

OCTUBRE-DICIEMBRE 1988

# Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

ESTA EDICION DE CHASQUI  
CIRCULO EN MAYO DE 1989

## COMUNICACION Y DEUDA EXTERNA

6

Los comunicadores, periodistas y científicos sociales, tienen que entender que la Deuda Externa, es más devastadora que 100 hiroshimas. Deben tomar partido y salir en defensa de los pueblos del Tercer Mundo.

*Eric Calcagno, UNICEF, Fernando Reyes Matta, Fausto Jaramillo, Gino Lofredo*

## PERIODISMO Y ESTABILIDAD DEMOCRATICA

38

Los periodistas, dueños de medios de comunicación, el Estado y el pueblo, deben defender "sus" frágiles democracias, debilitadas por la Deuda Externa. Democracia y libertad de prensa son uno y lo mismo —no deben claudicar—.

*Luis Maira, Roberto Savio, Emilio Filippi, Enriqueta Cabrera, Luis E. Proaño*



## COMUNICACION, CRISIS Y DESASTRES NATURALES

54

Esta es una área inexplorada para los comunicadores y periodistas, a pesar de que centenares de cataclismos de todo tipo barren el planeta año tras año. La información preventiva, y la movilización, son campos de la comunicación social.

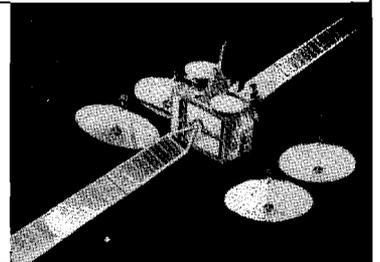
*Doug Newson, CHASQUI, Pablo Portales*

## LOS SATELITES EN LA COMUNICACION

68

La era de los satélites es hoy. Y no tenemos políticas adecuadas para aprovechar esta nueva avalancha tecnológica que nos ha tomado de sorpresa. Ponernos al día no debe ser una utopía, sino una necesidad.

*Daniel Cohen, Leonardo Ferreira y Bella Mody, John Mayo, Carlos Bianchi*



ENTREVISTA A ROBERTO SAVIO *Juan Braun* 35  
CARRERAS DE COMUNICACION *Eduardo Vizer* 84

NOTICIAS ..... 2  
ACTIVIDADES DE CIESPAL ..... 4  
LIBROS ..... 91

## Carta del editor

**D**euda Externa y Comunicación es uno de los temas más difíciles de investigar, porque ha sido ignorado, no existe. Los comunicadores sociales, los periodistas y las organizaciones tercermundistas, no se han "enganchado" en lo que el Padre Vives, venezolano, llama la "Guerra de la Deuda Externa". Una guerra que ya hemos perdido. Durante una década, las transnacionales del Norte, ayudadas "desde adentro", han vaciado impunemente a nuestros países. Como consecuencia, día a día tenemos más pobres-pobres y nuestras democracias muestran síntomas alarmantes de agotamiento.

La intención de CHASQUI es lograr que los colegas pongan "pied a terre", reflexionen y vuelquen sus ener-

gías al estudio y la difusión de un tema que nos ha robado el presente, y la mitad de nuestro futuro.

Estamos en la "era de los satélites" y del "Global Village" de McLuhan. Los países de la región deben desarrollar sus políticas y sus satélites, para no perder su soberanía y su independencia.

El 16 de marzo de 1989, el Dr. Luis E. Proaño, Director de CIESPAL, y el Canciller del Ecuador, Dr. Diego Cordovez, firmaron un importante acuerdo de cooperación técnica, en reconocimiento a la tarea que cumple CIESPAL en América Latina.

Bien. Muy bien. Y un aplauso.

Juan Braun

**DIRECTOR:** Luis E. Proaño. **EDITOR:** Juan Braun. **DIRECTOR DE PUBLICACIONES:** Jorge Mantilla Jarrín. **ASISTENTE DE EDICION:** Wilman Sánchez. **COMPOSICION:** Martha Rodríguez. **DISEÑO:** Fernando Rivadeneira. **PORTADA:** Edwin Rivadeneira. **IMPRESO:** Editorial QUIPUS. **COMITE EDITORIAL EJECUTIVO:** Asdrúbal de la Torre, Peter Schenkel, Edgar Jaramillo, Fausto Jaramillo, Gloria Dávila, Andrés León. **CONSEJO ASESOR INTERNACIONAL:** Luis

Beltrán (Bolivia); Gian Calvi (Brasil); Reinhard Keune (Alemania Federal); Humberto López López (Colombia); Francisco Prieto (México); Daniel Prieto (Argentina); Máximo Simpson (Argentina); Diego Echeverría (Chile). **Chasqui** es una publicación de CIESPAL que se edita con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert de Alemania Federal. Apartado 584, Quito-Ecuador. Teléfonos: 540-881. Telex: 22474 CIESPAL ED. - FAX (593-2) 524-177.

## Argentina

Eduardo Andrés Vizer

# Carreras de comunicación

Las Carreras de Comunicación en la Argentina, no responden a las necesidades del mercado ni están formando a los comunicadores del siglo XXI. Diversos factores inciden en ello. Los planes de estudio son obsoletos. Las cuotas, la masa de dinero que pagan los estudiantes en las Universidades e Institutos privados, no se utiliza para mejorar el equipamiento básico de enseñanza y al pago de salarios más dignos a los catedráticos. Las bibliotecas especializadas son obsoletas y/o inexistentes. Los graduados no tienen salida laboral fluída; los propietarios de los medios de comunicación se resisten a incorporarlos a sus salas de redacción.

Eduardo Andrés Vizer, fundador de la Carrera de Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, y dos de sus alumnos, Sandra Chaer y David Landesman, escriben en exclusiva para CHASQUI sobre las Carreras de Comunicación en el país gaucho.

**E**l objetivo fundamental de esta nueva Carrera consiste en brindar un escenario de análisis y estudio, de experimentación y formación para aquellos que quieran participar en el noble ejercicio de ayudar a mejorar la calidad de la información, y el nivel de la comunicación humana, institucional y masiva, sin las cuales ningún valor humano y ninguna sociedad auténticamente democrática podrá ser viable. Sin información, no hay sociedad posible".

Con estas palabras, el 15 de abril de 1986 en la sede del Consejo Superior de la Universidad de Buenos Aires se concretaba —treinta años después— una vieja aspiración de todos los que, provenientes de campos tan dispares como el periodismo, las ciencias sociales, la educación o los nuevos oficios surgidos de la demanda del mercado económico de la comunicación, habían descubierto en la teoría y práctica de la comunicación, un denominador común. La gestación del proyecto de creación de la carrera de comunicación comienza a mediados de 1983, a instancias del Dr. Francisco Delich, futuro Rector

**Eduardo Andrés Vizer**, argentino. Investigador del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad de Buenos Aires. Profesor en la Universidad Nacional de la Plata. Sandra Chaer y David Landesman, son alumnos de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

de la UBA (Universidad de Buenos Aires). Se conforman equipos multidisciplinarios que trabajan en la elaboración de los proyectos de las futuras carreras de Ciencias de la Comunicación y Ciencias Políticas, así como su articulación con las ya existentes Relaciones Laborales, Sociología y Servicio Social; a todas se las eleva de la categoría híbrida de carreras "dependientes del Rectorado" (estado legalmente indefinido que las inhibía de ser miembros de pleno derecho del Consejo Superior, con la evidente pérdida de capacidad de autonomía que reconoce la Ley Universitaria), al grado de Carreras de la Facultad de Ciencias Sociales.

Esta es finalmente aprobada con el nombramiento de su primer Decano (de la carrera de Sociología) a partir de la Asamblea Universitaria realizada a mediados de 1988. Este último paso es fundamental, ya que con el status legal de Carrera de Facultad, se accede a la normalización final, con los mismos atributos y derechos correspondientes al resto de las Carreras: título de Licenciado otorgado por una Facultad, voz y voto en las reuniones del Consejo Superior, posibilidad de mejorar el nivel pedagógico en cursos de capacitación, materias de otras carreras y proyectos (de investigación, extensión, aplicación, etc.) a realizarse interdisciplinariamente. Este es un punto importante dada la



### La Comunicación tiene gran demanda

característica múltiple y transdisciplinaria de las teorías y prácticas de la Comunicación.

### PLANES DE ESTUDIO

La institucionalización de la comunicación significa una aceptación social, un reconocimiento de legitimidad cultural. Un valor, una creencia, un espacio material, social y simbólico desde el cual sus practicantes organizan su actividad.

El reconocimiento de la Universidad como espacio institucional más prestigioso del Saber, equivale a una consagración legítima para una disciplina. En Francia, por ejemplo, a pesar

de sus sobresalientes aportes en el campo de la semiología, la carrera de comunicación no es plenamente reconocida en los ámbitos universitarios.

Todo equipo de especialistas en comunicación que asume la tarea de proyectar una carrera, o aún replantear un Plan de Estudios, se enfrenta con la problemática de definir en qué consiste —tanto en la teoría como en la práctica— ese espacio propio de la comunicación, y desde “dónde” se lo piensa y se lo propone como práctica a institucionalizar en el ámbito universitario.

Hay algunos pragmáticos que dan respuestas fáciles: hay que llenar una demanda existente o potencial del mercado laboral (publicitarios, periodistas especializados, comunicadores institucionales, o especialistas en relaciones públicas). La respuesta a esta argumentación sería clásicamente tecnicista: para formar los “especialistas” que demanda el mercado no hacen falta cinco años de estudio, ni un ámbito académico. Bastarían cursos de dos o tres años

halle saturada en el mercado).

Esta ha sido la característica de la mayoría de los planes de la carrera de comunicación, durante los años de gobierno militar. En algunos casos, como en la Universidad de la Plata, la más antigua de América Latina (1934) ya en 1977, en pleno régimen militar (1976-83), se aprueba un nuevo Plan de Estudios que a los tres años de Periodismo, le agrega dos años más posibilitando el acceso al título de Licenciado.

#### FUTURO INCIERTO

La futilidad de éstos “emparches” y meros agregados queda demostrada por el hecho de que en once años de vigencia de ese viejo Plan de Estudios, hasta hoy solamente dos alumnos aprobaron sus tesis accediendo al título de Licenciado, habiendo tres más presentadas, que se hallan a la espera de su aprobación. Pero la argumentación de los propios alumnos entrevistados respecto de las razones de este resul-

ta surgió después de tres años y medio de ingentes esfuerzos y conflictos, siendo aprobado en 1988, entrando en vigencia en 1989).

El segundo aspecto —que parece más fuerte como argumento de fondo en la mayoría de las entrevistas con los alumnos— se manifiesta como frustración e inseguridad con respecto a la formación y al nivel de los conocimientos adquiridos. Esa falla original señalada en relación con la actitud asumida por los responsables del viejo Plan (el enfoque tecnicista y profesionalista), es vivida por el alumnado como una carencia, un vacío no solo conceptual (como por ejemplo el hecho de contemplar en el Plan una sola Teoría de la Comunicación o la falta de Metodología de la Investigación obligatoria) sino además, una falta de práctica, de talleres suficientes. Con la sensación de inseguridad se asocia la desvalorización y el miedo a seguir estudiando, sujeto a mayores exigencias como la preparación de una Tesis.

#### LOS CICLOS MILITARES

Este enfoque tecnicista ha sido una constante de las carreras de Comunicación bajo los años de régimen militar. La reacción del alumnado y los conflictos han sido similares, en la mayoría de las carreras correspondientes a centros de Altos Estudios oficiales. En éstos, a diferencia de las más estables universidades privadas (católicas en su mayoría, como la de El Salvador, a cuyo Director, Prof. Rodríguez Vásquez, le cupo el honor de presidir la fundación de la Asociación de Facultades de Comunicación de la Argentina, AFACOS), el fin del régimen militar y el comienzo de un nuevo período democrático, presentó facetas casi dramáticas.

A cada ciclo militar, 1966-1973 y 1976-1983, años y ciclos curiosamente simétricos en varios sentidos, la política educativa oficial definía como un objetivo prioritario concretar la despolitización de la Universidad, una curiosa paradoja latinoamericana.

#### POLITICAS DE DESPOLITIZACION

En la práctica, significaba mucho más que prohibir la actividad política y los centros de estudiantes y el cogobierno universitario, una tradición argentina desde la Reforma de 1918. Significaba la pérdida de valiosos recursos humanos para la enseñanza y la in-



La etapa militar afectó a las carreras de comunicación

y muchos talleres a cargo de gente del oficio.

**L**os planes de estudio abordados con este criterio presentan las características de un casillero vacío, al cual se lo “llena” con materias “estiradas” o de relleno para que justifiquen los cinco años de duración de una Licenciatura. Son planes preparados (como lo muestran típicamente muchos institutos que hacen su “negocio” de cursos cortos) ad-hoc, teniendo en mente un perfil de profesional adecuado a lo existente (más allá de que la demanda laboral se

tado desolador se centra en dos aspectos:

Primero, la falta de perspectivas laborales; consideran que si los tres primeros años que le aseguran el título de periodista no les facilita hallar trabajo, les sería inútil sumar dos años más de estudio. Estos alumnos tienden a una visión muy indefinida sobre lo que es y lo que puede hacer un Licenciado en Comunicación Social, siendo algo así como una proyección desdibujada del rol futuro del periodista con el que ingresaron a la Universidad, y cuya formación se tendió a acentuar con ese Plan (el nuevo Plan de Estudios para la carrera de la Universidad de La Pla-

vestigación, la pérdida de libros y hasta bibliotecas, que ingresan al "Index" de nombres prohibidos, al igual que sus autores nacionales o extranjeros.

**L**os blancos predilectos para el vaciamiento intelectual, obviamente se hallaron en las ciencias sociales, la cultura, la comunicación social y el periodismo no obsecuente (la crítica y el alternativismo no solo desaparecen de la práctica y del discurso público o el académico, sino además de los pequeños núcleos privados y de las mentes menos reflexivas). Con el golpe de 1966, se desaloja la actividad política de los Centros de Altos Estudios por un par de años (como un boomerang, aquella retorna siempre con mayor fuerza y nuevas propuestas). Pero, con el activismo más sectario y manipulador, de esquemas simplistas o hiper-ideológicos que "sirven en bandeja" el pretexto necesario para justificar la intervención "ordenadora", desapareció mucho más que la "pequeña política". Se desmembraron cátedras, grupos de investigación, años de trabajo paciente y núcleos de estudio y de interés precursores en las áreas de Comunicación y Cultura.

En 1973, en las elecciones que gana masivamente el partido Peronista, se abre un período traumático para el país, signado por enfrentamientos entre distintos sectores políticos (de izquierda y derecha). Las Carreras de Periodismo y los Centros de Comunicación afloran en el país, pero no pueden permanecer ajenos al embanderamiento ideológico-político de sector. Este proceso de cuasi asimilación de las disciplinas de la comunicación a la lucha política, las hizo tan vulnerables como los sectores políticos sobre los que se apoyaban, y a los cuales expresaban. En 1974, se interviene la Universidad otra vez y prácticamente prosigue ésta situación a través del autodenominado "Proceso" militar, hasta el 10 de diciembre de 1983.

La Universidad, que debiera ser como una planta viva, de raíces vigorosas alimentadas en la investigación y la enseñanza, se transformó en una flor de plástico. Las Carreras y Escuelas no pueden eliminarse por decreto, aunque hubo casos que se mantienen para la vitrina de observación internacional, pero sin producción de conocimientos nuevos y propios (investigación), sin libertad de cátedra, y con profesores nombrados "a dedo" (sin concursos docentes).

## EGRESADOS PELIGROSOS

La alternativa planteada por los gobiernos militares consistió en mostrar la inutilidad y peligrosidad profesional de los egresados de los Planes de Estudio hiper-ideologizados, que se gestaban en los gobiernos democráticos y justificar así nuevos Planes de Estudio de corte netamente profesionalista-tecnicista. Este enfoque perdura más allá de los siete años de regímenes militares. Incluso se ha mantenido durante los dos primeros años de gobierno institucional (éste no es el caso de las Carreras nuevas, aunque igualmente lleva ese mínimo lapso de tiempo el crearlas, y cinco años más para producir su primer egresado).

Esos primeros años manifiestan una transición traumática que se refleja en el estado de ánimo general: optimismo y excitación en los primeros meses (año 1984), formación de los Centros de Estudiantes, primeros conflictos con autoridades anteriores, sectorización política inevitable que se tiende a traducir en pequeñas feudalizaciones. Comisiones de Estudio sucesivas con sus respectivos planes de Estudio, etc. Hasta que finalmente llega el "día feliz".

## EL ALUMNADO OPINA

Este nuevo Plan, así como los años transcurridos, no dejan precisamente felices a los alumnos. Sienten que deben finalizar su Carrera con el "Plan viejo", con sus antiguos profesores o con otros nuevos que también se hallan en ésta situación de "cambiar de caballo en medio del río", o ajustarse a esquemas transitorios.

Los alumnos aducen con insistencia que sus representantes en los Centros



Los alumnos quieren diálogo

no se dedican tanto a defender sus intereses y hacer propuestas constructivas y concretas, como a realizar grandes discursos en función de una pequeña política de fracción. Los militantes de los Centros responden a su vez que el alumnado muestra un bajo nivel de participación, descargando todas las responsabilidades en los representantes.

En las entrevistas con los grupos de estudiantes, se destacan las siguientes observaciones:

— Falta de motivación y de participación. Un alto monto de frustración en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

— Miedo a recibirse y a las magras posibilidades de inserción laboral. En el caso de periodismo, los alumnos han tomado conciencia no solamente de las dificultades del mercado laboral, sino además del **prejuicio** existente en muchos medios, en especial los gráficos, hacia los egresados de Centros y Universidades oficiales, a quienes acusan de hiper-ideologización en lo teórico, y de falta de experiencia en la práctica. En una de las entrevistas con alumnos surgió la siguiente observación: "Nos enseñan a hacer la crítica de los medios, pero no a trabajar en ellos".

— En estrecha relación con lo anterior, se señala un divorcio entre la práctica y los profesores "académicos", con una falta de pertenencia y conocimiento concreto de los medios.

— Desconexión entre los contenidos de materias y la realidad externa actual. Se señala, por ejemplo, la necesidad de brindar más formación e información sobre las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación, con las que los futuros egresados deberán trabajar.

— En la Universidad de la Plata desde el año 1927 se cuenta con **Radio Universidad**, la que tuvo como directores a varios egresados de su Carrera de Periodismo. Desde 1973, por decisión de la Federación Universitaria de la Plata, los alumnos tienen acceso a ella. Sin embargo aducen dificultades para hacer uso de las instalaciones, ya que se les responde que "la radio no está para hacer prácticas".

— Tendencia a complementar los estudios en Centros privados, con cursos de uno o dos años de duración, con experiencias prácticas intensivas y profesores periodistas de profesión.

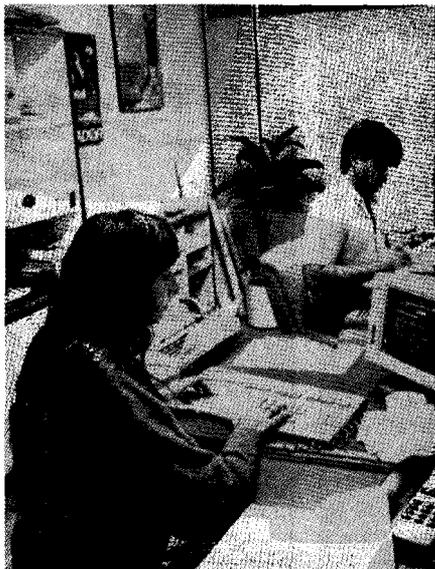
## RELACION ENTRE PRENSA Y UNIVERSIDAD

Siempre en relación con el periodismo, vale la pena mencionar el convenio

suscripto por la Universidad Católica de Buenos Aires con la Editorial Abril. Estos casos aislados no aumentan cuantitativamente las posibles salidas laborales, pero sí brindan ventajas secundarias: posibilidad de realizar prácticas en los medios, y una "sensación" de menor orfandad psicológica en relación al futuro lugar de trabajo.

A mediados de 1986, apenas inaugurada la Carrera de Comunicación en la Universidad de Buenos Aires, un alto directivo del periódico **La Nación** aseguró que "jamás tomaría a un egresado de la misma. Los periodistas se hacen en la calle y en la redacción y es el propio medio el que los formará". A continuación mencionó la creación de una biblioteca en el periódico con varios miles de volúmenes. Mencionó una experiencia realizada en el medio: "Un empleado de la firma recorre diariamente las oficinas con un carrito repleto de libros para motivar a los periodistas a la lectura, con un resultado decepcionante". Esto a su entender "revela el bajo nivel de formación e interés de los mismos". Ello refleja la grave fractura entre los Medios y la Universidad.

**L**a relación entre ambos presenta además una arista conflictiva inédita. Como se dijo, la apertura democrática presenta una etapa de transición, la que se puede dividir en tres períodos: 1) crítica al estado de la situación heredada 2) competencia y hasta lucha por el establecimiento de nuevos objetivos, proyectos y marcos de institucionalización en la enseñanza, la investigación, la extensión y la definición de los nuevos perfiles profesionales para el egresado, y 3) la institucionalización propiamente dicha, como una etapa de normalización y crecimiento del consenso interno y externo. El drama argentino es que hace varios decenios que no llega a la tercera etapa, frustrándose esfuerzos y sacrificios inútiles en las dos primeras. Ahora bien, la arista conflictiva se establece en las dos primeras etapas de transición institucional. Los medios de prensa, haciendo uso de su reconquistada libertad de prensa y de opinión, observan con poca benevolencia a la situación universitaria, a sus nuevas autoridades, y —es casi obvio recalcarlo con cierta displicencia a éstas nuevas carreras— a la comunicación social, a



**Hace falta más investigación**

las cuales no saben evaluar en su novedad y juzgan duramente en el ejercicio de su rol más tradicional y reconocido: el periodismo.

La resultante tiende a manifestarse con recelo mutuo, hasta desconfianza. Hay periodistas que a título personal tienden a descalificar la enseñanza universitaria. El reconocido periodista Eliashev criticaba por radio el hecho que la "Carrera de Comunicación" de la UBA estuviera dirigida por un sociólogo, y no por un periodista —como lo es actualmente— sin tomar en consideración la verdadera naturaleza de la Carrera y la necesidad de contar con una Dirección académica con los mejores títulos, representada ante el Consejo Superior Directivo de la Universidad.

Por diferentes motivos y desde diversos lados, una Carrera de Comunicación parece ser asimilada a la noción de "arena" o frente de batalla. Deseada como instrumento de propaganda y poder, mirada con recelo, o con cierta descalificación cientificista por los medios académicos, no fue livianamente obtenida la aprobación para su creación, y tuvo que demostrar su "mayoría de edad" por su reconocimiento internacional más que por una solidez intrínseca como disciplina.

#### LA INVESTIGACION

La Comunicación Social, en todas sus manifestaciones, es una disciplina **expuesta**. Esta "exposición social" dificulta la paciente labor institucional de

investigación que acrecienta la dinámica de conocimiento, de los procesos de enseñanza aprendizaje y de los imprescindibles cursos de Postgrado.

En el Centro de Estudios Avanzados de la UBA, se manejan varios proyectos comunicacionales de envergadura:

1) Comunicación y las Nuevas Tecnologías, actividades relativas a la temática de los usos e impactos sociales de las mismas. Su incidencia en la Cultura y como Cultura Tecnológica Transnacional.

2) La Integración Transdisciplinaria en Teoría Social y Modelos de Comunicación. Este proyecto se encuadra en los objetivos teórico-epistemológicos de revisión crítica y articulación entre diferentes cuerpos de reflexión conceptual; se abordan diferentes teorías, metodologías y modelos analíticos provenientes de la teoría social, política y humanística, ciencias de la conducta, la cibernética y la organización social, se intenta aportar a la construcción de modelos teóricos de comunicación transdisciplinarios.

3) Un macro proyecto sobre Comunicación y Procesos Institucionales, enmarcado en la temática general de la Comunicación y la Política, y específicamente en la relación entre Comunicación y Democracia. Abarca cuatro Proyectos específicos que cubren temporalmente el período de inestabilidad política que arranca desde 1930 y que llega hasta la actualidad.

La consecución de estas tareas de investigación, que simultáneamente presentan la opción de formar recursos humanos (de investigación y docencia), al brindar una posibilidad de inserción a investigadores noveles y a alumnos que se propongan dedicarse de lleno, requieren de condiciones institucionales y materiales adecuadas: estabilidad en el cargo, presupuesto suficiente, apoyo bibliográfico y de fuentes, ... y obviamente, una mínima tranquilidad espiritual para proyectar su labor al mediano plazo. Algo así como un raro lujo para éstas latitudes del subdesarrollo y la vocación siempre presente hacia un canibalismo político que, como el perro del hortelano, no come ni deja comer. En varias Universidades los nombramientos son por períodos de tres a seis meses, estando el profesor o el investigador, sujeto a los cambiantes vaivenes del humor de las autoridades o de los vientos de la política. ■

# Los estudiantes opinan

**Alumno de 4to. año**  
**Universidad de Buenos Aires**

Muchos estudiantes de comunicación suelen preguntarse: ¿Para qué estudiamos? y se responden: para ser periodistas, publicistas o investigadores.

Pero los años van pasando y falta poco para egresar y las posibilidades de ser 'eso', aparecen cada vez más remotas. Las salidas laborales se vislumbran mínimas y, lo que es peor, lo aprendido a lo largo de la carrera no tiene ninguna utilidad práctica.

Si el **alumno Juan** quiere ser periodista, llegará (si tiene algún conocido) a un medio y se encontrará con que sus conocimientos de Lazarsfeld o las dos docenas de líneas que redactó en algún taller, no tienen nada que ver con la necesidad concreta de producir una nota o escribir una crónica.

Si la **alumna María** quiere ser publicista, llegará (si tiene algún conocido) a una agencia y observará con horror que el análisis semiológico de un afiche poco le servirá para hacer correctamente un "brief" o encarar una campaña.

Si el **alumno José** quiere ser investigador, llegará (si tiene algún conocido) a un instituto de investigación y notará su ignorancia total respecto de las técnicas necesarias para desarrollar un trabajo metodológico y ni hablar de su incapacidad para trabajar en grupo.

En todos estos casos el éxito o fracaso de cada uno dependerá exclusiva-

mente del talento individual o la capacidad y predisposición para aprenderlo todo de cero.

Entonces, ¿para qué estudiar cinco o más años en una Facultad?

Las carreras de comunicación son ámbitos que proporcionan una amplísima cultura (comunicacional) general. Uno aprende algo de semiótica, un poco de lo que escribieron algunos teóricos, hace un taller de radio (muchas veces sin estudios, ni equipos, ni grabadores), otro de video (mira como filma el docente), y estudia algunas materias menos específicas (historia, economía).

Las carreras de comunicación incluyen tantas cosas que, al final, no contienen demasiado. Y no cumplen su función de producir periodistas, publicistas, investigadores.

¿Acaso las carreras de comunicación tienen como objetivo el dotar de conocimientos varios a jóvenes de familias adineradas, que no necesitan trabajar después de recibidos?

¿Acaso las carreras de comunicación social sirven para dar un tan amplio como difuso e insuficiente panorama general, obligando a quien desee profundizar en un área a buscar este aprendizaje en otra parte?

¿Acaso las carreras de comunicación tienen por fin producir egresados que serán docentes en las futuras carreras de comunicación, que a su vez producirán egresados que serán docentes, y así?

**Alumna de 3er. año**  
**Universidad de Buenos Aires**

Una reflexión acerca de la carrera que estoy cursando, me lleva casi de lleno a imaginarme un gran signo de interrogación, que se lo puedo adjudicar a la incertidumbre del futuro campo laboral o al desconocimiento de las materias de las orientaciones terminales.

Frente a tantas quejas, a veces justifico las marchas y contramarchas que se dan hoy, sabiendo que es una carrera que tiene muy pocos años de creación, y que se inscribe en el marco de una Argentina desestructurada que no privilegia a la educación.

Cuando pienso en la falta de un perfil profesional definido, creo que entramos en la misma bolsa docentes y alumnos. Me parece que de parte de las autoridades universitarias no hay un perfil de comunicador claro; pero nosotros tampoco lo tenemos. Por lo poco que conozco, la situación del estudiante del interior es un poco diferente, tienen las cosas más claras. Acá en Buenos Aires estamos más expuestos a las modas intelectuales y a una necesidad de "ser vanguardia", sobre todo en una carrera como la nuestra, que es el "boom" del siglo.

En cuanto a la articulación de teoría y práctica, casi no existe. No disponemos ni de un estudio de TV, ni de un laboratorio fotográfico, ni de una sala de audio y tampoco hacemos prácticas concretas en los medios. Además, a pesar de las cinco orientaciones de que dispone la carrera, hay solo dos que son siempre fomentadas por las autoridades: publicidad y periodismo, y en menor cantidad investigación.

Si me preguntan por qué creo que pasa todo esto, no sabría muy bien qué contestar, quizás las ciencias sociales están en un momento de crisis o todo el campo científico está rompiendo los antiguos paradigmas o no tenemos una planificación educativa coherente que responda a un proyecto global o la Argentina se está mediocratizando o... ■



**El estudiante se enfrenta a un futuro laboral incierto**

# Los docentes responden

**Profesor Máximo Simpson Grinberg,**  
Facultad de Ciencias de la Comunicación,  
Universidad de Buenos Aires

**CHASQUI.** ¿Hay imprecisión y ambigüedad con los planes de estudio y en el perfil de los egresados?

**Máximo Simpson Grinberg.** No se logra una interacción orgánica, fecunda, lógicamente enfocada entre los aspectos prácticos, profesionales, técnicos y de las áreas teóricas. Es como si de manera esquizofrénica se tratara de dos carreras diferentes: una de periodismo y otra de comunicólogo. Se actúa como si la estructura, el lenguaje del periodista no requiriera una reflexión teórica.

**CH.** ¿Qué papel juega la ideología en todo esto?

**M. S. G.** En las carreras de comunicación de América Latina existe un mal: el exceso de ideologización, que lleva a un falso enfoque de lo que debe ser la enseñanza de los aspectos teóricos en la universidad. Hay un sesgo ideologizante que afecta los planes de estudio y que gravita en la ambigüedad de los perfiles que se han ido elaborando.

Esta ideologización opera en detrimento de la verdadera reflexión teórica y de la formación profesional-técnica de los estudiantes y repercute en la indefinición del perfil de la carrera.

**CH.** ¿Qué se debe hacer para tener un buen plan de estudio?

**M. S. G.** Se requiere un análisis minucioso de todo lo antedicho, exhaustivo y desideologizante, para saber qué planes de estudio responden a las necesidades de la sociedad. Creo que los equívocos respecto al perfil del estudiante de Comunicación se originan en gran parte en el carácter multifacético, multidimensional del fenómeno de la comunicación humana y social, que involucra distintas disciplinas y enfoques.

**Profesor Rodríguez Vázquez, Director**  
en la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la  
Universidad de El Salvador

**CHASQUI.** ¿Cómo compara los planes de estudio de la Argentina con los demás países del continente?

**Rodríguez Vázquez:** En la Argentina se vive una situación distinta al resto de los países de la región. En las demás naciones los planes contemplan mucho más la situación del sojuzgado y del oprimido; las carreras están más ideologizadas. Los nuestros no son coherentes y no responden a un perfil definido del comunicador social. Se quiere abarcar una gran cantidad de teorías comunicativas sin llegar a los puntos claves, carentes de una visión profunda de la realidad nacional, latinoamericana y mundial.

**CH.** ¿A qué se debe el aumento de estudiantes tanto en las universidades privadas como en las Carreras de Comunicación Social estatales?

**R. V.** Esto responde a una moda actual de la juventud que en su afán de descubrir cosas nuevas creen que lo podrán hacer en el marco de las ciencias sociales.

**CH.** ¿Cómo afectó el ciclo militar sus planes de estudio?

**R. V.** En cuanto a la autonomía que puede mantener una universidad privada frente a los cambios institucionales, contrariamente a los vaivenes ideológicos a los que está expuesta la UBA, la Universidad de El Salvador pudo mantener una estabilidad permanente, adaptándose a las normas que pueden implantar los distintos gobernantes, como fue el caso del gobierno tripartito en 1973, pero que no modificaron los conceptos impartidos.

**Profesor Jorge Rivera, Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación de la Universidad de Paraná.**

**CH.** ¿Qué le parece la formación de los docentes?

**J. R.** La formación proviene de otros ámbitos no relacionados a lo comunicacional. En EE.UU. los primeros investigadores en el campo de la comunicación provenían de sociología; en la Argentina se desprenden de la literatura. Esto responde al surgimiento de las ciencias de la comunicación en un marco de crisis de las ciencias sociales, y del conocimiento funcionalista norteamericano y no como un saber específico.

**CH.** ¿Es factible la integración latinoamericana de los comunicadores?

**J. R.** El contacto entre las facultades de Argentina y del resto del continente es inexistente. Uno de los puentes de intercambio podrían ser los seminarios que organiza FELAFACS, CIESPAL, o la experiencia particular de la gente que viajó. Las demás facultades latinoamericanas están mucho más ideologizadas, manejan metodologías reductivas y mecanicistas, a excepción de la de México que se parece más a la de Argentina. El resto tiene una formación con objetivos definidos y una mayor inserción en los aparatos de producción. Allí la situación es absolutamente dogmática hacia el extremo opuesto, con una gran influencia de los modelos norteamericanos. Los modelos europeos no están ni vistos ni interesan demasiado, contrariamente a lo que sucede en nuestro país donde tuvimos una temprana aparición de los textos europeos. ■

# Educación cooperativa experimental - ACCOM

**L**a Carrera de COMUNICACION SOCIAL en ACCOM es experimental y tiene como objetivo esencial la formación de profesionales con criterio pluralista, científico y práctico.

Sus planes de estudio están actualizados a nivel de las mejores Carreras de Comunicación, ajustados al cambio de la realidad de la Argentina de hoy, del futuro, inserta en un mundo de modificaciones permanentes.

Los Socios Fundadores de ACCOM y el Consejo de Administración de la Carrera de Comunicación, son profesores y alumnos, lo que garantiza una actualización permanente de los planes de estudio de acuerdo a la situación académica y laboral existente en el país y en el extranjero. Entre ellos se destacan Máximo Simpson, Eduardo Vizer, Juan Braun y Jorge Nicolao.

ACCOM, como sistema cooperativo, hace que la institución no tenga fines de lucro. Es decir, los aranceles establecidos están dados en función de los costos reales de la carrera.

Esta es la primera Cooperativa de Enseñanza de la Comunicación establecida en el país. Para más información dirigirse a Diego Brunstein, Paraguay 4208 2do. F, Buenos Aires, Argentina.

## CARACTERISTICAS DE LA CARRERA

### 1. Títulos:

\*Diplomado en Comunicación Social  
Duración: 2 años. 20 materias básicas obligatorias más 8 electivas.

\* Especialista Investigador en Comunicación Social.

Duración: 1 año. Optativo y adicional a los dos anteriores. 4 materias básicas obligatorias más 2 electivas. Tesis de Grado.

2. Sistema de módulos cuatrimestrales: Cada módulo enfatiza los temas descritos más abajo. Además, al terminar cada cuatrimestre se dará un DIPLOMA en la especialidad del módulo cursado



Es mínima la articulación entre teoría y práctica

a aquellos que hayan cumplido con los requisitos.

- \* Primer Cuatrimestre: Radio
- \* Segundo Cuatrimestre: Prensa Gráfica.
- \* Tercer Cuatrimestre: Televisión
- \* Cuarto Cuatrimestre: Planificación de la Comunicación.
- \* Quinto y Sexto Cuatrimestres: (Opcionales para el título de "Especialista Investigador en Comunicación Social").

Por citar un ejemplo, el Primer Cuatrimestre que enfatiza el área de radio, incluye las siguientes materias básicas obligatorias:

\* Comunicación. Comunicación popular. El uso de la radio como estrategia de cambio. Las radioescuelas latinoamericanas. Los modelos de Acción Cultural Popular. República Dominicana y ERBOL. Movilización de estructuras de base. Alfabetización por radio.

\* Medios Masivos de Comunicación Radio. Cinco estrategias de uso de la

radio. Radio pública y privada. Radios comunitarias, clandestinas. AM, FM, SW. La BBC, Radio France International, La Voz de las Américas.

\* Filosofía y Geografía Humana El Tercer Mundo. Africa y América Latina. El Nuevo Orden Económico y el Nuevo Orden de la Información como alternativas de desarrollo Teoría de la dependencia. Cooperación Sur-Sur y Norte-Sur.

\* Taller de Medios. Práctica. Programación de una radioemisora. Producción de programas noticiosos, musicales, actualidades. Entrevistas, publicidad.

\* Investigación. Radio. Rating. Evaluación del impacto de la radio educativa en las diversas audiencias. Investigación de campo. Pilotos.

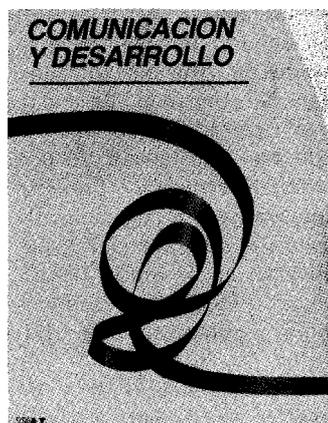
La misma estructura de las materias es usada en los demás cuatrimestres, aunque se enfatizan temas distintos a saber: Prensa Gráfica, Televisión y Planificación. ■

## LIBROS

### Comunicación y desarrollo

Varios Autores

IPAL. Lima. 1era. edición. 1987. 354 pp.



Los textos que componen esta publicación corresponden a las ponencias presentadas en la Mesa Redonda sobre "Comunicación y Desarrollo", organizada por el Instituto para América Latina (IPAL), en mayo de 1986.

Frente a la importancia que representa la comunicación en los procesos de desarrollo, diversos estudios demuestran que su peso e incidencia continuará acrecentándose en el futuro. En esta perspectiva se orienta el contenido del libro, tan válido para el caso de los países subdesarrollados. A pesar de ello, América Latina se desinteresó por el tema.

La obra está constituida por dos partes: en la primera, constan las ponencias de 14 conferencistas; y la segunda incluye información sobre las conclusiones del encuentro. Las ponencias destacan elementos de reflexión y debate. Gido Grooscors critica el régimen de propiedad de los medios en América Latina. Armando Vargas Araya impulsa una relación más

fluida entre los medios alternativos de información y la política. Andrés León, que representó en la cita a CIESPAL, plantea una pregunta trascendental: "¿Es la tesis de las políticas de comunicación un permanente ejercicio de teorización académica, o es algo más objetivo y práctico?" Para encontrar una posición justa el autor analiza la realidad comunicativa del continente hacia finales del siglo XX. Los trabajos de Roberto Jordán y Hernando Bernal señalan que se ha desnaturalizado el concepto y contenido del desarrollo rural.

Ignacio Basombrío y Alejandro Alfonzo se refieren al rol de la comunicación en la planificación del desarrollo económico y social. Luis Atucha y Roger Guerra enfocan a la Comunicación y Población desde dos ángulos: la expansión demográfica y la planificación familiar. Juan Díaz Bordenave plantea un proyecto pedagógico comunicacional bajo la óptica de los sistemas educativos. Héctor Schmucler analiza la función de la comunicación en la preservación de las identidades culturales. Antonio Pasquali incluye varias premisas vinculadas con el desequilibrio de las comunicaciones en el campo cultural.

La obra cierra con los aportes sobre Comunicación, Ciencia y Nuevas Tecnologías escritos por Peter Schenkel y Carlos Romero.

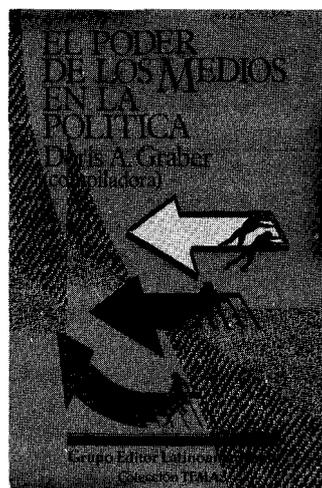
Este libro busca salirse de lo meramente teórico y discursivo, y formula pasos concretos que reactualizan los debates sobre las políticas nacionales de comunicación. Hacia ese horizonte apunta el contenido esencial de esta publicación.

Wilman Iván Sánchez

### El poder de los medios en la política

Doris A. Graber (Compilador)

Grupo Editor Latinoamericano - Colección Temas. Buenos Aires. 1986. 417 pp.



Este libro incluye una compilación de diversos ensayos sobre el rol de los medios de comunicación en la política norteamericana y su influencia a nivel nacional. Está orientado a los estudiosos de la opinión pública, política, sociedad y, en general, para quienes tienen interés en analizar el poder de los medios y su ingerencia en la política de un país. Si bien el estudio se centra en los medios de EE.UU., puede aplicarse a cualquier país capitalista en donde los medios juegan papeles similares.

Los temas están distribuidos en seis secciones. La primera sección analiza los efectos de los medios masivos norteamericanos desde una perspectiva histórica. "Estos, como todas las instituciones sociales, son producto de su ambiente", aseguran sus autores. Las técnicas de investigación y las metodologías cien-

tíficas utilizadas para medir estos efectos están desarrolladas por Joseph Klapper, Dennis McQualil y Shanto Iyengar, entre otros.

En la segunda sección, los temas se centran en las funciones que cumplen los medios al informar al público, y en las élites políticas para formar opiniones y tomar decisiones políticas. "Lo que los norteamericanos saben de los acontecimientos políticos corrientes procede principalmente de sus medios informativos", se asevera en esta parte del libro. Los programas de entretenimiento, los informativos, el pensamiento del público y su relación con la política, son parte de este análisis.

En la tercera sección, se enfoca la influencia de los medios masivos en los resultados electorales. Estos aportes son fundamentales para entender cómo se utilizaron los medios en las últimas campañas políticas estadounidenses, y las imágenes que se crearon de los candidatos.

La cuarta sección, analiza la presidencia de la república, el congreso y sus miembros como actores políticos, y cómo la cobertura informativa de los medios afecta a personajes e instituciones. En la sección quinta, se encuentran apuntes sobre las políticas públicas y su impacto en el terreno de lo social.

La sección sexta, aporta significativamente al conocimiento del tema central: esto es, el control de los efectos de los medios. La manipulación de la noticia, flujo de información, la concentración y el control del mercado, son analizados por John C. Merrill, Herbert I. Schiller y Ben Bagdikian.

Lucía Lemos

# LIBROS

## Espacios de silencio

*Víctor Manuel Bernal y  
Eduardo Torreblanca,  
Coordinadores*

Editorial "Nuestro Tiempo".  
México. 1988. 216 pp.



La obra se centra en el análisis crítico de la televisión estatal mexicana. Se profundiza en el análisis de los "sistemas nacionales" y de los "subsistemas regionales de televisión".

El libro está compuesto por varios ensayos y autores: Luis Carrión, hace un análisis de la programación de "Un día en la Televisión Mexicana"; Javier Esteinou, plantea el tema "Televisión y Desarrollo Nacional", y ofrece pistas y alternativas para que este medio pueda convertirse en un instrumento de apoyo al desarrollo del país; Raúl Trejo, escribe sobre el tema "Qué Televisión", y propone

diez medidas para una televisión mexicana diferente, no gubernamental. Eduardo Torreblanca, escribe el artículo "Espacio de Silencio", analiza la programación informativa de la televisión estatal. Sabás Huasca, bajo el título "Los Trabajadores, sus Líderes y la TV", examina el tratamiento de la información obrera en la televisión oficial; Arturo González Esquivel, en su ensayo "Apuntes para una Televisión Indígena", señala la necesidad de implementar una TV para los indígenas, que transmita sus valores culturales y que sirva como un espacio de expresión de estos grupos ante el Estado y la sociedad.

"Avatares de la Televisión Regional, la Mejor Opción", por Jorge Muñoz E.; "Crecimiento y Organización de la TV Regional", por Héctor Parker Vásquez; "Lucha por la Autonomía de la TV Regional", por Virgilio Caballero; "Los Días Finales de la Primera Epoca de la TV Mexiquense", por Ciro Gómez Leyva; "Sambay, Experiencia de la TV Regional", por Jorge Marín Zurita, y "TV y Articulación en México" por Víctor Bernal Sahagún, completan esta publicación.

María del Carmen Cevallos

## Para una lectura crítica

*Ismar de Oliveira Soares*

Ediciones Paulinas. Sao Paulo. 1988. 102 pp.



Superando el plano de la teorización inicial, el libro de Ismar de Oliveira, incluye valiosa información sobre este novedoso proceso de concientización. Está integrado por un primer capítulo que incluye el marco referencial de ciertos conceptos o criterios necesarios para la realización de un trabajo de esta naturaleza. Parte de la educación del receptor, para establecer los pasos concretos para diseñar un proyecto

de lectura crítica. Luego se especifican los mensajes y formatos que deben ser analizados en relación con los resultados que se espera conseguir. Además, se describe la forma y realización de un proceso de lectura crítica.

El segundo capítulo incluye un análisis del concepto de opinión pública desde el punto de vista del consumidor. Se recurre a "definiciones" emitidas por clientes que han participado de una rápida investigación. Con este antecedente, el capítulo III trata sobre las agencias de publicidad en el Brasil, describe sus trabajos y la terminología y conceptos más utilizados.

Los capítulos IV, V y VI analizan lo referente a la credibilidad del proceso publicitario y a las motivaciones que lo inspiran en los niveles psico-biológico, psico-social y psico-racional. Se agregan actividades prácticas para conocer cómo se hace un anuncio, qué pasos deben darse, qué recursos deben utilizarse y qué objetivos se pretenden conseguir. El libro propone un ejercicio práctico de lectura crítica. Todos los capítulos tienen sus propios ejemplos y cuentan con anexos, aplicables a los temas más relevantes.

Andrés León

# Chasqui

REVISTA LATINOAMERICANA DE COMUNICACION

CIESPAL ● Apartado 584 ● Quito-Ecuador

Envíe suscripción a partir del No. \_\_\_\_\_ por 1 años  por 2 años  Envíe primero factura

Envíe ejemplares sueltos Nos \_\_\_\_\_ Envíeme más información

Nombre \_\_\_\_\_

(Name) \_\_\_\_\_

Institución \_\_\_\_\_

(Institución) \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_

(Address) \_\_\_\_\_

Ciudad/Estado \_\_\_\_\_

(City/State) \_\_\_\_\_

País \_\_\_\_\_

(Country) \_\_\_\_\_

Código Postal \_\_\_\_\_

(Postal Code) \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

(Date) \_\_\_\_\_

TARIFAS DE SUSCRIPCIÓN

	U.S.A. Europa y Asia
4 números por año	US\$29
1 año (1 year)	US\$14
2 años (2 years)	US\$24
3 años (3 years)	US\$34
	US\$72

**"UNA DEMOCRACIA SANA, PARTICIPATIVA Y FUERTE, NO SE PUEDE  
CONCEBIR SIN UNA PRENSA LIBRE, ABIERTA, CRITICA Y RESPONSABLE"**

**(Enriqueta Cabrera-México)**

