

# Chasqui

Revista Latinoamericana  
de Comunicación

No. 44 - ENERO 1993

**Director**

Asdrúbal de la Torre

**Editor**

Gino Lofredo

**Consejo Editorial**

Jorge Mantilla

Edgar Jaramillo

Thomas Nell

Nelson Dávila

**Consejo de Administración de  
CIESPAL**

Presidente, Tiberio Jurado, Rector de la  
Universidad Central del Ecuador.

Presidente Alternativo, Rubén Astudillo,  
Min. Relaciones Exteriores

Eduardo Peña Triviño,  
Ministro de Educación

Luis Castro, UNP

Fernando Chamorro, UNESCO.

Flavio de Almeida Sales, OEA.

Louis Hanna, AER.

Alba Chávez de Alvarado, Universidad  
Estatad de Guayaquil

**Asistente de Edición**

Martha Rodríguez

**Portada**

Luigi Stornaiolo

**Impreso**

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Servicios Especiales de AFP,

COMUNICA, IPS, OIP, IJI

Chasqui es una publicación de CIESPAL  
que se edita con la colaboración de la  
Fundación Friedrich Ebert de Alemania

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador  
Telf. 544-624. Telex: 22474 CIESPL ED.  
Fax (593-2) 502-487 - E-mail/correo  
electrónico: chasgino@ecuanex.ec

Los artículos firmados no expresan  
necesariamente la opinión de CIESPAL o  
de la redacción de Chasqui.

## BRASIL: COLLOR, CORRUPCION Y MEDIOS

**L**o que hicieron los medios en  
el ascenso y derrocamiento  
de Fernando Collor de Mello



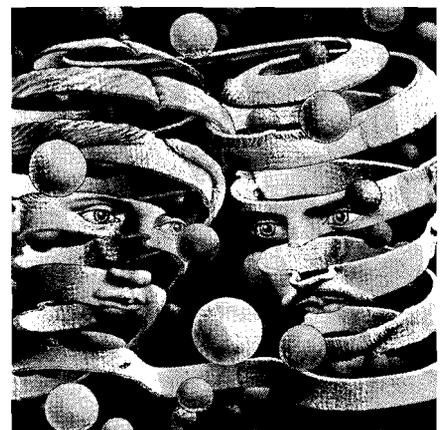
- 4 Construcción y abandono de un buque defectuoso, *Lattman-Weltman, Plinio de Abreu Ramos, José Dias Carneiro*
- 8 ¿Renacimiento espiritual en los medios brasileños? *Rondon de Castro*
- 10 Ambientando la destitución de un presidente, *Gaudencio Torquato*
- 12 Los medios contra la corrupción, *Sonia Virginia Moreira*
- 15 El otro ataque del "Fantasma de lo Mismo", *Arnaldo Jabor*
- 18 Garganta Profunda, *Luiz Lobo*

## REFORMA DE LAS FACULTADES

**L**a enseñanza y la  
investigación exigen una  
actualización que las  
equipare con los cambios  
ocurridos en dos décadas de  
turbulencia social, ideológica y  
técnica.

- 21 El reordenamiento del mundo, *Antonio Pasquali*

- 26 Paladeando vinos y saberes, *Guillermo Orozco Gómez*
- 33 México: Recuperar el espacio de las comunicaciones, *Silvia Molina y Vedia*
- 36 Brasil: La atracción fatal de la Universidad y la industria, *José Marques de Melo*
- 43 Brasil: Facultades, industrias y mercado laboral, *Nair Martinenko*
- 44 Ecuador: La reforma golpea dos veces, *Marco Ordóñez*
- 50 Ecuador: Peripecias en el pantano universitario, *Lucía Lemos*
- 51 Las escuelas no brillan, *Rubén Astudillo*
- 53 La especialización de los periodistas, *María del Carmen Cevallos*
- 54 Venezuela, ¿Reportero, técnico, gerente o creador? *Migdalia Pineda de Alcázar*
- 56 Argentina: Prestigio periodístico en la intemperie laboral, *Jorge Luis Bernetti*
- 59 Chile: Educación superior en periodismo y comunicación, *Lucía Lemos*
- 61 Brasil: La pedagogía del Audio Visual, *José Tavares de Barros*
- 63 La formación en España, *Daniel E. Jones*
- 65 España: Posgrado en Comunicaciones, *José Manuel de Pablos*
- 67 Nuevos retos en la U. Autónoma de Barcelona, *Miguel Rodrigo Alsina*



## ENTREVISTAS

- 70** Roberto Fontanarrosa:  
El oficio de hacer reír,  
*Mariana Hernández y  
Gustavo Brufman*



## POLEMICAS Y PROVOCACIONES

**D**ependencia y libre mercado, identidad y modernización, imagen mediática y realidad, hegemonía y resistencia, son las ideas que siguen desvelando a los alquimistas de nuevos y viejos paradigmas.

- 76** La cultura y el modelo neoliberal,  
*Javier Esteinou Madrid*
- 80** Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural,  
*Elizabeth Fox*
- 83** No tomar lo real como real,  
*Jean Baudrillard*
- 85** No hay información inocente,  
*Jorge Lanata*
- 87** El lenguaje resbaladizo,  
*Oscar Landi*
- 88** El arca de la libertad,  
*Anthony Wardlaw*
- 93** La política como espectáculo,  
*Juan E. Fernández*

## AUTOCRITICAS Y CONTRAPUNTOS

- 100** Equilibrio y oxigenación:  
¿fantasía o realidad?,  
*Hernando Bernal*
- 102** Una voluntad de saber,  
*Ignacio Ramonet*

## TENDENCIAS EN RADIO, VIDEO Y TV CABLE

- 104** Argentina: historia de los radios libres,  
*Daniel Ulanovsky*
- 105** Testimonio de un emisor,  
*Gabriel Mariotto*
- 108** El videocable, *Oscar Landi,  
Ariana Vacchieri*



- 113** España: TV cable en las vísperas del boom,  
*Tito Drago*

## ACTIVIDADES DE CIESPAL

- 118** Entrevista a Francisco Ordóñez, Jefe del Departamento de Radio de CIESPAL.
- 121** Seminario en CIESPAL: Medios, consumo, integración y democracia,  
*José María Salcedo.*

## UNICEF

- 122** Los olvidados: Comunicación y pueblos indígenas en América
- 124** Declaración y compromiso de Río: Los medios de comunicación y la infancia
- 126** Documentos: Menores en Circunstancias Especialmente Dificiles (MECD)

## 127 RESEÑAS

### FOTO DE PORTADA INTERIOR

Tomada en Oaxaca, México,  
por Carlos Amérigo  
Dimensión Visual  
Uruguay 1391, Montevideo-Uruguay,  
Teléfono: 90 85 49

## NUESTRA PORTADA

*Caractericaricaturescos*, óleo sobre tela, 1992, es del pintor ecuatoriano Luigi Stornaiolo.  
Foto de Ramiro Jarrín

### Taller

Mallorca 487 y Coruña  
Quito. Ecuador  
Telf. (5932) 235 369

*Las facultades y las empresas de la comunicación crecieron vertiginosamente en América Latina en las últimas décadas. Lo hicieron por caminos paralelos, con un mínimo de contacto entre sí, con paranoica desconfianza y un agresivo desconocimiento mutuo. Este histórico divorcio explica muchas de las deficiencias que afectan a las partes. Una nueva voluntad hacia un cauteloso acercamiento se detecta en diversos países. José Marques de Melo analiza los antecedentes del desencuentro y propone reformas que vuelvan a vincular a los centros de estudio con sus contrapartes en el sistema productivo.*



## LA ATRACCION FATAL DE LA UNIVERSIDAD Y LA INDUSTRIA

**E**l balance de las seis primeras décadas de enseñanza e investigación de la comunicación en América Latina muestra avances y retrocesos. El perfil de los programas universitarios revela dos momentos distintos. Entre 1930

y 1960 se privilegiaba la formación profesional práctica de recursos humanos. Entre 1960 y 1990 se detecta una tendencia más academicista orientada a la generación de conocimientos. De una acción práctica se va hacia una conducta teórica.

Esa secuencia refleja el entorno social y político y las corrientes de ideas que marcaron las coyunturas históricas por las que atravesó nuestro continente. La etapa inicial se ajustaba al esfuerzo de expansión capitalista sustentado por las tesis del nacionalismo desarrollista que proponía el uso de los medios de comunicación para impulsar los cambios sociales y económicos. La segunda eta-

pa se articulaba alrededor de la negación del paradigma capitalista y la afirmación de nuevos modelos de sociedad inspirados en la utopía socialista.

### Industrialización, urbanización y comunicaciones

La formación profesional de comunicadores se desarrolló en paralelo con el proceso de industrialización y urbanización. Entre la primera y segunda guerras mundiales los Estados fomentaron la producción de bienes de consumo, crearon fábricas, generaron nuevos empleos, ampliaron el mercado interno y potencializaron la urbanización. Como consecuencia crecieron las redes de

**JOSE MARQUES DE MELO.** Director de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo, ECA-USP. Este artículo resume la ponencia presentada en el VII Encuentro Internacional de Facultades de Comunicación Social realizado en Acapulco, México, octubre de 1992. La versión completa en portugués y la extensa bibliografía adjunta puede obtenerse a través de *Chasqui* o de la ECA-USP.

comunicación de masas. Con el fin de atender la demanda de profesionales de la comunicación surgieron las primeras facultades de comunicación. Inicialmente se restringieron al Periodismo pero luego se extendieron a la Publicidad, las Relaciones Públicas y la Radiodifusión.

Las primeras experiencias educativas surgieron en aquellos países donde el proceso de industrialización y urbanización adquiría mayor intensidad: Argentina y Brasil. En 1934 en Buenos Aires surge un proyecto universitario inspirado en el modelo norteamericano. Al año siguiente, se organiza en Río de Janeiro la formación de publicistas de acuerdo al patrón de las universidades europeas. El primer proyecto tenía un perfil profesionalizante y el segundo revelaba una vocación marcadamente académica.

Aunque las escuelas fueron creadas de acuerdo con las demandas de un mercado de trabajo en expansión, sus egresados encontraron dificultades para obtener empleo porque los empresarios del ramo los consideraban incapaces de realizar tareas básicas de la profesión. Como el entrenamiento instrumental era débil por la ausencia de laboratorios y centros de investigación, recién después de reciclarse en las empresas periodísticas los egresados podían acceder a las redacciones de los medios.

### El modelo norteamericano

Experiencias similares se replicaron en la década siguiente en Cuba, México, Ecuador, Venezuela y Colombia, donde se instalaron cursos de periodismo inspirados en el modelo norteamericano.

Pero las escuelas de periodismo de América Latina no se desarrollaron en sintonía con la profesión, las empresas y los sindicatos. Les faltó la práctica cotidiana de la información de actualidad para el entrenamiento de los futuros productores de noticias. Tal articulación orgánica existió en las instituciones norteamericanas en las que teóricamente se inspiraron sus congéneres latinoamericanos.

La escuela de periodismo de la Universidad de Columbia fue concebida por Joseph Pulitzer. El exitoso editor de periódicos financió la formación del posgrado en periodismo para jóvenes provenientes de humanidades para que manejen las técnicas del reportaje y la

**L**as primeras experiencias de formación periodística surgieron en los años 30 en Argentina y Brasil donde los procesos de industrialización y urbanización adquirían mayor intensidad.

edición. El educador Walter Williams concibió la escuela de la Universidad de Missouri como un proyecto práctico, armado en torno al periódico de circulación diaria dirigida a la comunidad como laboratorio para los estudiantes. En esos cursos universitarios la formación no terminaba en el aula o en las bibliotecas, sino que se complementaba y fortalecía en los laboratorios de la industria abiertos a la observación, la experiencia y la crítica.

En América Latina el camino adoptado fue diametralmente opuesto. La diferencia se debe, por un lado, a la mentalidad de los propietarios de medios, empresarialmente inmediatistas y por lo tanto poco dispuestos a invertir en la formación y la investigación. Por otro lado, los dirigentes universitarios desdaban la cooperación con el sector empresarial rechazando iniciativas de apoyo para capacitar mejor a los futuros profesionales. Señalando las contradicciones políticas y, supuestamente para preservar su autonomía crítica, la Universidad promovió un modelo de formación apartado de las demandas de la producción y de la sociedad.

### Algunas excepciones

Las excepciones se dan en Brasil y Venezuela en los años 50. La creación de la Escuela de Periodismo Cásper Líbero, en São Paulo, es una acción conjunta entre una importante empresa periodística y la Universidad Católica. La intención era formar periodistas combinando la infraestructura y la competencia técnica de la empresa con la capacitación humanista disponible en la Universidad. Después de la muerte del director y fundador de la Escuela el proyecto perdió su enfoque debido al distanciamiento entre el profesorado y la redacción del periódico.

En Caracas, el funcionamiento de la Escuela de Periodismo de la Universidad Central encontró respaldo en la organización sindical de los periodistas (Asociación Venezolana de Prensa). Es por eso que su estructura inicial demostró vitalidad profesional y perspicacia investigativa acumulando conocimientos específicos. Ciertamente el éxito del proyecto no puede desligarse de la captación de recursos públicos. Ese perfil se mantuvo vigente durante dos décadas. La institución contó con

recursos pedagógicos semejantes a los de las escuelas norteamericanas donde era posible realizar experiencias de producción de mensajes además de hacer observaciones empíricas o documentales. Pero poco a poco el proyecto decayó por no construir puentes directos con el mundo real (empresas y profesionales), asumiendo una fisonomía puramente académica que entró en crisis apenas faltó financiamiento gubernamental y se desactualizó el equipamiento destinado a experiencias e investigación.

### El modelo Ciespalino

Cuando al final de la década del 50 la UNESCO promovió la creación de CIESPAL, el diagnóstico sobre enseñanza de periodismo en América Latina mostraba el fracaso de nuestras universidades y acentuaba el descompás entre las estrategias de uso de los medios de comunicación y los programas de desarrollo de la región. La principal función de CIESPAL fue reciclar los profesores de las escuelas de periodismo y entrenar a las nuevas generaciones para asumir la docencia universitaria. Durante los años 60 muchos profesionales aprendieron a enseñar, investigar y producir comunicación en CIESPAL dentro de los parámetros desarrollistas de la UNESCO. La institución ejerció un papel multiplicador diseminando nuevos conceptos e instrumentos de acción que

Cuando la UNESCO promueve la fundación de CIESPAL, el diagnóstico de la enseñanza de periodismo en América Latina mostraba el fracaso de las universidades y destacaba el descompás entre los medios de comunicación y los programas de desarrollo en la región.

encontraron respaldo en las empresas, en los gremios y en las escuelas de periodismo.

La principal innovación fue el uso de la investigación científica para la planificación de estrategias comunicacionales y la evaluación de resultados. El entrenamiento de profesionales actuantes en las empresas para tareas docentes redujo la distancia entre las escuelas y el mercado de trabajo creando formas de colaboración y diálogo.

Apoyándose en su credibilidad y en la influencia sobre las universidades latinoamericanas CIESPAL propuso a principios de los 70 un plan piloto tendiente a unificar las estructuras pedagógicas en el área de comunicación. La idea era superar el énfasis en periodismo y ampliar la educación hacia otras disciplinas: persuasivas (Publicidad y Relaciones públicas), ficción (Cine y Radio) e institucionales (Comunicación empresarial, rural, comunitaria).

### Nuevos distanciamientos

La equivocación de CIESPAL fue idealizar un modelo de formación apropiado para pequeñas comunidades, principalmente rurales, donde la sociedad requería un profesional habilitado para ejercer múltiples y diversas tareas comunicativas. Estimular su implantación en forma indiscriminada en todo el continente significó un retroceso. La Universidad se distanció de la sociedad. Los profesionales no egresaban habilitados para el desempeño de funciones especializadas. Las facultades de comunicación comenzaron a graduar estudiantes para el mercado de desempleados.

El plan piloto incorporaba un núcleo de estudios teóricos de comunicación desarrollado por científicos sociales, sociólogos, antropólogos, psicólogos, politólogos, historiadores y semiólogos. Los docentes de esas disciplinas generalmente desconocían los fundamentos de la teoría de la comunicación y muchas veces tenían prejuicios en contra de la industria de la comunicación y sus profesionales. La sofisticación académica de los científicos sociales fomentó cierto menosprecio hacia los profesores criados en la práctica de las comunicaciones. Las universidades se alejaron de los docentes con experiencia y formación en la industria.



*El globo de la crítica y la autonomía*

Carlos Amérgo, Dimensión Visual

Algunas escuelas cambiaron su perfil académico tornándose en meros apéndices de los núcleos de ciencias sociales o ciencias del lenguaje. La comunicación se convirtió en un pretexto para especulaciones académicas dejándose de lado cualquier práctica o actividad experimental con la justificación de que la Universidad es el espacio privilegiado de la reflexión crítica.

### Nuevos intentos de actualización

Lentamente, en los últimos años, las escuelas de comunicación fueron dejando atrás el modelo Ciespalino, buscando legitimación académica y proyección social. A pesar del conflicto latente entre teóricos y prácticos (entre comunicólogos y comunicadores) se fue creando una conciencia de que las universidades sólo tienen sentido en la medida que se sintonizan con las demandas sociales.

En Brasil se dejó en manos del Ministerio de Educación la definición del perfil de la formación de recursos humanos y la producción de conocimientos en comunicaciones. Esa dependencia aseguró la legitimidad de las acciones universitarias estableciendo patrones de calidad, dando credibilidad a los títulos obtenidos y hasta garantizando recursos financieros. Pero también significó la uniformización de los programas educacionales. Las escuelas superiores tuvieron dificultades para adecuarse a las especificidades locales y regionales.

### El excesivo centralismo brasileño

Esa política centralizante se agravó durante los años de autoritarismo militar, a partir de 1964. Todas las universidades debieron cumplir con el "currículum mínimo" y fueron estrictamente fiscalizadas por el gobierno central. Las escuelas de comunicación no tenían libertad para interactuar con las comunidades ni para adoptar planes de enseñanza acordes con las demandas locales. Ese fue el mayor obstáculo para el desarrollo de las relaciones entre universidades e industrias. La estructura curricular nacional creaba resistencia a las propuestas de innovación. El buen criterio aconsejaba la organización de escuelas de comunicación menos centralizadas y más plenamente sintonizadas con las necesidades locales tanto para la formación de recursos humanos como para la producción de conocimiento. Pero en Brasilia faltaba

la sensibilidad para comprender las profundas diferencias regionales que se reflejan aún en toda la producción cultural del país.

### Primeros programas de posgrado

La formación de recursos humanos para las empresas periodísticas, las agencias de publicidad y relaciones públicas, las emisoras de radio y televisión, y los estudios cinematográficos fue la tarea básica del primer ciclo universitario. Pero paralelamente surgió un sector más avanzado de las escuelas de comunicación dedicado a la producción de conocimiento. Los programas de posgrado surgieron inicialmente en las universidades públicas de São Paulo, Rio de Janeiro y Brasilia. Esos programas pioneros tenían una vocación eminentemente académica. Privilegiaban actividades de investigación básica, además de formar profesores universitarios, investigadores y planificadores de comunicación para instituciones públicas o privadas. La tendencia en Brasil fue asignar al pregrado la función de entrenar comunicadores y a los posgrados la de formar comunicólogos.

De las 80 universidades con facultades de comunicación en Brasil ocho tienen cursos de posgrado con títulos de maestrado y tres con títulos de doctorado. Las carreras hegemónicas son Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas. Radio, Televisión, Cine y Producción Editorial son especialidades menos atendidas. En varias universidades los cursos de comunicación son los de mayor demanda entre los recién ingresados.

### La transición democrática

La transición democrática permitió iniciar y adelantar la búsqueda de alternativas. La reforma constitucional de 1988 otorgó autonomía a las universidades. Gradualmente se hizo evidente que la eliminación del "currículum mínimo" federal era el punto de partida para la renovación de la enseñanza y la dinamización de la investigación. La autonomía de las escuelas era y es indispensable para incentivar la interacción crítica con las industrias de la comunicación.

En 1990 se realizó en São Paulo el "Coloquio sobre Enseñanza de Comunicación y los Desafíos de la

**V**incular universidad  
e industria requiere  
el desarme  
ideológico de los  
educadores/investigadores y  
la modernización de los  
empresarios que todavía  
tienen un comportamiento  
gerencial propio del  
capitalismo salvaje.

Modernidad". Participaron líderes universitarios de todo el país y se propuso para la discusión una plataforma básica de cambios cuyos principales elementos pueden servir como punto de partida para dinámicas semejantes en otros países de América Latina:

1.

**Autonomía curricular**

Las transformaciones que operan en el país y el mundo afectan a la Universidad y al sistema productivo, e imponen una reestructuración de la enseñanza de comunicación en el ciclo de pregrado. El mantenimiento de la estructura curricular erigida al final de los años 60, con su figura del "comunicador polivalente" encarnada aún en el "tronco común" requerido en todas las especialidades, ha sido un obstáculo para sintonizar la formación con las tendencias de especialización profesional dominantes en el Primer Mundo. El exceso de normas contenidas en el "currículum mínimo" y el gran número de disciplinas obligatorias dejan poco margen para la libertad de iniciativa de las escuelas de comunicación.

Poco después del Coloquio, los dirigentes de los cursos de cinematografía propusieron una revisión curricular y obtuvieron anuencia del Consejo Federal de Educación para implantar con "carácter experimental", currículums autónomos.

La "autonomía curricular" sigue siendo una necesidad prioritaria para las otras carreras en comunicación (Periodismo, Relaciones Públicas, Publicidad y Propaganda, Radio y Televisión y Producción Editorial) por las contingencias que enfrentan para atender las demandas de un mercado de trabajo completamente modificado por las innovaciones tecnológicas y las mutaciones políticas y económicas por las que atraviesa Brasil. Esta autonomía curricular permitiría experimentar con nuevas estructuras de capacitación buscando la interacción entre las metas de la universidad y las demandas del sistema productivo en cada región del país.

2.

**Formación cultural de los comunicadores**

Desde el inicio de los programas de formación en comunicaciones se

**LINEAS DE ACCION**

Los cambios en curso en la ECA-USP reflejan cuatro líneas de acción centrales del proyecto de reforma de las facultades de comunicación:

- 1) Una escuela de comunicaciones constituye un espacio universitario donde deben coexistir tres actividades interdependientes: la enseñanza o formación de recursos humanos; la investigación o generación de conocimiento; y la extensión como difusión y democratización del saber acumulado para su uso y aplicación por la sociedad.
- 2) Una escuela de comunicaciones no puede aislarse del sistema productivo, es decir, de la industria de las comunicaciones. Si lo hace arriesga el estancamiento intelectual y la marginación del mundo real. Su principal responsabilidad es analizar críticamente la comunicación que produce la sociedad y actuar como instancia de vanguardia en la concepción de alternativas tecnológicamente viables y culturalmente sintonizadas con las demandas populares.
- 3) Una escuela crítica es aquella que está dispuesta al diálogo con todos los actores que operan en su campo de trabajo, comprendiendo los procesos de su entorno social, lo que implica mantener una sintonía con el ambiente transnacional que lo caracteriza, y sin perder de vista la identidad cultural -local, regional y nacional- de la sociedad a la que está orgánicamente ligada.
- 4) Una escuela de comunicaciones moderna deberá estar abierta al intercambio y la cooperación internacional, sin prejuicios ni xenofobia, con una actitud pluralista que permita captar las nuevas tendencias teóricas y metodológicas preservando su identidad cultural y autonomía científica. Estos son requisitos indispensables para conquistar la credibilidad social y la madurez académica.

reconoce que el comunicador no es sólo un técnico sino un profesional que, como el médico y el ingeniero, tiene que tener conciencia de su responsabilidad ante la sociedad y asumir una ética en el desempeño de su profesión. Por tanto su formación debe contar con dos líneas básicas: la del manejo competente del instrumental tecnológico, y la del contenido cultural, que lo torne apto para situarse en la sociedad y vislumbrar los cursos posibles de su evolución.

La formación cultural del comunicador debe corresponder a las necesidades de las especialidades en comunicación. ¿Se puede concebir un cineasta o un profesional de televisión que no conozca la estética o la historia de la imagen? ¿O un profesional de relaciones públicas o incluso un periodista que no domine por lo menos una lengua extranjera? Se corre el riesgo de fijar una lista de requerimientos que pretendan transformar al comunicador en un enciclopedista. Es esencial establecer prioridades identificando los campos del conocimiento que permitan comprender mejor el comportamiento del hombre en su complejidad individual y colectiva. Empresarios y ex-alumnos deben colaborar en el estudio de esas prioridades.

El argumento en favor de preservar la autonomía crítica justificó la adopción de un modelo de universidad apartado de las demandas sociales.

3.

### Interacción con el sistema productivo

Después de un largo período de aislamiento y conflicto entre las empresas de la industria cultural y las escuelas de comunicación se torna impostergable reanudar la interacción. Ya existen varias experiencias de articulaciones satisfactorias entre universidades y empresas. Hay proyectos de interés público a través de los cuales las escuelas de comunicación acceden a las innovaciones profesionales sin comprometer su necesaria perspectiva crítica. Algunas empresas demandan de las universidades evaluaciones críticas de sus productos, hechas de modo competente y utilizando parámetros científicos. Esa interacción entre escuelas y empresas de comunicación requiere el desarme ideológico de los educadores/investigadores y la modernización de los empresarios entre quienes todavía persiste un comportamiento gerencial pautado por los matices del capitalismo salvaje.

La universidad brasileña ha perseguido el ideal de la modernización buscando acceder a las tecnologías de última generación sin reconocer que le es imposible competir eficazmente con la empresa privada. En países del primer mundo como Japón, la universidad ya se

conformó en poseer el instrumento necesario para la enseñanza de una destreza, dejando la sofisticación profesional al ejercicio dentro de la empresa. Para lograr esa secuencia complementaria se impone un diálogo inmediato con el empresariado, y la universidad debe dar el primer paso, ya que le cabe difundir nuevas modalidades de comportamiento. La cooperación entre la empresa y la universidad puede resultar en el financiamiento de proyectos que permitirían capacitar recursos humanos reduciendo o rompiendo la dependencia con el Estado.

4.

### El cuerpo docente

La mejoría de la calidad de la enseñanza y la investigación en las escuelas de comunicación depende fundamentalmente de la actuación de su cuerpo docente. Además de la competencia profesional y científica, es indispensable un reciclaje pedagógico para los profesores de las escuelas de comunicación pues muchas veces dominan conocimientos específicos pero no poseen la destreza para transmitirlos en el aula o los laboratorios. Es conveniente promover el trabajo de equipo entre docentes. Ese proceso debe ser realizado en la convivencia con el alumno. De ahí la urgencia de abrir espacios en la

carga horaria de los cursos de comunicación, para promover el diálogo entre docentes de diferentes disciplinas y realizar seminarios o coloquios sobre temas de actualidad de común interés.

5.

### Programas de posgrado

En lo que respecta a los posgrados, es indispensable sintonizar los programas de enseñanza con las tendencias de la investigación internacional en las áreas de comunicación y se torna inaplazable la configuración de parámetros propios para la investigación de los fenómenos comunicacionales, de acuerdo con la tradición científica del Primer Mundo. Se debe reformular las áreas de los cursos de posgrado, ya sea para atender a las nuevas demandas profesionales o para permitir el reciclaje pedagógico reclamado por la actual clientela de esos cursos, mayoritariamente constituida por docentes de las escuelas de comunicación. El énfasis de los programas en la formación de investigadores debe ser preservada, pero es importante abrir espacios para experiencias innovadoras, como la creación de maestrados profesionalizantes (a ejemplo de los que ocurre en Estados Unidos o Japón), o la organización de programas de emergencia para capacitar pedagógicamente los nuevos docentes



M. C. Escher, 1943

*Las ideas se pasean por la realidad*

Se impone un diálogo inmediato con el empresariado, y la universidad debe dar el primer paso, ya que le cabe difundir nuevas modalidades de comportamiento.

que ingresan en las escuelas de comunicación provenientes de sectores profesionales.

### El diagnóstico de ECA-USP

En base a estas orientaciones generales, la Escuela de Comunicaciones y Artes de la Universidad de São Paulo (ECA-USP) antes de esbozar cambios estructurales, realizó una investigación en torno a los alumnos y los empleadores para detectar la evaluación que hacían ellos de las experiencias de aprendizaje y el desempeño profesional en las empresas. Recurrió además a consultores extranjeros y patrocinó visitas de una decena de docentes a los centros de estudio de países europeos y de Estados Unidos para conocer las tendencias existentes allí. Eso determinó las reformas a ser iniciadas en 1993 y que comprenderán acciones pedagógicas y científicas con la siguiente orientación:

**1. Actualización de los cursos de pregrado y autonomía curricular.** Los nuevos programas de enseñanza fueron organizados de acuerdo con las peculiaridades de las diversas carreras profesionales preparando comunicadores especializados. Los alumnos recibirán una formación sintonizada con las demandas del mercado de trabajo. Además de adquirir conocimientos que los habilitarán para planificar, producir y evaluar productos comunicacionales, los estudiantes participarán en experiencias concretas en los laboratorios de la propia escuela.

Recibirán además formación humanística complementaria, cursando disciplinas en otras unidades y departamentos universitarios que los capacitarán para dominar los contenidos que serán codificados en los mensajes y difundidos por los medios (historia, política, economía, ciencias, artes, literatura, etcétera). Todo eso reforzado por el marco ético y científico oriundo de la teoría y la metodología de la comunicación.

**2. Reestructuración del posgrado articulando orgánicamente la investigación pura y aplicada.** El programa de maestrado y doctorado en Ciencias de la Comunicación fue desmembrado en seis programas distintos:

- Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación que prioriza la investigación básica;

**S**e debe reformular las áreas de los cursos de posgrado, ya sea para atender a las nuevas demandas profesionales o para permitir el reciclaje pedagógico reclamado por la actual clientela de esos cursos, mayoritariamente constituida por docentes de las escuelas de comunicación.



- Ciencias de la Información y Documentación;
- Comunicación para el mercado;
- Imagen y sonido;
- Periodismo;
- Turismo y Recreación.

Todos ellos pretenden formar investigadores para las universidades, las instituciones gubernamentales, las empresas privadas y las organizaciones de la sociedad civil que demandan recursos humanos de alto nivel para programas de desarrollo sociocultural.

**3. Creación de núcleos de documentación e investigación que apoyen a los programas de enseñanza, y promuevan estudios sobre temas prioritarios para el desarrollo de los sistemas nacionales de comunicación.** En este sentido ya funcionan

varios equipos multidisciplinarios dedicados a los siguientes temas estratégicos:

**Escuela del futuro.** Uso de las nuevas tecnologías de comunicación en los procesos educativos.

**Informática.** Aplicación de las innovaciones informáticas en la generación, difusión y evaluación de los productos comunicacionales.

**Mercado de trabajo.** Identificación de las demandas ocupacionales como feed-back indispensable a la crítica y revisión de las prácticas pedagógicas en las escuelas de comunicación.

**Divulgación científica.** Utilización de los medios de comunicación de masa para democratizar el conocimiento generado por los centros de investigación científica y tecnológica.

**Documentación de la investigación en comunicación.** Creación de bases de datos para estocar conocimientos producidos por las instituciones de investigación en comunicación de los países de lengua portuguesa.

**Práxis periodística.** Diagnóstico de los cambios ocurridos en las prácticas periodísticas brasileñas en el período 1945-1995, centrado en dos variables: las innovaciones tecnológicas y el paradigma democrático.

**Historietas.** Rescate de la memoria de la industria brasileña de cómics y análisis de sus usos educativos y culturales.

**Telenovelas.** Preservación de la memoria de la industria brasileña de telenovelas y análisis de su impacto socio-político.

Otros equipos están en formación: Audiovisuales (cine, video y televisión); Comunicación Institucional; Comunicación Rural; Publicidad; Comunicaciones e Integración Regional.

**4. Difusión del conocimiento generado en la institución en otras universidades, empresas y órganos -para eventual utilización de conceptos, paradigmas, métodos y tecnologías creados por los investigadores.** Con ese fin la ECA-USP mantiene 6 publicaciones periódicas: *Anuário de Inovações em Comunicações e Artes*; *Simpósios em Comunicações e Artes*; *Revista de Comunicações e Artes*; *Brazilian Communication Research Yearbook*; *Anuário Brasileiro da Pesquisa em Jornalismo e Turismo*; y *Análise*. ❁