

Carta a nuestros lectores

En este número de Chasqui presentamos como artículo de fondo el trabajo de Marco Encalada, investigador de la comunicación, sobre el tratamiento que dieron los medios de comunicación ecuatorianos al desastre ecológico registrado en las Islas Galápagos por derrame de petróleo causado por el buque-tanque Jessica.

Javier Darío Restrepo, periodista colombiano, enfrenta el difícil problema de la objetividad periodística, respondiendo a la pregunta de si ésta es una posibilidad real o una utopía.

Muchos profesionales de la comunicación están siempre interesados en conocer cuál es el estado actual de los medios, su accesibilidad y sistema de propiedad. En este número, siguiendo la serie iniciada en Chasqui 73, se proporcionan los últimos datos de una investigación que responde a estas preguntas respecto del mundo y de México.

Chasqui viajó ahora a la Europa del Este, el otrora territorio perdido tras la misteriosa "cortina de hierro" de Winston Churchill. Desde la República Checa el periodista ecuatoriano Raúl Sorrosa nos descubre el significado del "boom" de la telenovela latinoamericana en esos países.

El profesor e investigador español de la comunicación Angel Faus nos asegura que es hora de reinventar la radio ante el impacto de las nuevas tecnologías. Descubra los detalles de esta propuesta.

Juan Manuel Rodríguez, decano de comunicación en la Universidad San Francisco de Quito, nos hace ver cómo el correcto uso de la preposición evita la ambigüedad, confusión y desinformación en la noticia.

Paúl Rojas, Gerente General de Advicom, detalla el proyecto de la empresa internacional Intellicom que se llevará a cabo, con la cooperación de CIESPAL, para educar a través de Internet.

CHASQUI

Nº 74 Junio 2001

Director

Edgar P. Jaramillo S.

Editor

Luis Eladio Proaño

Consejo Editorial

Washington Bonilla	Nelson Dávila V.
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,
Comisión Nacional de la 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

Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL

Tel.: (593-2) 506149 – 544624

Fax (593-2) 502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

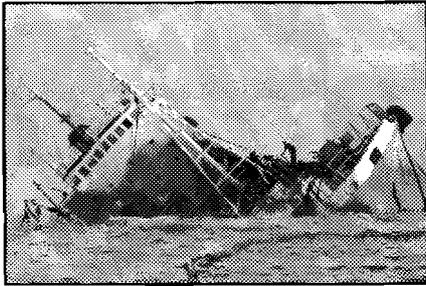
Registro M.I.T.,S.P.I.027

ISSN 13901079

Las 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.



CIESPAL

PORTADA

- 4** **LA PRENSA Y LA CONSERVACIÓN EN GALÁPAGOS**
Marco Encalada

OPINIÓN

- 10** **LA OBJETIVIDAD PERIODÍSTICA: UTOPIA Y REALIDAD**
Javier Darío Restrepo

ENSAYOS

- 14** **SIGLO XXI ¿QUÉ DEBEN ENSEÑAR LAS ESCUELAS DE COMUNICACIÓN?**
Francisco Ficarra
- 20** *ESTADO DE LOS MEDIOS*
PROPIEDAD Y ACCESO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL MUNDO
Ana Fiol
- 28** **LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA, INFORME DE MÉXICO**
M.E.Gutiérrez Rentería
- 34** *TELEVISIÓN*
EUROPA DEL ESTE: ADICCIÓN A LA TELENOVELA LATINOAMERICANA
Raúl Sorrosa
- 40** *RADIO*
REINVENTAR LA RADIO
Ángel Faus
- 46** *LENGUAJE*
ERRORES COMUNES EN EL LENGUAJE PERIODÍSTICO
Juan Manuel Rodríguez
- 48** *INFORMÁTICA*
INTERNET PARA EDUCAR ESCUELA FUTURA DE INTELICOM
Paúl Rojas Vargas
- 54** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**
- 60** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**
- 64** **ACTIVIDADES DE CIESPAL**

Siglo XXI

¿Qué deben enseñar las Escuelas de Comunicación?

Los planes de estudios constituyen una manera ágil de conocer el estado de salud de los profesionales de un país

Francisco Ficarra ■

El inicio del tercer milenio está marcado por la eclosión de las ciencias de la comunicación, ya sea desde el punto de vista teórico, como práctico. Por lo tanto, tener unos comunicadores, adaptados a los requerimientos inmediatos y futuros del mercado nacional e internacional, es la prioridad número uno para los diversos centros de formación universitaria.

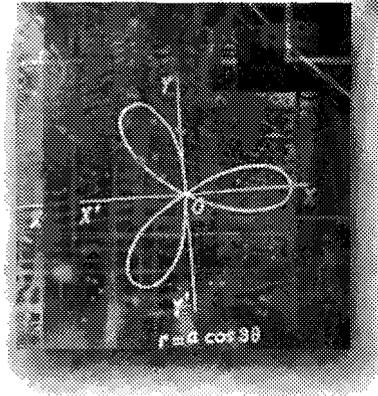
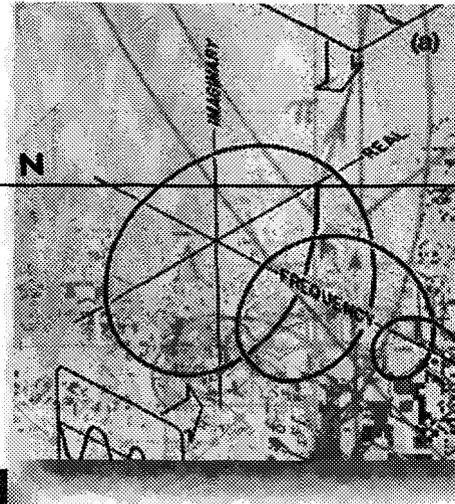
La posibilidad de disponer de profesionales altamente cualificados es muy importante para difundir contenidos "on-line" de manera veloz, ya que de ellos depende la calidad final en Internet, Web TV, y demás medios de comunicación modernos o tradicionales.

Afortunadamente, para alcanzar dicha meta, los planes de estudios latinoamericanos han sabido anticiparse a este auge de la comunicación desde hace dos décadas aproximadamente. Una forma de verificar tal afirmación consiste en indagar y confrontar las fechas de creación de las facultades orientadas a la enseñanza de ciencias de la comunicación, en las diversas universidades de Europa y América Latina, por citar un ejemplo.

América Latina: Riqueza de las comunicaciones

Los planes de estudio constituyen una manera ágil de conocer el estado de salud de los profesionales de un país. Por lo tanto, en Latinoamérica desde hace décadas es posible diferenciar dentro de la enseñanza pública diversas licenciaturas: comunicación social, ciencias de la información, publicidad, cinematografía, audiovisual, relaciones públicas, entre otras. A principios de 1990, en algunos países del otro lado del Atlántico, todavía no se podía hablar de comunicación social, porque no existía como carrera universitaria.

Prueba de tal afirmación está en la realidad de hace una década, cuando la convalidación de los títulos universitarios de licenciaturas, realizadas en cinco años en países latinoamericanos, eran reducidas a cuatro años de las ciencias de la información. Lo mencionado anteriormente era ya una "situación privilegiada" en ese entonces.



El contar con planes de estudios que han marcado un hito en la historia de la información no basta si los mismos no se adaptaron a los cambios de los tiempos. Dicha aseveración trae aparejada un eterno dilema sobre los contenidos de los planes de estudios en las áreas de la comunicación, es decir, el aspecto tecnológico y las prácticas con los equipamientos (léase cámaras de vídeo, paneles de control, computadoras, entre otros).

Escasos recursos para prácticas

En ambas márgenes del Atlántico son numerosos los lugares en donde hay escasez de recursos para realizar las prácticas de radio, televisión, informática, etc. En algunos casos responden a la carencia de recursos económicos de las universidades, en otros a la pésima planificación de acceso a los laboratorios -por no decir, inexistente-. En definitiva, que hay egresados de licenciaturas que no están preparados desde el punto de vista práctico. Algunos ven en ciertos cursos de postgrado, un master o maestría de ultramar, la falsa solución a dicho dilema, pero aquí más que nunca es importante tener presente el tradicional refrán español que dice: "en todos sitios se cuecen habas".

En nuestros días, la velocidad con que se producen los cambios en el ámbito informático, es decir, la base de la comunicación binaria, puede

Ciertas licenciaturas en audiovisuales o publicidad, en ciudades europeas, se orientan tan solo en el aspecto práctico, dejando de lado la teoría

hacer que el software visto en un primer año, sea totalmente obsoleto cuando el estudiante llega al último año de carrera. Consiguientemente, el baremo "cuanto más prácticas hacen los estudiantes mayor será la calidad profesional", hoy en día no puede ser muy fiable que digamos.

No obstante, he aquí uno de los aspectos que deberían revisarse en los programas de las licenciaturas, cuyos planes de estudios no hayan sido modificados desde hace años, porque en gran medida el futuro profesional de los comunicadores pasa por asignaturas relacionadas directa e indirectamente con la informática.

Teoría versus prácticas

Un problema típico de ciertas licenciaturas en audiovisual o publicidad, en ciudades europeas, es que se orientan tan sólo en el aspecto práctico, dejando de lado la teoría, que al final es lo que más perdura en el tiempo. Aquí evidentemente predomina el factor mercantilista, que felizmente aún es un mal ajeno a numerosos centros de enseñanza, localizados desde la Patagonia hasta California.

La vorágine del fin del lucro, dentro de la enseñanza de tercer ciclo en Europa puede incluso generar hasta campañas publicitarias, en donde se

puede leer en los medios de transportes públicos carteles con el eslogan: "Estudie en nuestra universidad y le aseguramos un acceso a un puesto laboral". He aquí una prueba más de cómo existen centros de formación universitarios nada serios, porque con este método en vez de "estudiantes" están captando "clientes".

Ahora bien, esta penosa coyuntura se da en casas de altos estudios, que incluso absorben los subsidios o ayudas del dinero público. En otras palabras, que viven de los impuestos de los habitantes de la Unión Europea. Indudablemente, dichos centros de formación universitarios funcionan como sociedades anónimas camufladas.

Lo que interesa es cobrar matrículas

En ese tipo de instituciones, el contenido teórico es algo secundario e incluso buscan imponer ese modelo, para nada ejemplar. Lo que realmente les interesa es cobrar matrículas. Por eso a nadie sorprende la excelente calidad de los folletos publicitarios, anuncios en la radio, en la televisión, en la prensa escrita, Internet, entre otros medios de comunicación. Son ellos los que pregonan a los cuatro vientos los laboratorios dotados de la última tecnología, los premios alcanzados -mejor dicho, comprados-, etc.

Además, en muchos casos y aunque parezca una paradoja, no tienen ni docentes para hacerlos funcionar correctamente, debido a que hay casos en donde hasta el 70% del personal de una universidad de estas características, funciona con profesores contratados por meses. Igual ha llegado la hora de eliminar las asignaturas de ética frente a estas panorámicas.

Ante dicha realidad, a veces resulta más conveniente trabajar sobre una tecnología un poco obsoleta, en donde se haga uso de la creatividad de los estudiantes en el momento de las prácticas.

Las fórmulas "estudiar y luego trabajar" o "estudiar y trabajar" es habitual en el estudiante latinoamericano. En las naciones europeas se puede dar tranquilamente el caso inverso. Es decir, primero

se trabaja y luego se estudia. Por eso la práctica viene antes que la teoría en muchos sitios. No obstante, esto último trae implícitamente una falta de riqueza intelectual propia de una visión universal y que suele ser común en las universidades latinoamericanas.

Si bien es cierto que no es fácil lograr el equilibrio entre el aspecto práctico y el teórico en las universidades, aún es necesario mantener y mejorar la educación teórica. La finalidad última es que el profesional adquiera los suficientes conocimientos y reflejos para reaccionar velozmente ante nuevas situaciones.

Planes de estudio

El nombre de algunas asignaturas relacionadas con la tecnología es el talón de Aquiles de los planes de estudio en las universidades latinoamericanas. Empero, es menester evitar el término "comunicación digital" porque connota en algunos casos "comunicación manipulada". Además, la finalidad mercantilista que se respira en ciertos ámbitos académicos privados o semi-públicos, obliga por ejemplo a las facultades públicas de

ciencias de la comunicación, información, etc., a competir con los escasos recursos que tienen a su disposición.

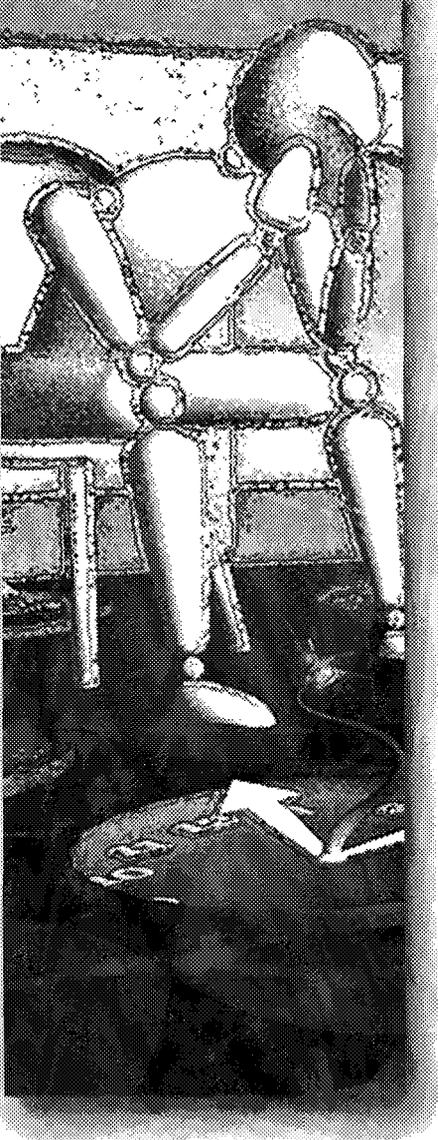
En ese sentido, se debe recurrir a la imaginación para renovar de manera creativa los títulos de las asignaturas, en este tipo de enseñanza. Quizás también es necesario realizar otro tipo de interrelaciones entre asignaturas, respetando más los aspectos multimediales y tecnológicos de la comunicación de nuestros tiempos.

Ahora bien, esto no significa en absoluto caer en combinación trivial en donde da lo mismo insertar psiquiatría, algoritmos, química, antropología, música, por ejemplo. O sea, un mamarracho, sin ton ni son, desde el punto de vista académico, pero que en nuestros días atrae la atención de los futuros estudiantes.

Traslado de contenidos

El máximo de la sandez se da en el caso de trasladar contenidos de la formación anglosajona a la latina, sin los ajustes necesarios. Por ejemplo, si en una publicación internacional estadounidense o canadiense leen que los filósofos, psicólogos o





sociólogos reúnen los requisitos idóneos para el trabajo de web editor (editor de páginas en Internet) automáticamente lo hacen. Esa incultura no hace más que menospreciar y perjudicar al experto en comunicación social o en ciencias de la información, quien realmente tiene todas las capacidades para una actividad de estas características.

Este desconocimiento del perfil de un profesional de la comunicación social, por ejemplo, ha acarreado en algunos países europeos una ralentización en los temas de multimedia en casi una década. El motivo de dicha anomalía es que se ha apostado por profesionales provenientes de cualquier sector de las ciencias sociales, menos del mundo de la información o comunicación. El por qué de tal disparate está en la ignorancia funcional de ciertos responsables en el marco universitario.

Ahora bien, estos cambios deberían estar acompañados del copyright, para evitar sorpresas desagradables en la otra punta del planeta. Al respecto, llama poderosamente la atención cómo en algunas jóvenes universidades europeas se han constituido, en un tiempo récord, los departamentos relacionados con la comunicación social.

El secreto ha estado en la contratación temporal de profesionales latinoamericanos, quienes han hecho uso de la bibliografía o planes de estudios de otros departamentos latinoamericanos. Este pirateo de ideas es una práctica muy frecuente ante la inexperiencia o la juventud de una universidad. Desde luego que no es aconsejable bajo ningún punto de vista realizar estudios en tales sitios, sin que al menos no transcurran dos décadas y comiencen a navegar por sí solos en el océano de las comunicaciones.

Transparencia académica

Una manera de indagar la transparencia de aquellos sitios de ultramar que se dedican a formar profesionales de la comunicación, consiste en evaluar todo plan de estudio con sus correspondientes programas, bibliografías detallada, créditos -si la universidad tiene este sistema-, e

***El máximo de la
sandez se da en el
caso de trasladar
contenidos de la
formación
anglosajona a la
latina, sin los ajustes
necesarios***

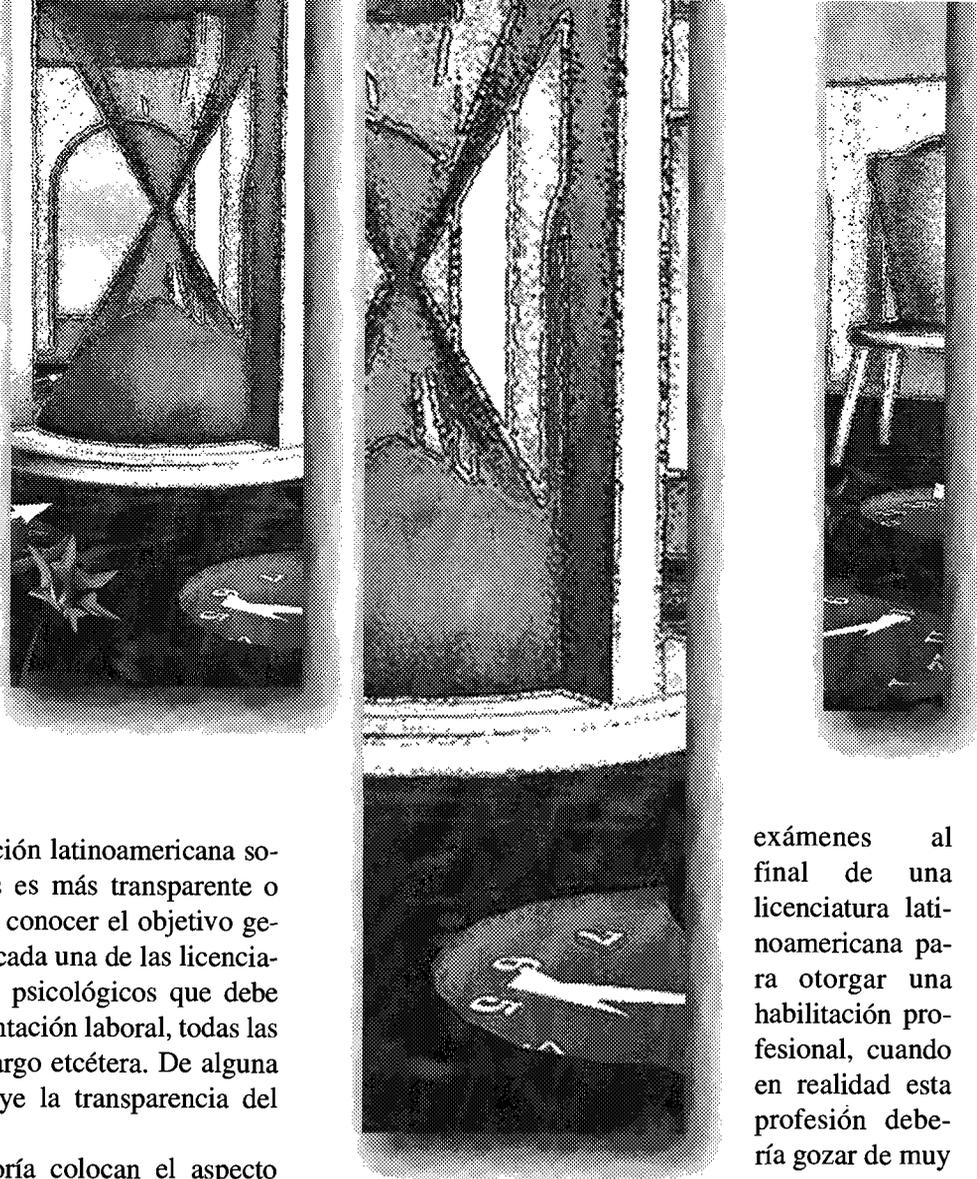
idiomas de las clases. Estas son las variables básicas que potencian la calidad académica de un centro de formación universitaria. El aspecto lingüístico de las lecciones debería estar "garantizado por escrito", cuando en un país se hablan diversas lenguas o dialectos en el sentido saussuriano.

En Internet, la información latinoamericana sobre los planes de estudios es más transparente o completa. En ellas es fácil conocer el objetivo general y los secundarios en cada una de las licenciaturas, el perfil o atributos psicológicos que debe reunir el estudiante, la orientación laboral, todas las materias por cursar y un largo etcétera. De alguna manera todo ello constituye la transparencia del centro de formación.

Además, la gran mayoría colocan el aspecto didáctico antes que un "autobombo" por premios obtenidos de manera dudosa. Con referencia a este último hecho, aquella persona que desea ampliar sus conocimientos fuera de sus fronteras no debería escuchar el canto de sirenas de sitios en donde hasta las mascotas tienen un premio. Una universidad seria y moderna debería controlar la imagen hacia el exterior y no engañar a los potenciales alumnos. Nuevamente me pregunto ¿conocerán el significado del término "ética"?

Últimas reflexiones

Las universidades en Latinoamérica desde siempre han apostado más por una formación universal que nacional, lo que es una ventaja ante la aldea global de las comunicaciones. La calidad de estos planes de estudios en muchas universidades y desde el punto de vista de las licenciaturas, hoy puede equivaler, en muchos casos, a los doctorados en Europa. Por eso, sería un gran error insertar



exámenes al final de una licenciatura latinoamericana para otorgar una habilitación profesional, cuando en realidad esta profesión debería gozar de muy buena salud en todos sitios, particularmente ahora con el apogeo de las comunicaciones.

Con las nuevas tecnologías la oferta laboral se ha abierto a todos. Actualmente, desde cualquier sitio del planeta es factible gestionar la información de un portal de Internet, por ejemplo. Es decir, debería haber una salida laboral mayor, comparada con las décadas anteriores. Por eso, hace falta orientar el bagaje de la experiencia teórica y práctica del sector de las comunicaciones sociales hacia los contenidos multimediales, sean de tipo "on-line" como de "off-line".

La calidad del contenido es el gran misterio oculto de las comunicaciones actuales y es allí donde los planes de estudios y los futuros profesionales del sector deberían orientar sus principales áreas de interés. Una calidad que sin teoría en los planes de estudio es imposible alcanzar. ●