

## Carta a nuestros lectores

El repaso que este número de **Chasqui** realiza a la actualidad de la comunicación arranca del fenómeno que ocurre como consecuencia del impacto de las nuevas tecnologías: el apareamiento del periodista digital y el rol que desempeñan los centros de educación superior en su formación académica.

La corrupción, la enfermedad social del planeta, pretende también sentar sus reales en la actividad de la comunicación. La voz de alerta la lanza, desde la columna opinión de **Chasqui**, Jaime López, de la organización Probidad, en la que expone una serie de pistas sobre los mecanismos que se deben aplicar para evitar la peste.

El colombiano Humberto López realiza un descarnado análisis de los errores en que incurrió la administración del presidente Alvaro Uribe, que le condujeron a la derrota en el referendo al que convocó a sus compatriotas el pasado 25 de octubre, cuando, presumiblemente, se hallaba en la "cresta de la ola" de la popularidad.

Manuel Ortiz Marín explica la experiencia mexicana en lo que denomina las "profesiones emergentes para los comunicadores", en tanto que el periodista español Rafael Jiménez Claudín, desde la óptica de "Reporteros sin fronteras", se explaya sobre los riesgos de la profesión en un mundo de guerra, terrorismo, abusos e intemperancia. El también español, Alfredo Arceo, pasa revista al manejo de las relaciones públicas por los clubes de fútbol de la península.

Abordamos la temática del cine, desde dos vertientes: la experiencia del cine indígena latinoamericano –por qué no mundial– como estrategia de resistencia cultural y la reciente desaparición de cuatro figuras emblemáticas del celuloide mundial y un director controvertido, y del aporte que dieron para construir el apasionante séptimo arte.

El fenómeno latino en el mercado norteamericano se expresa en su colorida música, para la que se ha creado una edición especial de los premios Grammy. En **Chasqui** abordamos el tema de la música como lo que es: un fenómeno de comunicación que conmueve a multitudes y que se ha convertido en un mercado que mueve millones.

Finalmente, y en el campo de las nuevas tecnologías y la comunicación, se inserta una nota sobre los objetivos que se han trazado para la Cumbre de la Sociedad de la Información, que se cumplirá en Ginebra, Suiza, entre el 10 y el 12 de diciembre.

CHASQUI

# Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui

Nº 84 Diciembre 2003

## Director

Edgar P. Jaramillo S.

## Editor

Luis Eladio Proaño

E-mail: luiselap@ciespal.net

## Consejo Editorial

Violeta Bazante                      Lolo Echeverría  
Héctor Espín                         Florha Proaño  
Juan M. Rodríguez                Francisco Vivanco

## Consejo de Administración del CIESPAL

Presidente, Víctor Hugo Olalla,  
Universidad Central del Ecuador  
Patricio Zuquilanda,  
Ministerio de Relaciones Exteriores  
Ottón Morán R.,  
Ministerio de Educación y Culturas  
Juan Centurión,  
Universidad de Guayaquil  
Carlos María Ocampos,  
Organización de Estados Americanos  
Gustavo López Ospina,  
Consejero Regional de la UNESCO  
Iván Abad, FENAPE  
Florha Proaño, UNP  
Rodrigo Pineda, AER

## Asistente de Edición

Jorge Aguirre

## Corrección y Estilo

Manuel Mesa

## Portada y diagramación

Mateo Paredes

Diego Vásquez

## Impresión

Editorial QUIPUS – CIESPAL

Chasqui es una publicación del CIESPAL.

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación

Telf.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: [chasqui@ciespal.net](mailto:chasqui@ciespal.net)

web: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net)

[www.comunica.org/chasqui](http://www.comunica.org/chasqui)

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

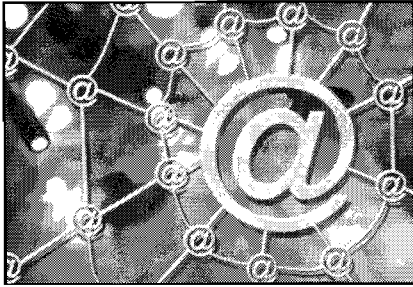
Registro M.I.T., S.P.I. 027

ISSN 13901079

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

**Todos los derechos reservados.**

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



# CONTENIDO

## PORTADA

- 4** **La formación del periodista digital**  
Koldobika Meso Ayerdi

## OPINIÓN

- 12** **La prensa y el combate de prácticas corruptas**  
Jaime López

## ENSAYOS

- 18** **Errores de comunicación del Presidente Uribe en el referendo**  
Humberto López López

- 26** **El fútbol y las relaciones públicas en España**  
Alfredo Arceo

- 34** **México: Profesiones emergentes para los comunicadores**  
Manuel Ortiz Marín

- 44** **La libertad de prensa encarcelada**  
Rafael Jiménez Claudín

### *CINE*

- 50** **Cine indígena y resistencia cultural**  
Antoni Castells i Talens

- 58** **El bueno, el malo, el feo...de aquí a la eternidad**  
Edmundo Rodríguez Castelo

### *MÚSICA*

- 66** **Los Grammy Latino, su meta inicial y su fin comercial**  
Marinés Arroyo

### *INFORMÁTICA*

- 74** **Internet y la sociedad de la información**  
Octavio Islas y Fernando Gutiérrez

### *LENGUAJE*

- 76** **Errores comunes en el lenguaje periodístico**  
Nueva Colonización  
Juan M. Rodríguez

- 78** **PERISCOPIO TECNOLÓGICO**

- 84** **BIBLIOGRAFÍA SOBRE COMUNICACIÓN**

- 90** **ACTIVIDADES DEL CIESPAL**



# México

***Profesiones emergentes  
para los comunicadores***

## *Parecería que han quedado atrás las formas y profesiones del quehacer de la comunicación tradicional*

Manuel Ortíz Marín ■

**I**niciaré este texto con una frase de José Saramago, que creo viene bien a muchos de los que hemos transitado por los caminos de la comunicación.

*Nunca deberíamos sentirnos seguros de aquello que pensamos ser porque, en ese momento, podría muy bien ocurrir que ya estamos siendo cosa diferente.*

Igual que lo escrito por el Premio Nobel de Literatura en su novela *La Caverna*, en México se ha iniciado una lenta pero segura transformación del campo profesional de la comunicación. Dicho desarrollo se percibe, no solo por el fuerte impacto que logra la comunicación mediada por dispositivos electrónicos, ya sea las acciones de informar mediante los medios de difusión masiva, ahora en formato digital, o por aquella que se transmite por el Internet. Pero también, por la emergencia de varios procesos sociales, económicos, políticos y ecológicos que influyen decisivamente en el imaginario colectivo.

El surgimiento de nuevas vocaciones profesionales, para quienes se interesan en las Ciencias de la Comunicación, tiene mucho que ver con la extensión a la que se refiere Thompson de la realidad mediática y el entorno social.

En un principio, parecería que han quedado atrás las formas y profesiones del quehacer de la comunicación tradicional. El periodismo impreso, la radio analógica, la televisión abierta, en su conjunto, dieron lugar en México, y seguramente todavía por un buen tiempo lo harán, a las profesiones convencionales en el campo de las Ciencias de la Comunicación, como la del periodista o reportero, según el caso; el productor de programas de cine, radio y televisión; el publicista y publirrelacionista; el conductor de programas; el comunicador en las organizaciones públicas y privadas, y en menor medida el docente e investigador de los fenómenos de la comunicación.



En este sentido, Reyna afirma que el mercado laboral le asigna un valor simbólico al ejercicio o práctica profesional, orientando fuertemente las trayectorias laborales de los egresados de las licenciaturas de comunicación, a partir de las relaciones e intereses múltiples que se perciben desde la disciplina.

# *En México se ha iniciado una lenta pero segura transformación del campo profesional de la comunicación*

## **Escenario común**

Este escenario, en gran parte, es reproducido de manera casi idéntica en la mayoría de los planes de estudios de las instituciones de educación superior, en las cuales se forman los profesionales de esta disciplina.

Dicho fenómeno y sus implicaciones en términos de oferta educativa han posibilitado la apertura a un mercado amplio de alternativas de formación educativa, tanto en el nivel técnico como en la educación universitaria, dando como consecuencia que México fuera el país latinoamericano con más escuelas de comunicación hasta fines del siglo pasado: tenía 240 instituciones universitarias y técnicas, públicas o privadas, en las

cuales se impartía la carrera de Ciencias de la Comunicación, en sus diferentes modalidades y nombres. En lo particular, la carrera de Ciencias de la Comunicación ocupa, según la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, el octavo lugar entre las más demandadas por los aspirantes a ingresar a las instituciones de educación superior en México.

Estas cifras, en su conjunto, colocan a México muy por arriba de países como Brasil, Argentina, Chile y demás naciones latinoamericanas. Otro dato para dimensionar el panorama de la formación de comunicadores es que en América Latina, hasta finales de la década pasada, había más de 600 escuelas de comunicación.

Estas cifras parecerían ser impresionantes y contradictorias a la vez si reflexionamos sobre el comportamiento tradicional del campo de la comunicación en México, durante bastantes años. Sin embargo, el tercer milenio y la fuerte avalancha tecnológica, así como el surgimiento y la apertura de nuevos espacios sociales y político-económicos en México, han impulsado otras formas de hacer la comunicación y por ende, la emergencia de novedosos yacimientos laborales en la profesión del comunicador.

Ante este panorama, la pregunta obligada sería ¿cómo se desenvuelve el imaginario social de la profesión de la comunicación en México? Dentro de este contexto, el ejercicio profesional del comunicador no difiere en mucho de las tensiones que ocurren en





Práctica en el master

el mercado laboral, ni de aquellos énfasis que ocurren en el campo de la formación académica. Sin embargo, hay sus asimetrías cada vez más notables.

### Dos campos en la formación de comunicadores

Generalmente, la profesión relacionada con las distintas actividades de la comunicación se concentra en

dos amplios campos. Lo referente a los medios de difusión masiva, con diferentes matices y métodos de trabajo, y en menor medida, pero cada día con mayor fuerza, a las tareas en las organizaciones y la publicidad, aunado al surgimiento del marketing político, que demanda especialistas en la comunicación política.

Un aspecto importante que paulatinamente ha impactado la orientación profesional del comunicador y empieza a ser decisivo en el surgimiento de nuevas definiciones del campo laboral, es el crecimiento acelerado, en la última década, de la empresa maquiladora. Con el impulso de un fuerte proceso de industrialización en México, y en particular en la zona fronteriza, lenta pero segura, y cada vez más intensamente, este sector de la economía demanda profesionales de la comunicación para el campo organizacional, a diferencia de otras profesiones que hasta hace algunos años ocupaban este espacio laboral.

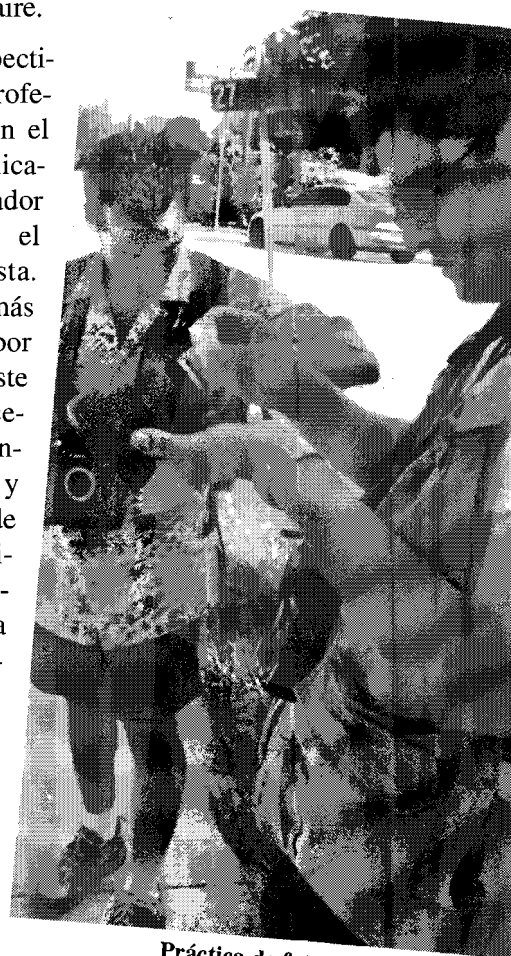
Son los medios y lo organizacional, campos preferenciales del trabajo del comunicador. Sin embargo, de manera significativa surgen otras necesidades que empiezan a demandar del profesional de la comunicación, nuevas y dinámicas competencias para enfrentar escenarios laborales antes no explorados en México. Si bien es cierto, que el desarrollo de la profesión de comunicador en México puede obedecer a las diferencias significativas en el desarrollo

socio-económico de las distintas zonas geográficas del país, los datos empíricos muestran que, en gran medida, el escenario profesional de los egresados de las carreras de Ciencias de la Comunicación es similar entre las regiones del país.

### La maquila y la comunicación

El surgimiento de la industria de la transformación, en especial en la frontera de los Estados Unidos con México, tiene enormes implicaciones de problemas ambientales de distinta naturaleza, mayormente de escasez y contaminación de agua y del aire.

Desde esta perspectiva, una actividad profesional emergente en el campo de la comunicación es el comunicador orientado hacia el campo ambientalista. Aspecto cada vez más relevante, no sólo por los problemas de este tipo, sino por la necesidad de orientar, informar, educar y crear una cultura de preservación y cuidado del medio ambiente. De idéntica manera, los problemas de salud pública originan la presencia del comunicador al interior de las instituciones de salud gubernamental en mayor medida. En el rubro de la salud, desafortunadamente, México padece de un enorme rezago en programas de atención a la población, mediante la intervención de las instituciones públicas y privadas.



Práctica de fotografía



*Entrevistando al protagonista*

***México tenía 240  
instituciones  
universitarias y  
técnicas, públicas  
o privadas, en las  
cuales se impartía  
la carrera de Ciencias  
de la Comunicación***

En esta perspectiva, el comunicador se hace presente desde el diseño y coordinación de estrategias de difusión de campañas promocionales, así como de la elaboración y producción de los mensajes respectivos, en mayor medida destinados a la orientación y aceptación de medidas preventivas de salud, sobre todo en los núcleos de población marginal. La eficacia de la tarea del comunicador en la salud se mide por la trascendencia de su labor, en la que una campaña de vacunación para niños, la atención a personas discapacitadas, la orientación sobre los riesgos del sida, o en situaciones de emergencia, son vitales para la ayuda a estos sectores de ingresos bajos.

Otro campo que empieza a manifestarse con enorme fuerza para el comunicador es su participación en el uso, desarrollo y aplicación de las nuevas tecnologías de comunicación. De manera significativa, el desarrollo de la informática y de las aplicaciones de la computación ha afectado profundamente las actividades de la industria de los medios y con ello el cambio tecnológico ha sido crucial, ya que alteran el sustrato material, así como los medios de producción y recepción de los que depende el proceso de transmisión cultural.



**Práctica estudiantil**

El arribo de estas nuevas tecnologías de comunicación, junto con otras aplicaciones en la electrónica-digital a los medios, está generando propuestas como: los diarios y revistas electrónicas en Internet, las emisoras radiofónicas también por Internet, el diseño y la animación digitales para producir efectos en el cine, los videos comerciales. Estas y otras alternativas de uso de la tecnología permiten que el comunicador, ahora denominado cibercomunicador, perciba este espacio profesional de manera atractiva, pero fuertemente demandado.

### El diseño de los materiales

En la producción de materiales multimedia y otras aplicaciones, el cibercomunicador se inserta en este ámbito, conjuntamente con otras disciplinas, como los pedagogos, los arquitectos, los publicistas, los ingenieros en computación, los psicólogos y distintas profesiones más, para el diseño y elaboración de materiales, que van desde programas de capacitación, de divulgación científica, de promoción y difusión artística, cultural y comercial, en la publicidad y la mercadotecnia, en productos para la comunicación política y en programas de educación en línea y a distancia. Este yacimiento laboral emergente implica una necesaria interdisciplina por parte del cibercomunicador y también el desarrollo de competencias cada vez más flexibles y adaptables al acelerado cambio tecnológico.

Barbero, particularmente, enfatiza la fuerza de impacto de lo tecnológico y lo atractivo que resulta para la comunicación y los egresados de las escuelas de esta disciplina. Pero advierte que, el cibercomunicador deberá saber adaptarse a un mercado profesional sumamente competitivo, cambiante, dinámico en lo laboral, y que se manifiesta sobre todo en los grandes consorcios transnacionales de la informática y la computación.

En contrapartida, un espacio más cercano a lo social lo representa la participación del comunicador en las organizaciones de carácter ciudadano. Es el comunicador, desde la perspectiva de la construcción de la comunicación ciudadana, para la atención de problemas como: en la educación del trabajador, al interior de los sindicatos; del ciudadano, en la defensa de sus derechos humanos; en lo cul-

## *En América Latina, hasta finales de la década pasada, había más de 600 escuelas de comunicación*

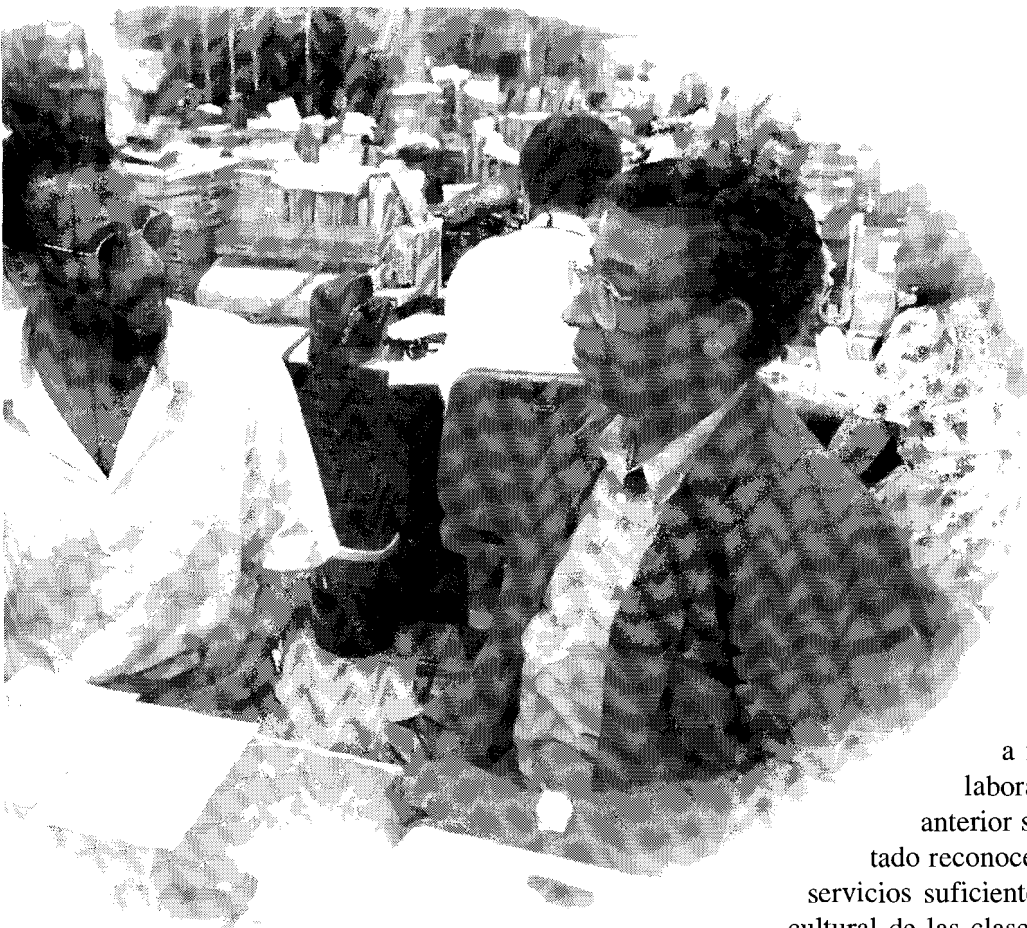


El radiodifusor y su micrófono

tural con los indígenas; en la perspectiva de género; en la comunicación popular, al interior de pequeñas organizaciones de barrio, y entre otros espacios ciudadanos igual de significativos.

La emergencia de campos profesionales para cualquier profesión tiene en mucho que ver con la transformación de lo social, como señalan Barbero y Thompson. En este sentido, en México, el surgimiento y desarrollo del espacio de lo civil, materializado en parte por las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), así como de otras organizaciones ciudadanas, para atender las demandas no satisfechas por las instancias gubernamentales, cobra especial importancia y relieve para el trabajo del comunicador, desde lo ciudadano y popular.





La sala de redacción

## Un fenómeno global

Un ejemplo dramático y cotidiano lo representa el trabajo con inmigrantes ilegales. México, por poseer una amplia zona fronteriza con los Estados Unidos, en los últimos años ha generado un fuerte flujo migratorio de individuos, no solo de nacionalidad mexicana sino de otros países de Centro y Sudamérica, al vecino país del norte. Dada la política migratoria de los Estados Unidos hacia los inmigrantes ilegales, han surgido numerosos y graves problemas de atentados a los derechos humanos, dando por consecuencia la formación de ONG, dedicadas a la defensa del migrante. Es este espacio emerge la profesión de comunicador, desde la perspectiva de la construcción de la comunicación ciudadana.

Este comunicador utiliza, principalmente, los medios de difusión masiva y también los alternativos, para orientar, prevenir e informar a la ciudadanía, y en especial a los inmigrantes, de los diferentes riesgos que sufre por su condición de ilegalidad en Norteamérica. Por supuesto que la comunicación ciudadana tiene otros muchos ámbitos de expresión, este es solo uno de los más representativos y urgentes de atender.

Otro campo de práctica de lo comunicacional está en lo popular. Es decir, en torno a las formas de organización de los sectores populares y de resolución de sus necesidades. Lo popular es el espacio mediante el cual dichas clases se organizan, manifiestan y reproducen lo popular a fin de resolver sus necesidades laborales, culturales o sociales. Lo anterior se explica, a partir de que el Estado reconoce que no puede ofrecer bienes y servicios suficientes para la satisfacción social y cultural de las clases, y tiene que aceptar de éstas, sus propias manifestaciones culturales y sus modelos de organizaciones sociales.

Es ahí donde el comunicador de lo ciudadano emerge y empieza a ser demandado, para la producción de materiales de difusión, propaganda, y de la mercadotecnia social. Los espacios profesionales en que se ubica son múltiples, como diversas son las necesidades del rescate de lo ciudadano. Desde lo urbano, al interior de las organizaciones de barrio, en las medianas y grandes ciudades, para materializar la capacidad de gestión de los propios ciudadanos en la resolución de los pequeños grandes problemas de servicios públicos, en las más de las veces estrechamente ligados a la tarea de la administración municipal.



Entrevistando en el campo

# *Una profesión emergente en el campo de la comunicación es el comunicador orientado hacia el campo ambientalista*



Preparando una presentación

En este sentido, los ejercicios de periodismo de barrio dan cuenta en las grandes urbes de la necesidad de otro tipo de información, que no siempre es considerada por las grandes empresas de medios de difusión masiva. Estos vacíos de información ciudadana son aprovechados por el comunicador ciudadano, para dar cuenta de lo cotidiano en los microuniversos que existen en los grandes conglomerados urbanos. Desafortunadamente, en México son fuertes

las restricciones gubernamentales para el otorgamiento de permisos a particulares, para operar pequeñas estaciones de radio o televisión, e impiden el surgimiento y desarrollo de estos genuinos espacios de comunicación ciudadana.

## **El comunicador se transforma**

En resumen, se podría plantear que el imaginario social del comunicador evoluciona en función de la transformación de lo cotidiano de la comunicación. Son además, en muchos de los casos, las experiencias profesionales exitosas las que van marcando la ruta para las generaciones futuras de comunicadores.

Sin embargo, la percepción social del comunicador ubicado profesionalmente en los medios ha transitado y transita en este momento, como ocurrió en las décadas de los 60 y 70, por el creciente desarrollo en México de la televisión abierta y a color, por la producción masiva de la prensa y su desarrollo tecnológico y por la amplitud de la cobertura de la radio y sus diferentes formatos, a un comunicador orientado a múltiples campos laborales, que no necesariamente parten de los medios.

De las características profesionales tradicionales del comunicador está el trabajo poco interdisciplinar que ejerce, en la mayoría de los casos, centrado más en la creatividad y producción individual y en menor medida en la consideración del trabajo en equipos multidisciplinares, muy a semejanza del periodista solitario, cazador de noticias, que difícilmente se adapta en los grupos de redacción de los diarios modernos. Esta figura no ha desaparecido, ni creo que lo haga, pero cada vez, para su trabajo diario, requiere de mayor apoyo técnico procedentes de otras profesiones, para el buen desarrollo de su trabajo periodístico.

La década de los 90 y su explosión tecnológica, junto con su impacto en lo comunicacional, implicó para el comunicador la necesidad de generar productos comunicativos a partir de la concepción del fenómeno, desde distintas perspectivas disciplinares. Con ello, la reflexión y la labor comunicológica se volvió más integral, holística y flexible.



Trabajando en Redacción

*Se demanda  
del profesional  
nuevas y dinámicas  
competencias para  
enfrentar escenarios  
laborales antes  
no explorados*

Con ello, la profesión de comunicador implica, por una parte, un permanente diálogo con las necesidades y requerimientos laborales de la sociedad, manifestada mediante los procesos de la producción social de la comunicación. Sin que por ello deje de prestar atención a la emergencia de los fenómenos sociales, económicos y políticos que tienen lugar, de forma continua, en México. Por otra parte, la continua saturación y el abordaje de otras profesiones a los tradicionales campos del comunicador, le plantean la necesidad de revisar, principalmente desde las universidades, la conveniencia de seguir anclados a un solo perfil del comunicador.

En esta perspectiva, López aporta una buena comprensión del fenómeno de la formación del periodista, de la tradición empírica, a la necesidad de un profesional de la comunicación formado en las universidades y centros de preparación ex profeso. Buena parte de esto, condicionada por la exigencia de los ciudadanos por la comprensión de la realidad social, a través de productos mediáticos mejor construidos.



Prácticas en exteriores

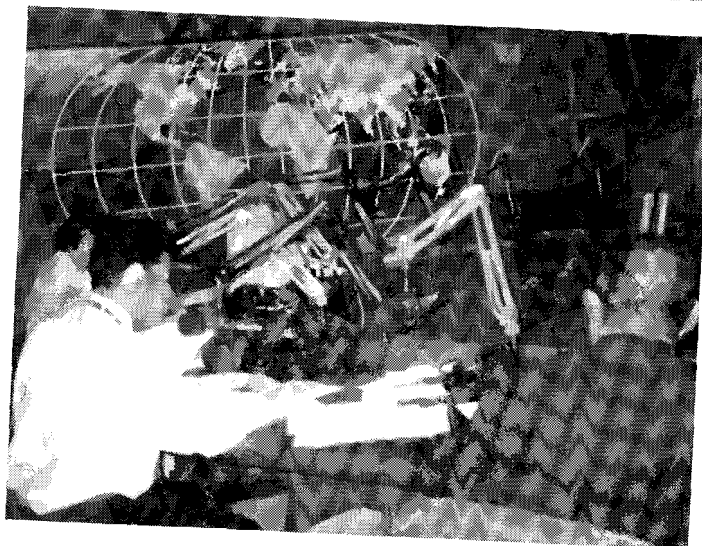
### ¿Un solo modelo o perfil?

Exhorto a reflexionar sobre la conveniencia de seguir reproduciendo un solo modelo o perfil de comunicadores. En particular, con los saberes y las competencias que antaño considerábamos suficientes para la época y que seguramente, en muchos de los casos, nos formamos en nuestras épocas estudiantiles. La invitación es a promover al interior de los espacios universitarios la formación de comunicadores multiculturales, polivalentes en sus competencias, creativos en lo individual, pero dispuestos al trabajo en equipo, menos disciplinares y más transdisciplinares, con fuertes valores éticos, y también más humildes con su conocimiento.

Jesús Martín Barbero refería una charla con Manuel Castell, sobre la común queja de los maestros universitarios, acerca de que los estudiantes de comunicación no saben leer y tampoco tienen el interés de hacerlo con la frecuencia que el caso lo requiere.

Me parece -dijo Barbero- que los estudiantes universitarios saben leer diferente a sus maestros, provienen de una cultura que privilegia la imagen por sobre el texto impreso. Están acostumbrados a otro tipo de información, y a una velocidad para acceder a ella, que sus maestros no poseemos. Su nervio óptico está acostumbrado a otro tipo de identificación de caracteres. Y lamento decirlo, pero parecería que en la universidad, lo que solemos hacer es tratar de domesticar esa capacidad de comprensión del universo, tan diferente a la nuestra. Por mi parte agregaría que eso no ocurre solo en la universidad, también suele acontecer por los mercados laborales de los comunicadores.

La lección que debemos tener muy presente los profesores es que la realidad académica, en profesiones como la del comunicador, difiere en buena medida de la profesional. ●



Trabajando en el set