

# EL ROL DE LA COMUNICACION EN LA SOCIEDAD

**Planteamientos generales para establecer un marco conceptual entre sociedad, comunicación y formación**

**Por: MARCO ORDOÑEZ ANDRADE**  
**Director del Departamento Técnico de CIESPAL**

*Dentro de esta apasionante temática, se hacen planteamientos generales para establecer un marco conceptual entre sociedad, comunicación y formación, analizando con este contexto problemas tan vitales para el futuro de las ciencias de la comunicación en América Latina como la incomunicación; los medios de información y su posición en la sociedad; comunicación y dependencia; formación profesional y nuevas tendencias, etc. El análisis se lo efectúa con la proyección de las tareas que deben asumir las facultades o escuelas de ciencias de la comunicación en la sociedad, destacando la evidente necesidad de que se estudien los problemas de la comunicación y se los racionalice, estableciéndose el siguiente cuadro de prioridades: investigación de la comu-*

*nicación en la sociedad; formación, mediante la comunicación y la producción de materiales culturales destinados a los diversos sectores de la sociedad.*

*Estos objetivos, convertidos en proyectos, deben ser en el futuro las tareas que ocupen a las facultades de ciencias de la comunicación, para que su labor sea compatible con las nuevas demandas de la sociedad.*

*Con estos fines y objetivos, en una segunda parte de este trabajo, consta una propuesta para el establecimiento del curriculum de estudios en una verdadera Facultad de Ciencias de la Comunicación.*

*Como complemento a lo expuesto se señalan las pautas para la organización administrativa y académica de una Facultad de Ciencias de la Comunicación.*

## PRIMERA PARTE

### EL ROL DE LA COMUNICACION EN LA SOCIEDAD

#### LA INCOMUNICACION

Los sistemas de comunicación en lo que se refiere a la tecnología para la difusión de los mensajes han alcanzado los más altos niveles de desarrollo, pero, infortunadamente, hasta ahora no actúan sino parcialmente en la sociedad, por limitaciones físicas, económicas y, en general, estructurales que se tornan mucho más dramáticas y evidentes en los países víctimas del atraso y del subdesarrollo. En esos países uno de los problemas mayores es el de la incomunicación: una falta de fluidez en las traslaciones culturales que se generan en cada uno de los diversos grupos; una gran impermeabilidad de los estratos sociales para receptar las manifestaciones culturales de los otros sectores. Una intención de imponer patrones y moldes culturales e inclusive un afán de grupos de presión elitarios por trasladar normas y valores, formas de comportamiento que fortalecen los sistemas de dominación.

Se debe considerar el hecho patético de que en América del Sur, por ejemplo, cerca del 80 por ciento de 250 millones de habitantes nunca ha visto un diario. Por añadidura, no todos los medios de comunicación están llegando a las masas latinoamericanas con mensajes de valor esencial. Estudios efectuados por el IICA en 1963, por ejemplo, demostraron que el 90 por ciento de los campesinos que vive a corta distancia de Recife, no sabía que el principal producto de exportación del Brasil era el café y para el 80 por ciento la palabra “democracia” no tenía ningún significado. El 51 por ciento de habitantes de un sector rural vecino a Medellín, que tenía un 85% de alfabetizados, según otra investigación efectuada por el propio IICA, jamás había visto un diario. Sin abordar el dramatismo de la situación de incomunicación en la que viven los indios de las zonas de refugio del Ecuador, del Perú o Bolivia.

La mayoría de habitantes de la zona rural y las concentraciones de población del sector urbano están prácticamente marginadas de los procesos de desarrollo y cambio de la sociedad. Esos grupos humanos marginados permanecen incomunicados con el mundo externo

y guardan sólo precarios sistemas de comunicación interna. Tal situación de incomunicación, es, previsiblemente, la que coadyuva a que permanezcan en un estado de inmersión que limita su capacidad de participación en las decisiones, disminuye en grado extremo sus posibilidades de educación, la adopción de innovaciones indispensables para el incremento de la productividad y para que puedan alcanzar una vida plena, salud y bienestar.

Cuando los grupos sociales carecen de sistemas adecuados de comunicación se limita también la posibilidad de cohesión social de los propios grupos marginados y, desde luego, se impide la integración de esos sectores a la sociedad nacional. Por otra parte, la falta de comunicación robustece los sistemas de dependencia externa y fortalece la dependencia interna, con todas sus secuelas de distorsión de la economía, la política y la cultura. En otras palabras, sin la participación de esos sectores de la población ni siquiera es posible ejecutar, con un grado razonable de eficacia, programas de alfabetización, de vivienda, de promoción social, de salud, o la aplicación de simples innovaciones en el campo de la agricultura.

El aparecimiento del transistor se creyó resolvería los problemas de la incomunicación en la sociedad. Pero las investigaciones posteriores, especialmente las que está efectuando CIESPAL en la región, demuestran que la radiodifusión no es sino potencialmente un instrumento de comunicación ya que en la actualidad dedica la mayor parte de su tiempo solamente a labores de entretenimiento.

## **LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y SU POSICION EN LA SOCIEDAD**

En general se puede presuponer que la radio, la prensa y la televisión están emitiendo mensajes para un público que se desenvuelve y opera bajo un contexto cultural y social determinados, pero tales mensajes elaborados bajo esos patrones pueden resultar ajenos a las necesidades y demandas de la sociedad, cuyos diversos sectores tienen otros marcos de referencia y otras experiencias. Los mensajes, por lo tanto, pueden ser ininteligibles para esos grupos humanos que lo único que hacen es utilizar los nuevos instrumentos técnicos —si los usan— en tareas de entretenimiento. Es presumible también que las empresas industriales de la comunicación no tengan, en las actuales

circunstancias, ninguna posibilidad de atender a las necesidades de información de amplios sectores de la población. Por su naturaleza, por la interrelación institucional en la que operan, los medios de comunicación colectiva están condicionados, principalmente, a sus necesidades de rentabilidad y competencia. Desde otro punto de vista, es admisible que dediquen sus esfuerzos a robustecer y auspiciar sistemas políticos o económicos o simplemente a incluir, compulsivamente, el incremento de los consumos. En tal caso, su acción será totalmente ajena a las necesidades de información de los grupos marginados.

Los medios de comunicación colectiva son empresas organizadas que utilizan técnicas altamente desarrolladas para difundir los mensajes que dirigen a la colectividad. Para tener una idea cabal del contexto en el que operan se deben considerar la influencia de las fuerzas sociales, políticas y culturales en el desarrollo histórico de los medios de comunicación y también las demandas, valores, aspiraciones e intereses vitales de la sociedad en la cual funcionan los medios. Si se mira a los diarios, a la radiodifusión y a la televisión desde un punto de vista institucional operando dentro de un sistema, como un complejo de valores y de formas de conducta destinados a satisfacer alguna necesidad social, se comprende también la naturaleza del problema. Una posición crítica sobre el periodismo actual y sus modalidades puede tener justificación solamente si está orientada a la búsqueda de la condición estructural de los problemas, no a incidencias o circunstancias eventuales. Las empresas de comunicación colectiva están condicionadas por el sistema social, político y económico en el que se desenvuelven; no pueden romper el sistema o evadirlo, porque son parte consustancial de él.

Theodore Paterson, en un estudio titulado ¿Por qué los medios de comunicación son así?, sostiene en referencia al punto lo siguiente: "Lo que uno ve desde una perspectiva institucional, es que los medios de comunicación no son realmente autónomos, sino que son adjuntos de otros órdenes. Observando retrospectivamente la historia, se ve como varias instituciones dominantes, inconscientemente o por designio consciente, han usado los medios para conservar y fortalecer su poder. Así fue como la Iglesia usó la imprenta para reforzar y extender su influencia; así fue como la corona tuvo en esclavitud a la prensa de Inglaterra; así es actualmente en la Rusia Soviética, donde los medios de comunicación con el público son una parte adjunta del or-

den político o en los Estados Unidos y el mundo capitalista, donde lo son del orden industrial”.

No es conveniente olvidar que los medios de comunicación actualmente empezaron su desarrollo sobre las teorías clásicas del liberalismo y que alcanzaron su auge porque fueron uno de los frutos más destacados de la revolución industrial. Así nos lo prueba el hecho de que los grandes rotativos, pudieron ser tales solamente cuando empezó la producción en serie a racionalizar sus sistemas.

Por lo tanto no debe parecernos extraño que los medios de comunicación colectiva sean una parte adjunta al orden industrial. Los periódicos, las radiodifusoras y luego la televisión se han convertido en empresas cada vez más importantes o en grandes complejos cuyas características son similares a las de las demás industrias y exigen por lo tanto inversión, alta tecnología y elevadísimos costos de producción. Lo que significa en otras palabras que debe existir una organización empresarial que pueda solventar el financiamiento y la operación, lo que a su vez provoca la dependencia con los mecanismos financieros y de publicidad.

Las situaciones políticas y sociales han variado. Vivimos en un mundo diverso. La sociedad se modifica sustancialmente y los viejos modelos del periodismo y la comunicación ya no encajan con las nuevas circunstancias.

## **COMUNICACION Y DEPENDENCIA**

En la mayoría de países de la región, la dependencia de los centros metropolitanos o países industrializados, en materia de comunicación, es enorme. Un alto porcentaje de la programación de televisión está conformada por los llamados “enlatados” que provienen, fundamentalmente, de Estados Unidos o Inglaterra o de países de la propia región latinoamericana que operan bajo las mismas condiciones y patrones, pero con una producción que, generalmente, es de inferior calidad técnica. La situación ha llegado a tal extremo que en 1969, según cifras publicadas por el Departamento de Comercio de Estados Unidos, las exportaciones de películas, series, largo metrajes, publicidad, etc. destinadas a la televisión latinoamericana, alcanzaron a la cifra de 79 millones de dólares, aproximadamente. El impacto cul-

tural, económico y social que provoca el uso de esos “enlatados” es gravísimo. Causa incluso distorsiones en la economía, ya que tiende a convertir a las sociedades subdesarrolladas en pseudo sociedades de consumo con implicaciones en la orientación de la industrialización de nuestros respectivos países.

La publicidad científicamente diseñada opera como un factor compulsivo para inducir a los televidentes al consumo de determinados productos suntuarios, elaborados por los centros metropolitanos o por los fabricantes locales que representan los mismos intereses. Mientras tanto sanas medidas económicas que deberían aplicarse en nuestros países tendrían que procurar la eliminación de los consumos suntuarios.

Los daños culturales son graves. Por la influencia especialmente de la radio y la televisión, se está transfiriendo a nuestras sociedades valores y sistemas que son ajenos a nuestra propia idiosincrasia y a las necesidades reales de la sociedad. La creación de mitos y falsos héroes, el excesivo énfasis en la programación de entretenimiento; la apología del delito; la violencia; han convertido especialmente a la televisión, en instrumento de desorientación y alienación.

Los programas culturales no se incluyen sino por excepción y aún en esos casos, por la falta de profesionalización y de experiencia, se los convierte en aburridas presentaciones de tipo convencional.

## **INVESTIGACION DE LA COMUNICACION EN LA SOCIEDAD**

Uno de los problemas principales de América Latina es la falta de investigación. Pero si esa falta de investigaciones científicas y tecnológicas se han convertido en uno de los factores limitantes más notables para el desarrollo, la falta de investigación de los problemas sociales, incluyendo entre ellos el de la comunicación en la sociedad, impide todo proceso racionalizado de acción y de trabajo. Induce a la elaboración de proyectos y programas ajenos a la realidad nacional o regional.

Por ejemplo, los organismos internacionales están llegando a la conclusión de que las prácticas de extensión agrícola no logran difundir innovaciones para incrementar la productividad por área de

cultivo. Programas de vivienda fracasan porque la población no se adapta a las nuevas circunstancias y no dispone de la suficiente información para afrontar los nuevos problemas. Un gran número de programas de desarrollo económico y promoción social no pueden ejecutarse porque los contenidos de los mensajes emitidos por grupos institucionalizados no pueden ser comprendidos o no interesan a los grupos sociales para los cuales se quieren hacer las innovaciones.

En definitiva, todos esos problemas que se han tomado como ejemplos, parece que tienen como falla común, la falta de un sistema de comunicación eficaz o de elaboraciones de mensajes con contenidos apropiados para los marcos de referencia que tienen los posibles usuarios. Cabe entonces la posibilidad de que se mejoren sustancialmente programas de desarrollo y cambio social, si los proyectos van aparejados a sistemas eficaces de comunicación, que no pueden ser identificados sino mediante la investigación sistemática de la comunicación en la sociedad.

Para el caso concreto de las universidades, es indudable que la investigación de la comunicación en la sociedad, del proceso de la comunicación y sus efectos, guiará la acción del Departamento o Facultad respectiva, determinará los contenidos en las materias que se incluyen en el curriculum; la clase de profesional que tiene que preparar la Universidad; señalará el lenguaje y los contenidos que se deben utilizar para que la comunicación sea eficaz. Igualmente, la investigación permitirá que se descubran e identifiquen los canales más adecuados para que la comunicación llegue a los diferentes grupos sociales.

En septiembre de este mismo año y gracias a la cooperación de CEDAL y la Fundación Friedrich Ebert se efectuó un Seminario en que CIESPAL, las escuelas y los investigadores de la región programaron acciones conjuntas en materia de investigación, pero a nivel regional.

Los problemas de la comunicación en una sola vía que tantos disturbios causa en la sociedad podrían ser investigados por las universidades.

El público disperso recibe los mensajes y en muy pocas oportunidades puede emitir una comunicación de retorno que permita al comunicador —el medio de comunicación colectiva en este caso— un

reajuste de sus mensajes, una modificación de la información, una reorientación hacia aquellos campos que los grupos sociales necesitan que sean cubiertos para atender a sus demandas culturales o por lo menos a que mejoren los niveles de comprensión de los contenidos para que los mensajes puedan ser captados y entendidos.

El asunto tiene gran importancia porque los medios están emitiendo continuamente mensajes, sin conocer cuál es la reacción o respuesta del público al que van dirigidos. Hay maneras indirectas de medir esa comunicación de retorno, mediante las evaluaciones de sintonía, o por el flujo de cartas a la redacción de un diario, pero son excepcionales los medios que disponen de servicios de investigación para hacer evaluaciones científicas del problema. En todo caso no hay una acción institucionalizada de comunicación de retorno, lo que provoca conflictos sociales, ya que, por la naturaleza del sistema en vigencia, los canales de comunicación abiertos en una sola vía, impiden un balance de opiniones, un ajuste de los medios hacia los objetivos sociales, que ocurriría si la sociedad dispusiera de mecanismos para provocar una comunicación de retorno eficaz, que oriente debidamente a los medios de información colectiva.

La Universidad cumplirá un papel de gran valor si sus escuelas de comunicación tuvieran la capacidad de hacer esa investigación sistemática que sirve de orientación a los medios y al propio estado.

## **EL HOMBRE Y LA COMUNICACION**

Finalmente, hay que considerar que el hombre actúa como sabe y por lo que sabe. Sus posiciones ante la vida, están altamente condicionadas por la formación y por la información de que dispone. De allí la importancia trascendente que tienen todos los procesos de comunicación en la sociedad, en la cohesión de los diversos grupos humanos, en su participación e integración a la cultura nacional.

## **VINCULACION DE LA UNIVERSIDAD CON LA SOCIEDAD MEDIANTE LA COMUNICACION**

Con respecto a este punto cabe anotar que grupos de presión, de decisión o de poder que son los que generalmente poseen los medios de comunicación colectiva, pueden emitir sistemáticamente men-

sajes a la sociedad. Pero los mensajes de esos grupos no son necesariamente los de mayor valor intelectual o cultural, ya que por lo general tienen más vinculación con las estructuras económicas que con las de la cultura y educación. Pero sin ser los grupos más apropiados para hacer traslaciones culturales o recoger las manifestaciones culturales de la sociedad, lo hacen. Mientras tanto la universidad que por su propia naturaleza es la institución de la más alta cultura en la sociedad, carece de vehículos apropiados para llegar con mensajes hasta los diversos grupos sociales. Es indudable la enorme riqueza de contenidos culturales de que dispone la universidad, en todas las áreas del conocimiento humano y en todos los sectores que interesan a la sociedad, pero no puede difundir sus mensajes sistemáticamente porque carece de los instrumentos adecuados para ello.

Es menester que la Universidad multiplique sus canales de comunicación con la sociedad, en las dos vías: emitiendo mensajes sistemáticos, ya sea directamente o a través de la actual estructura de comunicación en la sociedad, perfectamente permeables, a los proyectos de difusión cultural de la Universidad y receptando mensajes, auscultando, mediante la investigación, todos los problemas de opinión pública, todas las demandas culturales de la sociedad, para reorientar sus propios mensajes y actividades.

Las Escuelas o Facultades de Ciencias de la Comunicación podrían encargarse de los dos temas. Por una parte, produciendo materiales de alto contenido cultural y, por otra parte, investigando la realidad nacional, y específicamente la del área de su acción.

Por otra parte, y desde un diferente enfoque, la Universidad mediante la operación de sus escuelas de comunicación, puede multiplicar sus acciones de extensión universitaria y puede vincular a la población de la región, a la sociedad, mucho más íntimamente con la Universidad, mediante acciones de respaldo en proyectos específicos de desarrollo económico, social y cultural.

Los estudiantes pueden efectuar como prácticas de las materias técnico profesionales trabajos de investigación, proyectos de divulgación, de difusión de innovaciones. Por ejemplo, en el caso de prácticas de talleres gráficos y edición de periódicos, se puede diseñar un proyecto de modo tal que los estudiantes de la escuela de periodismo tomen a su cargo la edición de pequeños periódicos murales, destina-

dos a mercados, escuelas y colegios, establecimientos del más diverso orden o a pequeños poblados, cuyos moradores podrían beneficiarse del sistema, a la vez que los estudiantes de comunicación tomarían contacto con los sectores populares y con sus problemas específicos. Las prácticas bien combinadas, por lo tanto, pueden ofrecer resultados múltiples, incluidos entre ellos, no solamente la preparación profesional, sino otros objetivos más trascendentes, como la difusión cultural que puede hacer la universidad en la población.

## **LA FORMACION PROFESIONAL Y LAS NUEVAS TENDENCIAS**

Desde otro punto de vista, y considerando la tendencia histórica que han observado las escuelas de periodismo en los países de la región y para marcar características generalizadas entre esos centros de enseñanza de nivel universitario, vale la pena anotar varios hechos y que se deben considerar en el futuro para la operación de centros de formación profesional en la región.

Por lo general había énfasis excesivo en las materias de carácter humanístico con desmedro de materias dedicadas a la preparación en técnicas profesionales y de los referentes a fenomenología de la sociedad.

Se pretendía formar profesionales para los medios de comunicación colectiva pero más específicamente para los periódicos. Esa tendencia se advierte claramente en el curriculum de las escuelas. En los planes de estudios no se incluían teoría de la comunicación, sociología o psicología de la comunicación. Hasta 1964 no incluían tampoco materias relativas a la investigación de los procesos y efectos de la comunicación. Las técnicas y prácticas profesionales se circunscribían a periodismo informativo y de opinión y por excepción se llegaba hasta las técnicas de la entrevista y el reportaje. Aún ahora, solamente un número reducido de las 114 escuelas que operan en América Latina, procura extender sus campos de trabajo a la difusión de técnicas para la utilización de la radio y la televisión.

Hay una falta notable de integración entre los tres sectores que interesan en la comunicación: la universidad, los medios y la profesión. Un diálogo permanente habría permitido una mejor orientación, pero ese diálogo entre las universidades y las empresas periodísticas, en términos generales y haciendo abstracción de las pocas excepciones

que se pueden señalar, se ha hecho cada vez más difícil. lo que después de todo no resulta muy extraño, porque buena parte de los desempates entre la enseñanza y el ejercicio profesional, tiene su origen en los problemas estructurales de la comunicación. En la mayoría de países latinoamericanos hay indudable conflicto entre la universidad y los grupos que detentan al poder político, que muchas veces están íntimamente vinculados también a los sectores propietarios de los medios de comunicación colectiva.

Mirando el problema desde otro ángulo, la universidad plantea, en definitiva, el “deber” ser y por lo mismo la evolución, la revolución o el cambio social en cualquiera de sus formas; mientras que los otros sectores los de decisión y de poder son el sistema y obviamente defienden por lo general, el statu quo. Los egresados de las escuelas, aunque con formación excesivamente teórica, plantean el deber ser de la comunicación, mientras que los medios, en lo que se refiere a los contenidos de los mensajes emitidos y a la orientación de su acción, en general, se mantienen muy apegados al tradicionalismo.

Por las nuevas circunstancias parece pertinente que se dejen de lado los viejos moldes de enseñanza de periodismo, con una apertura más real hacia los problemas generales de la comunicación, de tal modo que se formen profesionales que puedan tomar a su cargo las nuevas tareas que demanda la sociedad a la comunicación.

En todo caso, la función de las escuelas de ciencias de la comunicación en América Latina tiene que ir mucho más allá de la formación insuficiente de profesionales que cubran las plazas de los periodistas que por retiro o muerte han dejado la profesión. Sería una tarea poco profunda y excesivamente cara. Los comunicadores sociales tienen que buscar los sistemas y canales más adecuados para difundir mensajes vinculados con las necesidades vitales de la población. Parece que no hay que mirar solamente a los grandes medios industrializados de la comunicación, sino también, buscar otras alternativas con las que se puedan suplir las demandas actuales.

## **EL MERCADO OCUPACIONAL**

El mercado ocupacional para los egresados de las escuelas de periodismo fue siempre insuficiente: primero porque el número de

egresados fue siempre mucho mayor que el número de plazas disponibles; en segundo lugar, porque los medios de comunicación colectiva no estaban satisfechos por la formación insuficiente y excesivamente teórica de los egresados; pero tal posición resultaba sofisticada, ya que de todos modos estaban empleando a otras personas que no tenían formación

Una nueva apertura hacia las ciencias de la comunicación, permitiría la más adecuada formación de los profesionales, por una parte y, por otra, ampliaría notablemente las posibilidades de empleo de los egresados de las escuelas que podrían encontrar ubicación en empresas periodísticas, en centros de investigación de mercadeo, la opinión pública, de procesos y efectos de la comunicación, en general; en oficinas de relaciones públicas y en un sinnúmero de entidades oficiales y privadas que necesitan de tareas de comunicación para su operación.

Pero las aspiraciones de las escuelas pueden ser aún más ambiciosas si capacitan a los profesionales para que puedan trabajar directamente en programas de promoción social y proyectos específicos de desarrollo y cambio que no podrán ejecutarse sino en la medida en la que cuenten con el respaldo de sistemas de comunicación para integrar a la población a esas tareas.

El objeto que perseguían las escuelas de periodismo, se circunscribía a la formación de periodistas, considerados como tales quienes elaboran mensajes — noticias y comentarios — para distribuirlos al público mediante sistemas institucionalizados de comunicación colectiva. El énfasis principal se puso, por añadidura, en la preparación de profesionales para la prensa escrita. La sola consideración de que los medios de comunicación se han convertido en instrumentos de información, de educación, de entretenimiento y de creación de marcos de comportamiento individual y social, induce a suponer que es menester formar personal que pueda ocuparse de todas las tareas inherentes a la comunicación social y no solamente al periodismo, en el sentido meramente informativo.

En América Latina el porcentaje de espacios concedidos por la televisión a informaciones y comentarios en relación a la programación total, es sumamente bajo. En la radiodifusión es aún menor. El resto de tiempo de que disponen esos medios está manejado por per-

sonas que no pueden recibir información universitaria porque los centros de educación superior, naturalmente con excepciones, han circunscrito sus tareas docentes exclusivamente al periodismo.

## **PLANIFICACION DE LA COMUNICACION**

Como un antecedente de trascendental importancia se puede señalar también que las organizaciones internacionales, principalmente la UNESCO, están orientando sus acciones en materia de comunicación, a la preparación de personal para dos tareas específicas, la primera de ellas sería la planificación del uso de la comunicación y su incorporación a la planificación nacional de cada uno de los países.

En otras palabras, se ha llegado a convenir en la necesidad de planificar la comunicación, en los mismos términos y condiciones que se planifican otros sectores tales como la industrialización, o las infraestructuras físicas. Y, en segundo lugar, la preparación de personal con capacitación suficiente para encargarse de la producción de materiales, de contenidos, que puedan ser utilizados en programas de educación, tales como teleducación. Las técnicas educativas deben desarrollarse necesariamente en ese sentido, ya que será imposible solucionar los problemas de educación con las técnicas tradicionales. El uso de los medios de comunicación para tareas de educación tiene que afrontarse en el futuro inmediato y será menester contar con personal capacitado para que pueda asumir esa tarea en la sociedad.

## **COROLARIO**

La sociedad, por lo tanto, espera de la comunicación tareas mucho más trascendentes que las que, al parecer, le había asignado en el pasado. La población, en todos los niveles y en todos los sectores debe estar perfectamente informada sobre los hechos administrativos, políticos, culturales, económicos, para que pueda participar con un sentido crítico en las decisiones de la sociedad; la comunicación debe ser rica en contenidos, de modo tal que tanto los medios de comunicación colectiva, actuales, como otros sistemas de comunicación paralelos, contribuyan a formar al hombre, haciendo aquellas traslaciones culturales que los grupos sociales demandan y no confundiendo el proceso de la cultura, con actitudes paternalistas de grupos dadores de cultura y grupos receptores de cultura. La comunicación es el único sistema de educación permanente y popular y por lo mismo la so-

ciudad demanda a la universidad la preparación de profesionales idóneos con capacidad para producir programas por la radio y la televisión, para publicar periódicos y revistas que contribuyan a los procesos de educación tradicionales y abran un nuevo campo de educación extraescolar, más trascendente en contenidos y más profundo en el análisis.

La comunicación debe crear nuevos medios, sistemas y canales para llegar a todos los sectores de la población con mensajes pertinentes, concebido en lenguaje apropiado, para los públicos adecuados y en los momentos oportunos. Entre tales canales deben incluirse aquellos especializados para grupos específicos de niveles sociales diversos; métodos de comunicación de naturaleza artesanal, para que aún en los lugares más remotos, haya un flujo constante de comunicación de la comunidad con el mundo externo y dentro de la propia comunidad.

La Universidad debe orientar la formación de los profesionales para que puedan atender todas esas demandas que hace la sociedad a la comunicación y que son imperativas, porque si no las satisface la universidad, no habrá la posibilidad de ejecutar programas de desarrollo integral y cambio social y se agudizarán el marginamiento y la dependencia.

## **OBJETIVOS**

Resumiendo en un conjunto de objetivos a las tareas que deben asumir las facultades o escuelas de ciencias de la comunicación en la sociedad y frente a la evidente necesidad de que se estudien los problemas de la comunicación y se los racionalice, se podría establecer el siguiente cuadro de prioridades:

- I.— Investigación de la comunicación en la sociedad.
- II.— Formación Profesional.
- III.— Vinculación de la universidad con la sociedad, mediante la comunicación.
- IV.— Producción de materiales culturales destinados a los diversos sectores de la sociedad.

Desde luego, ese orden de prioridades variará de acuerdo con las necesidades de la sociedad y los problemas específicos de la uni-

versidad, pero básicamente esos objetivos, convertidos en proyectos, deben ser en el futuro las tareas que ocupen a las escuelas o facultades de comunicación, para que su labor sea compatible con las nuevas demandas de la sociedad.

## **SEGUNDA PARTE**

### **EL CURRÍCULUM**

De acuerdo con el nuevo enfoque que se pretende dar a la formación de profesionales en ciencias de la comunicación, CIESPAL ha elaborado un currículum tentativo, que tiene la flexibilidad suficiente y es lo más general posible como para que cada una de las Escuelas o Facultades pueda modificarlo hasta adaptarlo a sus necesidades y circunstancias.

Tomando en consideración todos los factores relativos a las nuevas concepciones sobre la comunicación y la sociedad, a la preparación más diversificada que deben tener los profesionales, se establecieron cuatro zonas o áreas de trabajo de la siguiente manera:

<b>AREA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Ciencias de la Comunicación	20%
Prácticas y Técnicas Profesionales	40%
Formación Humanística	20%
Plan Variable	20%

#### **AREA PRIMERA: CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

La primera de las áreas comprende las ciencias de la comunicación y aquellas materias que sirven para establecer un puente entre la comunicación y el desarrollo. Uno de los aspectos más importantes de esta área es el relativo a la investigación. Las materias que se incluyen son:

- Teoría de la Comunicación
- Proceso y Efectos de la Comunicación
- Semántica, Semiología, Fundamentos de la Lingüística Estructural
- Psicología de la Comunicación
- Sociología de la Comunicación
- Antropología de la Comunicación
- Investigación de la Comunicación
- Relaciones Públicas
- Difusión de Innovaciones
- Opinión Pública
- Comunicación y Desarrollo

Para sistematizar el agrupamiento de materias en esta área y considerando que cada uno de los títulos señalados no implica necesariamente profesores separados o semestres o años completos, se propone una distribución por categorías generales como queda indicado en el siguiente cuadro:

#### **AREA PRIMERA (20%)**

<p><b>I. TEORIA DE LA COMUNICACION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Proceso y Efectos de la Comunicación</li> <li>— Semántica</li> <li>— Semiología</li> <li>— Lingüística.</li> </ul> <p><b>III. PSICOLOGIA Y SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Sociología</li> <li>— Psicología Aplicada</li> <li>— Dinámica de Grupos</li> <li>— Etc.</li> </ul>	<p><b>II. INVESTIGACION DE LA COMUNICACION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Teoría del Conocimiento</li> <li>— Teoría de la Investigación</li> <li>— Metodología de Campo</li> <li>— Metodología de Laboratorio</li> <li>— Investigación y Experimentación.</li> </ul> <p><b>IV. COMUNICACION Y DESARROLLO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Difusión de Innovaciones</li> <li>— Extensión Agrícola</li> <li>— Otras Innovaciones</li> <li>— Planificación de la Comunicación.</li> </ul>
--	--

## **AREA SEGUNDA: TECNICAS Y PRACTICAS PROFESIONALES**

En la segunda de las áreas están incluidas las técnicas y las prácticas profesionales, tanto del periodismo como las de la comunicación por otros canales o sistemas. Conocimiento, uso y manejo de equipos de producción y de toda clase de materiales, tales como periódicos murales, periódicos especializados, publicidad por todos los medios, producción de televisión, de radio y en etapas posteriores de cine.

A esa área se asignó una carga horaria equivalente al 40% del total de las actividades, considerando, justamente, que la formación técnico profesional, el instrumental de trabajo profesional, se podrá adquirir en esta área, en la que además se ejecutarán los trabajos prácticos y se descubrirán las tendencias vocacionales de los estudiantes.

Por añadidura, como parte de las prácticas implicarán una acción de la universidad hacia la sociedad en la que opera, esta área puede convertirse en un centro vital no solamente de la escuela, sino de la universidad.

Los profesores que lo integren, deben planificar todo el programa académico y elaborar planes concretos y específicos, con calendarios rigurosos para las prácticas que efectuarán los estudiantes, con sus calendarios, dotación de implementos, abastecimiento de materiales y contratación de modelos, músicos, escenógrafos, iluminadores, sonidistas, talleres gráficos, fotograbado, etc.

El objetivo que se persigue con la operación de este Departamento es organizar la cátedra para las materias profesionales y darles un contenido eminentemente práctico. Por ejemplo, el profesor de la Televisión y sus Técnicas deberá enseñar todo lo relativo al funcionamiento y operación del medio, pero lo hará en acción conjunta y coordinada con el profesor de Producción para Televisión, de tal modo que las enseñanzas impartidas sean llevadas a la práctica inmediatamente. Esa operación implica un manejo adecuado de los laboratorios, de los horarios de clases y prácticas.

Esta área incluirá las siguientes materias:

- Periodismo Informativo
- Periodismo Interpretativo
- Periodismo de Opinión
- Publicidad
- La Imprenta y sus Técnicas
- Fotografía, Fotograbado y sus Técnicas
- Titulación, Diseño y Diagramación
- Publicidad por Medios Impresos
- La Radio y sus Técnicas
- Producción Radial
- La Televisión y sus Técnicas
- Producción para Televisión
- El Cine y sus Técnicas
- Producción Cinematográfica
- Edición, Manejo y Administración de Periódicos y otros Impresos
- Programación, Producción y Administración de Radio
- Programación, Producción y Administración de Televisión.

Como en el caso anterior, esta área puede agrupar sistemáticamente, para los propósitos de distribución de cargas horarias y de prácticas de laboratorio, las materias pertinentes del siguiente modo:

## AREA SEGUNDA (40%)

<p>I. PERIODISMO</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Informativo</li><li>— Interpretativo</li><li>— De Opinión</li><li>— Etc.</li></ul> <p>II. LA IMPRENTA Y SUS TECNICAS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Tipografía</li><li>— Composición</li><li>— Diagramación</li><li>— Impresión</li><li>— Fotografía</li><li>— Fotograbado</li><li>— Etc.</li></ul> <p>III. LA RADIO Y SUS TECNICAS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Libretos</li><li>— Guiones</li><li>— Producción</li></ul> <p>IV. LA TELEVISION Y SUS TECNICAS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Scripts</li><li>— Guiones</li><li>— Iluminación</li><li>— Producción</li><li>— Edición</li><li>— Etc.</li></ul>	<p>V. TECNICAS PARA OTROS SISTEMAS AUDIOVISUALES</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Filmación</li><li>— Paneles</li><li>— Etc.</li></ul> <p>VI. RELACIONES PUBLICAS</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Programación</li><li>— Planificación</li><li>— Etc.</li></ul> <p>VII. PUBLICIDAD</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Teoría</li><li>— Psicología Aplicada</li><li>— Técnicas Diversas</li><li>— Estudios de Mercado</li></ul> <p>VIII. MANEJO Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE COMUNICACION</p>
---	---

## AREA TERCERA: FORMACION HUMANISTICA

A esta área de formación general se le ha asignado un 20 por ciento del tiempo disponible, pero el análisis que se ponga en la ejecución de trabajos en este campo, dependerá básicamente de factores locales y de disponibilidades de la Universidad. Por ejemplo, si la preparación de bachilleres en los niveles de educación media es insuficiente, corresponderá a la Universidad completar la tarea de formación humanística para que los profesionales de la comunicación tengan la base cultural suficiente para desarrollar sus actividades.

Igualmente, otros departamentos o Facultades de la Universidad, servicios diversos, podrían tener las condiciones y la flexibilidad suficientes como para respaldar acciones específicas en el campo de la formación humanística, en cuyo caso las facilidades universitarias permitirán mayores o menores actividades en esta área.

Como en los casos anteriores, se citan a manera de ejemplo las materias que podrían estar incluidas en esta área:

- Sociología
- Antropología
- Ciencias Jurídicas
- Derecho Internacional
- Historia de la Cultura
- Crítica Literaria
- Organización del Estado y Derecho Constitucional
- Problemas Nacionales
- Problemas Latinoamericanos y Mundiales
- Organismos Internacionales.

Esas materias podrían agruparse así:

**AREA TERCERA (20%)**

<p><b>I. CIENCIAS SOCIALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Antropología</li><li>— Sociología</li><li>— Derecho</li><li>— Etc.</li></ul> <p><b>II. EXPRESION ESTETICA</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Crítica Literaria</li><li>— Historia de la Cultura</li><li>— Etc.</li></ul>	<p><b>III. PENSAMIENTO CONTEMPORANEO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Etica</li><li>— Filosofía. Teoría del Conocimiento</li></ul> <p><b>IV. MATERIAS ELECTIVAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>— Idiomas</li><li>— Educación Física</li></ul>
--	---

**AREA CUARTA: PLAN VARIABLE (20%)**

Se recomienda la inclusión de un plan flexible de materias, que permita enriquecer o mejorar el curriculum sin tener que recurrir al procedimiento de la reforma académica.

El sistema del Plan Variable ha sido probado con éxito en algunas escuelas de periodismo de la América Latina y la experiencia aconseja: a) hacer una programación en lo posible semestral; b) disponer del personal necesario para su realización; c) cuidar que se cumplan sus objetivos, sin caer en lo excesivamente académico o en lo superficial; y d) sincronizarlo con las tareas de las áreas para que éstas determinen su contenido y aprovechen las experiencias de los estudiantes.

El Plan Variable corresponde a una experiencia destinada a vincular al estudiante con el medio, hacerlo vivir en la actualidad y, por último, proveerlo de un material útil y latente para sus prácticas periodísticas.

Al Plan Variable se le destina un 20 por ciento del total de horas disponibles . En su realización pueden consultarse:

a) Conferencias; b) Cursos; c) Coloquios; d) Paneles; e) Diálogos; f) Visitas a determinados sitios de interés; y g) Entrevistas. Debe cuidarse la participación del alumnado en estos programas.

Para facilitar la programación del Plan Variable, que podría ser encargada al Comité de Currícula del Departamento, resulta aconsejable el siguiente esquema:

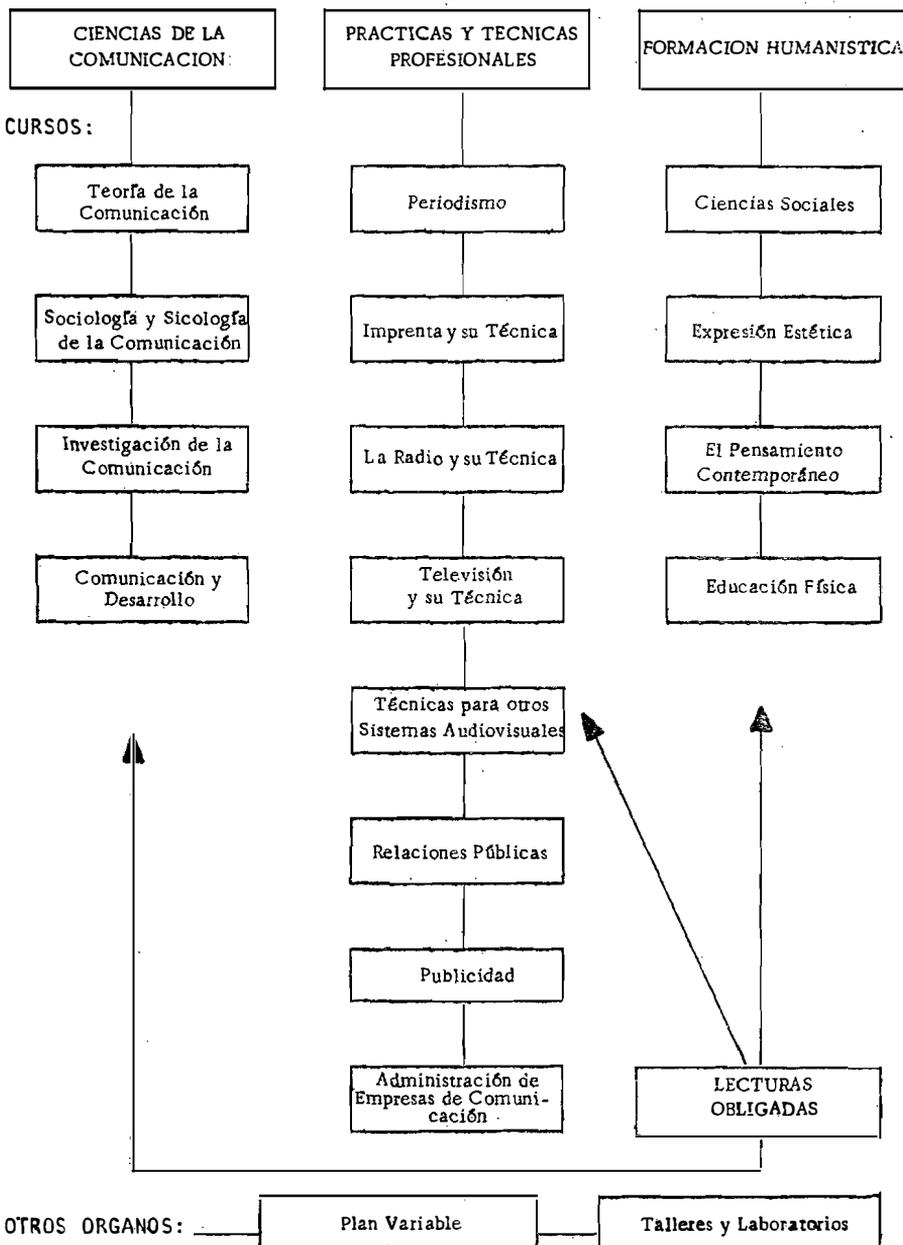
1. El hombre de la Región o del País.
2. Su Salud.
3. Su Educación.
4. Recursos Naturales. Su aprovechamiento.
5. Recursos Naturales. Su defensa.
6. Desarrollo Científico y Tecnológico.

En cada reunión, el Plan Variable determina trabajos que los estudiantes deben realizar. Estos trabajos, en la forma, son ordenados de manera sucesiva por los profesores encargados de las asignaturas, de las tres áreas de estudio. De manera que la calificación por esos trabajos quedará a la postre incluida en alguno de los ramos.

La profundidad, el tratamiento del contenido y la forma serán determinados en conjunto por los profesores del Plan Variable y del ramo que hará la calificación. De esta suerte, si el mismo Plan sirve a los alumnos de cuatro semestres —que es lo recomendable— el tratamiento de los temas aumentará en exigencia de acuerdo con el nivel más alto.

CUADRO RESUMEN DEL CURRÍCULUM PROPUESTO.

AREAS:



## CICLOS SEMESTRALES

El Plan sugerido por CIESPAL modifica sustancialmente el sistema de enseñanza, inclusive en lo que se refiere a los ciclos lectivos. Considera que será mucho más practicable y útil trabajar con los estudiantes en períodos semestrales y no en años lectivos, o si fuere preferible, por el tipo de organización de la Universidad, establecer el sistema de créditos.

Hay muchas razones que inducen a tomar esa modalidad, pero baste señalar que varias de las materias pueden ser dictadas en seis meses o menos, por lo que prorrogar los períodos a lapsos más largos, es solamente desperdiciar tiempo, esfuerzo y presupuestos.

Un profesor eficiente de Teoría de la Comunicación puede dictar esa materia en solamente seis meses, abarcando, en la profundidad necesaria, todo el problema y sus derivaciones. En algunas universidades de América Latina se está sustituyendo el sistema de años lectivos tradicionales por el de ciclos semestrales. Los resultados obtenidos son sumamente ventajosos, tanto en la parte administrativa como en el rendimiento académico.

En el cuadro de distribución de materias se precisa las secuencias que debe tener la enseñanza y los ciclos de duración de los respectivos temas.

El cuadro es más bien demostrativo de los temas que debe abarcar el curriculum y no una distribución para asignar las cátedras a los profesores. Así, por ejemplo, el caso de Teoría de la Comunicación, Proceso y Efectos de la Comunicación e Introducción a la Semiología, la Semántica y la Lingüística Estructural, que pueden ser dictadas por un solo profesor.

# **DISTRIBUCION DE MATERIAS POR SEMESTRES Y POR SECTORES:**

## **PRIMER SEMESTRE**

---

1. Teoría de la comunicación
  2. Proceso y efectos de la comunicación colectiva
- 

3. Periodismo informativo
  4. Publicidad
  5. La imprenta y sus técnicas
  6. Fotografía, fotograbado y sus técnicas
- 

7. Idiomas
  8. Educación Física
  9. Problemas nacionales y latinoamericanos
  10. Historia de la cultura
- 

## **SEGUNDO SEMESTRE**

---

1. Introducción a la Semiología, la Semántica y la Lingüística Estructural
- 

2. Periodismo Interpretativo
  3. Publicidad
  4. La Imprenta y sus Técnicas
  5. Titulación, Diseño y Diagramación
  6. Publicidad por Medios Impresos
- 

7. Idiomas
  8. Educación Física
  9. Problemas Nacionales y Latinoamericanos
  10. Historia de la Cultura
  11. Organización del Estado y Derecho Constitucional
-

## TERCER SEMESTRE

---

1. Psicología de la Comunicación

---

2. La Radio y sus Técnicas
3. Producción Radial
4. La Televisión y sus Técnicas
5. Producción para Televisión

---

6. Idiomas
7. Educación Física
8. Problemas Nacionales y Latinoamericanos
9. Historia de la Cultura
10. Organización del Estado y Derecho Constitucional
11. Corrientes Políticas y Doctrinarias

---

## CUARTO SEMESTRE

---

1. Psicología de la comunicación

---

2. Periodismo de Opinión
3. La Radio y sus Técnicas
4. Producción radial
5. La TV y sus técnicas
6. Producción para TV

---

7. Investigación de la Comunicación Colectiva
8. Investigación de Laboratorio

---

9. Problemas nacionales y latinoamericanos
10. Historia del pensamiento económico
11. Corrientes políticas y doctrinarias

---

## QUINTO SEMESTRE

---

1. Sociología de la comunicación colectiva

---

2. Periodismo de opinión
  3. La radio y sus técnicas
  4. Producción radial
  5. La TV y sus técnicas
  6. Producción para TV
- 

7. Investigación de laboratorio
  8. Comunicación y desarrollo económico, social y cultural
- 

9. Historia del pensamiento económico
  10. Corrientes artísticas y literarias
  11. Problemas del mundo contemporáneo y organismos internacionales
  12. Corrientes políticas y doctrinarias
- 

## SEXTO SEMESTRE

---

1. Sociología de la comunicación colectiva

---

2. El Cine y sus técnicas
  3. Producción Cinematográfica
- 

4. Relaciones Públicas
  5. Difusión de Innovaciones
  6. Opinión Pública
- 

7. Historia del pensamiento económico
  8. Corrientes artísticas y literarias
  9. Problemas del mundo actual y organismos internacionales
  10. Corrientes políticas y doctrinarias
-

## SEPTIMO SEMESTRE

---

1. Sociología de la comunicación colectiva

---

2. Edición, manejo y administración de diarios, revistas y otros impresos
3. Programación, producción y administración de radiodifusoras
4. Programación, producción y administración de TV

---

5. Investigación de campo
6. Relaciones Públicas
7. Difusión de Innovaciones
8. Opinión Pública
9. Comunicación y desarrollo económico, social y cultural

---

10. Problemas del mundo actual y organismos internacionales

---

## OCTAVO SEMESTRE

---

1. Edición, manejo y administración de diarios y otras publicaciones
2. Programación, producción y administración de radiodifusoras
3. Programación, producción y administración de TV

---

4. Investigación de campo
5. Relaciones Públicas
6. Opinión Pública
7. Comunicación y desarrollo económico, social y cultural
8. Preparación y elaboración de tesis de grado

---

## **PROFESIONES INTERMEDIAS O CERTIFICADOS DE HABILITACION**

El plan de estudios propuesto, por la secuencia y el contenido mismo de las materias y las prácticas, permite que se prepare personal en profesiones intermedias. Sucesivamente y según el cumplimiento de los programas de estudios —en los que habrá que poner necesariamente gran énfasis en todo lo relativo a las prácticas — se capacitará a los estudiantes para que puedan desempeñar funciones como las siguientes:

### **—ADMINISTRADOR DE TALLERES GRAFICOS**

En las imprentas, solamente por excepción, hay personal capacitado en el manejo y administración de talleres gráficos. Hace falta quien pueda calcular los costos de papel, diagramar una publicación, calcular el espacio que ocuparán determinados materiales y todos los artificios técnicos que le permitan trabajar en el ramo. Los estudiantes de ciencias de la comunicación podrían ejercer esta profesión intermedia, una vez que hayan concluido el segundo semestre y aprobado todas las materias y las prácticas relativas a la comunicación colectiva y a la imprenta y sus técnicas.

### **—PUBLICISTA**

Hay un buen mercado ocupacional y una gran demanda de profesionales que puedan trabajar en las agencias de publicidad y en empresas comerciales e industriales diseñando proyectos publicitarios, o simplemente anuncios, cuñas radiales, jingles para la televisión o el cine. La sola redacción de avisos y el diseño general— no las artes finales que corresponden a otro tipo de profesión —tiene gran productividad. A pesar de las limitaciones del mercado, se pagan muy buenas sumas a los creadores y diseñadores de publicidad. En esta profesión intermedia hace falta una buena formación en las materias básicas de la comunicación, en las de publicidad y en las técnicas propias de cada uno de los medios. El experto debe tener la capacidad suficiente para diseñar campañas publicitarias y manejarlas utilizando la prensa, o cualquier otro medio impreso, la radiodifusión, la televisión y el cine. La Escuela de Ciencias de la Comunicación podría conceder títulos para profesiones intermedias, según la naturaleza del trabajo que hayan efectuado los estudiantes y con una

estricta reglamentación que norme sobre todo el número de horas de trabajos prácticos ejecutados. La profesión intermedia de Publicista, podría otorgarse una vez concluido el quinto semestre.

### **—LIBRETISTA DE RADIO Y TELEVISION**

Luego de haber aprobado las mismas materias que en el caso anterior, pero efectuado prácticas orientadas básicamente al ejercicio de la profesión, la Escuela podría conceder las respectivas certificaciones para libretista de radio y televisión. Actualmente la gente que trabaja en radio y televisión lo hace de modo totalmente empírico. Por regla general, en las radiodifusoras se carece de personal capacitado para ejecutar esas tareas. A eso se debe, en buena parte, la pobreza de la programación, basada en improvisaciones y pseudo habilidades oratorias de locutores. La preparación de libretistas llenará ese vacío y permitirá mayor creatividad en las programaciones de la radio y la televisión. Se concederían los respectivos certificados para el ejercicio de esas tareas una vez concluido el quinto semestre, pero solamente a aquellos estudiantes que orientaron sus prácticas hacia ese tipo de ejercicio profesional.

### **—PROGRAMADOR DE RADIO Y TELEVISION**

Esto es, personal capacitado para ejecutar las tareas de programación general de los respectivos medios. Tanto en la radio como en la televisión hay muy pocos programadores, que puedan tener la capacidad de montar programas y producirlos, en todos los niveles y para todos los sectores de la población. Los certificados pertinentes podrían otorgarse, una vez concluido el sexto semestre.

### **—INVESTIGADOR EN COMUNICACION**

Otra profesión con gran demanda en el mercado, demanda que puede ampliarse notablemente, es la de investigador de comunicación colectiva, especialmente en ramas vinculadas con opinión pública o con análisis de mercados. El profesional debe tener la capacidad plena para diseñar una investigación, elaborar una muestra, preparar los formularios pertinentes, preparar el personal de encuestadores, hacer la cobertura de la investigación de campo, la codificación y computación de los datos y el análisis correspondiente. Igual

que en los casos anteriores, los respectivos certificados deben otorgarse en función de las prácticas desplegadas por el estudiante.

Como título final de la carrera, la Escuela de Ciencias de la Comunicación o la Facultad pueden otorgar la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, lo que de hecho implicaría que el poseedor de tal título está plenamente capacitado para trabajar como periodista profesional, relacionador público y como comunicador en general, ya sea como extensionista o especialista en determinadas materias. Antes de otorgar la Licenciatura y como paso previo indispensable la Universidad debería exigir que el estudiante prepare una tesis o memoria que versaría sobre la especialidad que va a adoptar el futuro profesional, periodista en asuntos económicos, periodista científico, periodista deportivo, etc., para lo cual el respectivo departamento exigirá que el estudiante tome varias asignaturas, las pertinentes a la especialidad que pretende seguir en la respectiva escuela. Para el caso del relacionador público y considerando que esas materias tienen profunda vinculación con la administración se exigirá al estudiante cursos sobre materias básicas de administración.

## **TERCERA PARTE**

### **ESTRUCTURA DE LAS ESCUELAS**

- 1.— Dentro del campo de la comunicación están comprendidos ejercicios profesionales tales como redactores y cronistas de publicaciones impresas, diagramadores, productores y guionistas de radio y televisión, operadores y locutores para esos mismos medios, animadores, publicistas y relacionistas públicos, extensionistas, fotógrafos. Es decir, múltiples ejercicios profesionales que suponen, en cierta manera, vocaciones diversas y que incluso para una mayor eficiencia profesional requieren cierto grado de especialización y, además, no obligan en cada uno de los sectores al dominio y conocimiento de todas las materias que son pertenencia de las especializaciones vecinas.
- 2.— La preparación en materias de comunicación y las posibilidades de ejercicio profesional en diversos campos, que aunque coinciden en lo fundamental de formar comunicadores, al mis-

mo tiempo exigen conocimiento y dominio de técnica diversas, inducen a pensar en que como regla de carácter general es preciso crear un sistema de estudios suficientemente flexible y amplio en el que sea posible, sin necesidad de crear un sinnúmero de especializaciones con regímenes independientes, proporcionar a los estudiantes la posibilidad de alcanzar la capacitación profesional en el campo de su preferencia o en aquel para el cual muestren mayores aptitudes.

- 3.— Este hecho da validez a la tesis de que las escuelas de la comunicación deben ser estructuras abiertas y flexibles, por una parte y que sean capaces de preparar toda esa gama de profesionales, incluso técnicos de nivel medio.

### **DEPARTAMENTALIZACION DE LA ESCUELA**

- 4.— En la segunda parte de este trabajo se propusieron cuatro áreas de estudio en las escuelas o facultades de comunicación. Tales son: Area Primera, Ciencias de la Comunicación; Area Segunda, Prácticas y Técnicas Profesionales; Area Tercera, Formación Humanística o General y, Area Cuarta, Plan Variable. A cada una de estas áreas debería corresponder un Departamento que atendería a la organización del trabajo, provisión de profesores y más menesteres propios de la actividad académica.
- 5.— El funcionamiento de los Departamentos estaría sujeto a la autoridad de un Director o Decano, según la jerarquía y denominaciones propias de cada Centro de Estudios, que sería la máxima autoridad académica en el orden ejecutivo, tendría sobre si, según la práctica general de las universidades latinoamericanas, un Consejo Académico, Directorio o Consejo de Facultad, cuyo papel sería de aprobación y orientación de las líneas fundamentales de acción. Naturalmente, la existencia y la organización de este organismo colegiado están sujetas a las modalidades de las respectivas universidades.
- 6.— Por otro lado, es preciso hacer notar que cada uno de los Departamentos tendrían también su propio Director responsable, subordinado al Director General. Además, el Departamento de Plan Variable, que como quedó explicado asume funciones múl-

tiples y diferentes tipos de trabajo debería estar vinculado a los tres primeros.

- 7.— Finalmente, para completar el cuadro de la Estructura Administrativa, la Escuela o Facultad requiere de una Secretaria Administrativa y de otra docente o académica. La primera se ocuparía de asuntos como trámite, registros y personal y la segunda de cuestiones académicas y del manejo de la biblioteca. Por supuesto, queda abierta la posibilidad de disponer de una sola Secretaría que abarcaría todos los campos mencionados, de conformidad con las características, tamaño y necesidades de cada centro de estudios.
- 8.— En consecuencia, tendríamos la estructura administrativa siguiente:

### **FUNCIONES DE LOS ORGANOS DE LA ESCUELA**

- 9.— **Consejo Directivo:** Es el órgano máximo de la Facultad, que tiene a su cargo la planificación de la enseñanza, aprobación del presupuesto, normas y políticas de acción. Además ejercería funciones de supervigilancia sobre el desenvolvimiento de la entidad educacional.
- 10.— **Director:** Tendrá a su cargo la dirección y administración directa de la Escuela o Facultad, la elaboración y ejecución del presupuesto, la dirección académica dentro de las normas establecidas por los reglamentos respectivos y el Consejo.
- 11.— **Departamento de Ciencias de la Comunicación:** Este departamento tendrá bajo su responsabilidad la selección de materias y elaboración de programas analíticos de cada una de ellas, en el área de las ciencias de la comunicación, será responsable de las actividades docentes y, en especial de mantener la debida coordinación entre las materias para evitar interferencias y repeticiones.

Se recomienda que este Departamento que dentro de los horarios establecidos compartirá las aulas con los demás, disponga de una oficina propia para el Director y una sala específica para mantener la materia de investigación. También competirá

al Departamento la selección de las materias obligatorias y optativas dentro de su campo para cada una de las posibles especializaciones.

- 12.— **Departamento de técnicas y prácticas profesionales:** Le corresponde elaborar los programas académicos en cada uno de los sectores desde el punto de vista de la práctica profesional y del conocimiento de las técnicas. Este Departamento es uno de los más importantes de la Facultad y no sería recomendable que se abran especializaciones sin contar con el equipamiento necesario.

En el presente documento se consigna a continuación lo que se considera el equipo básico para la formación de comunicadores en las principales áreas a que debe atender la escuela:

**Prensa escrita:** Por regla general las universidades suelen tener talleres de impresión que pueden ser utilizados para la práctica profesional de los estudiantes, que deben familiarizarse con este tipo de instalaciones y quienes obtengan profesiones intermedias tener los recursos de práctica suficientes. Se estima que la imprenta debería disponer, si es de sistema caliente, de equipos básicos, como linotipo, prensa, fundidora, guillotina, etc. Los alumnos, si no tuviere la Universidad o la Facultad el equipo necesario, deben hallar oportunidades de practicar en el sistema Offset.

**Medios Audiovisuales:** (Televisión, cine, radio, fotografía). Este capítulo exige al comunicador, o a los distintos técnicos que laboran en este género de actividades, una vinculación mayor con los medios técnicos del medio, que la prensa escrita. Por ello en el presente documento se encontrará la descripción de la instalación fundamental de estudio y laboratorio para este género de comunicación.

#### I.— Estudio para audiovisuales:

a) Equipo básico de iluminación:

—6 lámparas alógenas tipo “Mini—Mac” de 1.000 wats. cada una.

- 1 ó 2 luces tipo “Mac-spot light” de 3.000 wats. cada una.
- 1 sistema de diabras “strip light” de 4 luces de 60 wats. cada una.

Se estima que con este juego de iluminación se obtienen disponibilidades técnicas suficientes para prácticas de fotografía, televisión y cine.

b) Equipo de sonido:

- 1 boom (micrófono con tubo y base) para grabar el sonido en cualquier lugar del estudio, indispensable en televisión y cine.
- 1 amplificador (parlante general)
- 1 Mezcladora de sonidos o consola
- 2 Grabadoras Ampex
- 1 Micrófono de mesa omnidireccional que sólo registra la voz del narrador.

El equipo descrito, en materia de estudio, sirve para las prácticas en sonido de radio, televisión y cine.

c) Equipo de Cámaras:

- 2 trípodes con dolly (ruedas) y cabeza panorámica que se utilizarán para las cámaras de televisión y cine.
- 1 cronómetro Galab.

Cine:

- 1 Cámara Arriflex 16BL completa, es una cámara prototipo, que tiene todos los elementos básicos para enseñanza.
- 1 Grabadora portátil de sonido (Uher 1.000)

Televisión:

- 2 Cámaras Ampex de estudio
- 1 Monitor de imagen
- 1 Equipo de videotape Ampex, Modelo 7.100 (dispone de cámara, grabadora video y tiene cinta de una pulgada).

Fotografía:

- 1 Cámara Rollyflex 6 x 6. Es un prototipo que permite hacer toda la gama de prácticas fundamentales en fotografía.

## II.— Laboratorio para audiovisuales:

### a) Equipo para cine y televisión (imagen)

- Procesadora para revelado de 16 mm., tipo Telematic, Marca SOS. Sirve también para revelar en directo positivo.
- 1 Moviola de 16 mm. para ver la cinta y establecer los puntos de corte en el montaje.
- 1 Pegadora de película para montaje (Splicer).
- 1 Proyector de 16 mm. óptico magnético.
- 1 Proyector de vista fijas (slides) tipo carousel.
- 1 Fotómetro tipo "Spectra".
- 1 Copiadora negativo positivo
- 2 Rebobinadoras
- 1 Sincronizador de imagen y sonido

### b) Equipo para cine y televisión (sonido)

- 1 Grabadora de sonido óptico tipo Maurer de 16 mm.

### c) Equipo para fotografía:

- 1 Ampliadora 6 x 6
- 1 tanque de revelado
- 3 cubetas
- 1 guillotina
- 1 termómetro
- 1 termostato
- 1 marginadora
- 1 secadora o abrillantadora

13.— **Departamento de Formación Humanística:** A este Departamento corresponden las materias que no se incluyen específicamente en las ciencias de la comunicación pero que proporcionan a los estudiantes el conocimiento de los asuntos sobre los cuales van a operar en el marco de la sociedad general. También aquí sería necesario establecer el discrimen sobre las materias generales y optativas, para las especializaciones, así como el grado de conocimiento que habrá de lograrse en cada una de ellas, en función del sector profesional seleccionado por el estudiante. Por ejemplo, es de suponer que quien aspire a obtener una

especialización en periodismo escrito deberá alcanzar un mayor conocimiento de materias sobre manejo del idioma, que otro estudiante que prefiera una especialidad intermedia de camarógrafo. De igual forma, será recomendable que aún dentro de las especializaciones se den facilidades para obtener mayores conocimientos opcionales en distintos aspectos de la vida social, según la clase de comunicación que prefiera practicarse, como periodismo en asuntos económicos, crítica de arte y literaria, política, etc.

- 14.— **Departamento de Plan Variable:** De conformidad con los objetivos de esta área de la preparación de los estudiantes, expresados en la segunda parte de este trabajo, este Departamento deberá organizar, en coordinación con los tres anteriores, una serie de actividades complementarias, como seminarios, reuniones, entrevistas, visitas a lugares de interés, para completar la formación de los estudiantes. Convendría que tenga un programa anterior a cada semestre para cada especialización, así como para provocar el intercambio de experiencias entre unas y otras.
- 15.— **Secretaría:** Dentro de la estructura básica de la escuela o facultad existen dos secretarías: una docente y otra administrativa. La primera tendría a su cargo toda la coordinación de horarios y más funciones inherentes a ese tipo de actividad. Por otro lado, la secretaría administrativa, se ocuparía de los asuntos relacionados con la administración institucional. **Biblioteca:** Por ser de uso general podría depender de la secretaría docente o del departamento de prácticas y técnicas profesionales. Es preciso destacar la necesidad de establecer bibliotecas especializadas que cuenten con una amplia bibliografía sobre los temas teóricos y prácticos de las ciencias de la comunicación.

## **ESPECIALIZACIONES**

- 16.— La propuesta de la organización en departamentos que cubran una amplia gama de materias es permitir la formación de profesionales en ciencias de la comunicación en diversos campos, con una o varias especializaciones, que dentro de ciertas normas de materias obligatorias y optativas, tanto para la licen-

ciatura como en cada una de las especialidades, puedan organizar su propio plan de estudios en base de un sistema de créditos.

El título a obtenerse sería el de Licenciado en Ciencias de la Comunicación y las posibles especializaciones serían, a modo de ejemplo, las siguientes:

- Periodismo impreso
- Producción de radio y televisión
- Publicidad y Relaciones Públicas
- Extensión social

Por otro lado, excluyendo materias de formación humanística y ciencias de la comunicación, así como los niveles superiores de las especializaciones se podrían ofrecer certificados de capacitación intermedia, en especializaciones como las siguientes:

- Administrador de talleres gráficos
- Publicistas
- Libretistas de Radio y Televisión
- Fotógrafo y Camarógrafo de Televisión y Cine
- Extensionista, etc.

## **CURSOS SEMESTRALES Y CREDITOS POR MATERIAS**

- 17.— La organización de la escuela y su funcionamiento en la forma descrita, depende en buena parte de mantener semestres de estudio con sistemas de créditos para que se estructure cada estudio su plan de estudios en la forma antes mencionada.

### **JERARQUIZACION**

- 18.— Como podrá apreciarse por lo anteriormente expuesto, un centro de estudios de la comunicación abarca un amplio campo científico, teórico y práctico, que incluye numerosas especializaciones. Por consiguiente, resulta más o menos evidente que en estas condiciones debería tener la jerarquía de Facultad y no simplemente de Escuela, pues sus ramos de estudio tienen suficiente autonomía. Esta calidad, además, le permitirá probablemente obtener mayor atención de parte de las autoridades universitarias.