

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

Lo que hicieron los medios en
el ascenso y derrocamiento
de Fernando Collor de Mello

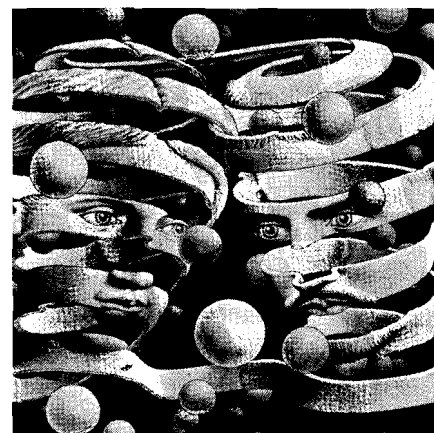


- 4 Construcción y abandono de
un buque defectuoso,
Lattman-Weltman,
Plinio de Abreu Ramos,
José Dias Carneiro
- 8 ¿Renacimiento espiritual en
los medios brasileños?
Rondon de Castro
- 10 Ambientando la destitución de
un presidente,
Gaudencio Torquato
- 12 Los medios contra la
corrupción,
Sonia Virginia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

REFORMA DE LAS FACULTADES

La 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



ENTREVISTAS

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



POLEMICAS Y PROVOCACIONES

Dependencia 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.

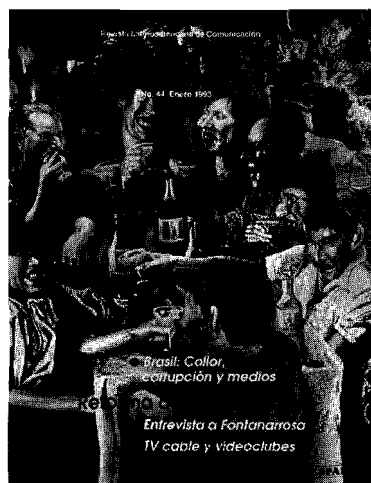
- 76** La cultura y el modelo neoliberal,
Javier Esteinou Madrid
- 80** Tres visitas al paradigma de la dependencia cultural,
Elizabeth Fox
- 83** No tomar lo real como real,
Jean Baudrillard
- 85** No hay información inocente,
Jorge Lanata
- 87** El lenguaje resbaladizo,
Oscar Landi
- 88** El arca de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



Foto Universidad Autónoma de Barcelona

LA FORMACION EN ESPAÑA

La educación de periodistas y publicitarios tiene una cierta tradición en España, y en los últimos años se ha desarrollado también la de los comunicadores audiovisuales, diseñadores, técnicos en relaciones públicas y documentalistas. Si bien, en general, las facultades españolas ofrecen un mejor nivel de formación que sus contrapartes latinoamericanas, muchos de los problemas que enfrentan son similares, y otros parecen propios de la compleja realidad multicultural de España.

En España existen doce Facultades de Ciencias de la Información: ocho públicas (Madrid, Bellaterra, Bilbao, Sevilla, Santa Cruz de Tenerife, Santiago de Compostela, Barcelona y Málaga) y cuatro privadas de orientación católica (Pamplona, del Opus Dei; Salamanca, de la Conferencia Episcopal; y Madrid y Valencia, de la Fundación CEU San Pablo). En total cuentan con más de un millar de profesores y con unos 25.000 alumnos.

Desde sus inicios, estas Facultades -preferentemente las públicas- se vieron agobiadas por problemas difícilmente solucionables a corto plazo: excesivo número de alumnos, deficiente formación de una parte del profesorado, insuficiente dotación de equipamientos técnicos para la formación académica y profesional del alumnado e inadecuación de los sucesivos planes de estudio a las demandas sociales y laborales.

Con la implantación gradual de un nuevo plan de estudios, a partir del curso 1992-93, algunos centros están en condiciones de ofrecer licenciaturas en Periodismo, Publicidad / Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual.

Asimismo, en varias Facultades de Ciencias de la Información se pueden cursar estudios de postgrado -tanto doctorados como masters- y en estos momentos existen en España probablemente medio millar de doctores -grado imprescindible para poder acceder al funcionariado- en alguna de las especialidades de la comunicación social.

¿Por qué comunicación social?

Miles de jóvenes intentan acceder cada año a la universidad para estudiar alguna de las especialidades de comunicación social. Son diversos sus motivos: menos desempleo que en otras profesiones tradicionales, una carrera "más fácil" que otras, y la atracción que ha supuesto el desarrollo del sistema comunicativo español a través de la aparición

DANIEL E. JONES, es profesor en la Universidad Autónoma de Barcelona e Investigador en el Centre d'Investigació de la Comunicació (de la Generalitat de Catalunya).

de numerosas cadenas de radio y televisión, nuevas publicaciones periódicas, el crecimiento del mercado publicitario y la diversificación de las salidas profesionales con los gabinetes de prensa de empresas e instituciones.

No obstante, no todos los jóvenes licenciados en periodismo o publicidad encuentran trabajo. Los mejor preparados logran introducirse en el mercado laboral y escalar con relativa facilidad hacia puestos de responsabilidad. Pero una gran legión de licenciados termina



Foto Universidad Autónoma de Barcelona

en el desempleo o bien realizando tareas diferentes -mejores, iguales o peores- a las de su profesión.

La formación de los estudiantes de Ciencias de la Información ha sido un asunto muy debatido. Ha existido un divorcio considerable entre los centros de formación y los colectivos profesionales -del periodismo y la publicidad, fundamentalmente-, que han considerado siempre que los jóvenes licenciados tenían graves deficiencias formativas a la hora de entrar en el mercado laboral.

Asimismo, ha existido un cierto rechazo por parte de algunas empresas informativas importantes del país hacia las Facultades de Ciencias de la Información. Por ello, algunas de éstas como -PRISA, Prensa Española o El Correo Español- han creado masters de acuerdo con otras Universidades para la formación y selección de su personal, al que han accedido licenciados de diferentes carreras y no

sólo de periodismo. De todas maneras, la realidad demuestra que los colectivos profesionales de los medios de comunicación españoles, así como las agencias de publicidad, están constituidos hoy en día fundamentalmente por jóvenes formados en estas facultades.

Es decir que mientras algunas Facultades orientan la enseñanza a un público más masificado e indefinido, otras pretenden formar muy bien a sus alumnos, es decir de manera un tanto elitista. Tradicionalmente, los jóvenes formados en la Universidad de Navarra -con unas matrículas mucho más onerosas- han salido, en general, con una formación profesional y académica más sólida que los egresados de las Universidades públicas. De todas maneras, está por verse que los niveles de formación entre unas promociones y otras sean muy diferentes en el futuro.

Los cursos de posgrado

La aplicación de la Ley de Reforma Universitaria a partir de mediados de los años ochenta favoreció el desarrollo de los cursos de postgrado en comunicación social en el país. Se amplió considerablemente la oferta y, en consecuencia, aumentó la demanda por realizar cursos de master o doctorado por parte de muchos licenciados que querían consolidar su situación profesional, retrasar su ingreso en el desempleo o completar una formación académica desde todo punto insuficiente.

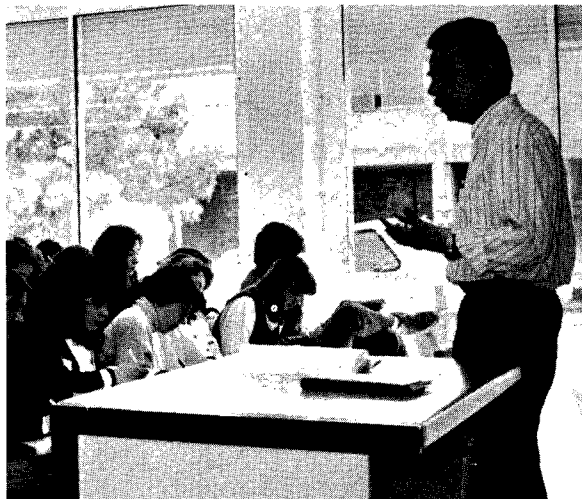


Foto Universidad Autónoma de Barcelona

Pero los resultados obtenidos hasta ahora no son demasiado satisfactorios. En muchos casos, los cursos de doctorado son deficientes, están dictados por personas escasamente formadas y con poca experiencia investigadora. Los doctorados -especialmente los mejor dotados- no encuentran respuestas a sus demandas de orientación teórica y metodológica, con lo que algunas tesis que llegan a ser defendidas ante los tribunales académicos son pobres y deficientes, aunque rara vez algunas sea desestimada. Por otro lado, algunos profesores se quejan de que son, por el contrario, los propios doctorandos quienes no están preparados para acceder a este nivel académico.

Por su parte, los cursos de master suelen ser dictados conjuntamente por profesores universitarios y por profesionales destacados del mundo empresarial. En general, suelen ser más atractivos que los cursos de doctorado pues están orientados preferentemente hacia salidas profesionales. La matrícula es bastante onerosa para los estudiantes y los profesores suelen estar muy bien remunerados por sus clases, de manera que éstos se interesan mucho más por los masters que por los doctorados.

Tradicionalmente, bastantes jóvenes latinoamericanos han asistido a los cursos de doctorado de las Facultades de Ciencias de la Información españolas, en especial las de Pamplona, Bellaterra y Madrid. Algunos son becados por instituciones de sus respectivos países o bien por el Instituto de Cooperación Iberoamericana (Madrid).

Las expectativas son altas pero la realidad suele decepcionar. Unos cuantos no tienen problema y logran culminar los dos años de cursos académicos y su tesis doctoral. Pero otros se encuentran con un país diferente al que imaginaron al partir, ya que muchos de los temas tratados en las clases les son ajenos, no encuentran profesores que se interesen por sus objetos de investigación porque desconocen la realidad latinoamericana o tienen problemas lingüísticos (por ejemplo, en Cataluña, donde casi todas las clases son en catalán) y esta desorientación retrasa y malogra los resultados finales. ●