de una gran memoria digital educativa, al servicio de los estudiantes y de acceso gratuito para todos, como servicio público de información educativa.

Este proceso no ha de excluir el debate y la crítica, más bien todo lo contrario, ha de permitir la distinción entre la transmisión de información, cada vez más fácil vía Internet, y la formación, cada vez más vinculada al diálogo y a la discusión en la clase.

Comunicación: ¿cambios en el objeto o cambio de paradigma?

En la revisión de los planes de estudio debemos considerar otro problema ciertamente importante: los cambios en el objeto, los cambios en la comunicación.

Debemos empezar considerando un hecho determinante: estamos en una etapa de tránsito, de la era de la comunicación de masas a una nueva era de la información multimedia y en red. Por lo que respecta a la televisión, por ejemplo, estamos ante el fin de lo que podríamos denominar la "era broadcast-



ting", para entrar en el umbral de la nueva "era digital". Debemos, desde luego, matizar e interpretar críticamente estos cambios, identificar los desequilibrios, pero ya podemos empezar a concluir que es necesario cambiar el enfoque de nuestra docencia e investigación: no estamos en la sociedad de los "mass media" sino en la sociedad "de la información". Nuestro objeto de estudio, y nuestro referente para la formación profesional, trasciende ahora a los "mass media" en todas sus direcciones, desde la comunicación interpersonal, hasta la comunicación interactiva, "on line", por Internet.

Aún más, es la misma definición de sociedad lo que está ahora en juego. Un ejemplo: ¿cómo hemos de interpretar y explicar en clase la vieja polémica entre "apocalípticos e integrados" en la cultura de masas?, ¿qué lugar debe ocupar en nuestros programas la transformación de la sociedad industrial en una sociedad de la información?, ¿quién debe explicar y dónde deben explicarse estos nuevos fenómenos?

Como ejemplo de los desfases que hemos de superar, podemos citar el caso de la existencia en nuestros planes de estudio de asignaturas con títulos como "Estructura de la Comunicación de Masas", denominada coloquialmente "masas" por los estudiantes. Este título responde exactamente a lo que era nuestro objeto de estudio hace veinte o

treinta años, pero ya no responde a lo que será nuestro objeto de estudio en los próximos años.

Los cambios en la comunicación y los retos teóricos

En el congreso de FELAFACS celebrado en Lima (octubre de 1997) desarrollé mis primeros puntos de vista sobre estas cuestiones. Unos años después estos puntos de vista parecen confirmarse ante la consolidación de algunas tendencias, especialmente las siguientes:

En primer lugar es necesario definir y contextualizar históricamente el nuevo modelo de sociedad. De la "sociedad de los mass media" a la "sociedad de la información", como contexto básico para interpretar las nuevas formas de comunicación, pero también las nuevas funciones y los nuevos usos de los medios de comunicación.

La formación y la investigación en comunicación deberá considerar los nuevos modelos de comunicación, especialmente el fenómeno Internet, pero al mismo tiempo deberá ser capaz de analizar los efectos de las transforma-





ciones tecnológicas sobre los media convencionales (prensa, cine, radio, televisión), que mantienen muchas de sus funciones básicas, pero pierden o comparten algunas de ellas con las nuevas formas de comunicación.

También es necesario analizar el tránsito de la centralidad de la "mass communication" a la proliferación de los procesos de comunicación sectorial e individualizada, a las nuevas formas de recepción de comunicación y a la segmentación de las audiencias en un nuevo contexto de globalización.

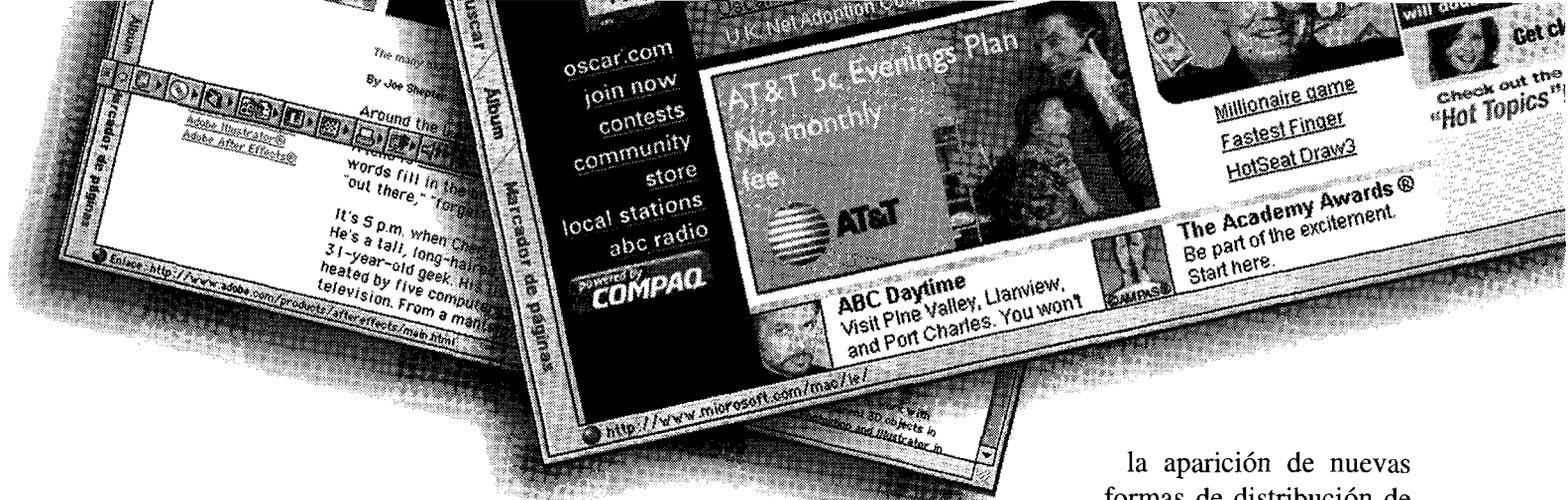
El análisis teórico debe también esforzarse en la prospectiva, comenzando por identificar las características básicas de la digitalización, interpretando los nuevos procesos y, especialmente, la convergencia de factores (cultura, comunicación, telecomunicaciones, desarrollo económico, etc.).

Esto significa el advenimiento de una nueva frontera para las políticas de comunicación, cada vez más integradas en políticas globales de sociedad de la información. Especialmente significativa para las ciencias de la comunicación, es la actual convergencia de las políticas de comunicación con las políticas culturales, las políticas de telecomunicaciones y las políticas de desarrollo económico, lo que las obliga a un nuevo planteamiento integrado, en la misma dirección que, hace ya muchos años, señalaron los más destacados investigadores latinoamericanos cuando definieron las políticas de comunicación en las conferencias de Bogotá y Costa Rica en los años 60.

Esta misma convergencia de factores hace necesario interpretar, desde el punto de vista de la comunicación, los grandes fenómenos sociales: ocio, salud, bienestar social, educación, pero también fenómenos como la pobreza, el subdesarrollo, los desequilibrios internacionales, los riesgos del medio ambiente, etc., cada vez más implicados en los procesos comunicacionales.

En la nueva era digital pueden repetirse los mismos errores y desviaciones ya acaecidos con la exportación ideológica de la mass communication research funcionalista en los años 50 y 60, cuando se aplicaron los resultados de la investigación norteamericana a todos los países de la tierra, sin distinciones de desarrollo y de autonomía de sus economías. También ahora será necesario evitar este tipo de extrapolaciones, porque el mundo, como parecen suponer algunos libros promocionales, no es "California". Será función básica de la teoría de la comunicación interpretar los nuevos procesos y la implantación de las tecnologías de la comunicación en términos comparativos, interpretando los desequilibrios, no sólo cuantitativos sino también estructurales de-

El reto de construir una sociedad de la información que sea para todos y no solo para algunos



rivados de los niveles de desarrollo, procurando así una nueva versión de "Voces múltiples, un único mundo en la era Internet".

Las teorías de la comunicación han centrado hasta ahora su atención preferente en los medios y en los contenidos, pero han prestado una escasa atención a los procesos y a las tecnologías de transmisión de la información. En el nuevo contexto de la sociedad red los estudios de comunicación deberán corregir este enfoque, prestando una mayor atención a la nueva centralidad de las telecomunicaciones, no solamente como canales de distribución, sino además como nuevos actores que condicionan la distribución pero también, y muy especialmente, la producción de contenidos.

Entre los retos teóricos que afectan directamente a la comprensión de las políticas de comunicación, también debemos mencionar la necesidad de reinterpretar los espacios de comunicación, en una nueva dialéctica global-local, que está determinando una nueva dimensión de estos espacios. La influencia de la transnacionalización se ve compensada, en parte, con la emergencia de nuevos modelos de comunicación descentralizados (de proximidad) que pugnan por su supervivencia, entre la escala limitada de sus mercados y la fuerza de identificación con las tradiciones culturales.

Finalmente será necesario revisar a fondo los paradigmas de la comunicación, en parte por la multiplicación de flujos entre los emisores, los mediadores y los receptores; en parte por fenómenos como la superabundancia de información en Internet, o por

la aparición de nuevas formas de distribución de las señales. Pero los cambios en el paradigma serán necesarios, sobre todo, por la nueva centralidad de un factor clave en la comunicación del futuro: la producción de contenidos e, indirectamente, las formas de acceso y la mediación entre los usuarios y la nueva memoria digital. En estos aspectos se concentrará el poder, y también los desequilibrios, de la comunicación. En estos aspectos también se centrará la responsabilidad intelectual y moral de los investigadores de la comunicación ante el reto de construir una sociedad de la información que sea para todos y no solo para algunos. ●

