

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

Tel.: (593-2) 2506149 – 2544624

Fax (593-2) 2502487

e-mail: chasqui@ciespal.net

web: www.ciespal.net

www.comunica.org/chasqui

Apartado 17-01-584

Quito – Ecuador

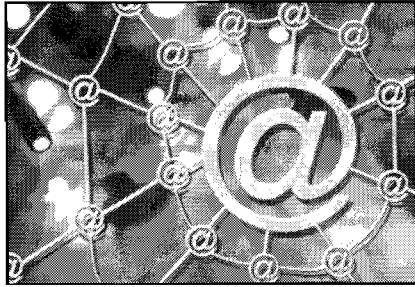
Registro M.I.T., S.P.I. 027

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**

La formación del periodista

DIGITAL

A black and white photograph of a computer monitor and keyboard. The monitor is the central focus, displaying the word 'DIGITAL' in large, bold, white letters with a black outline. The keyboard is visible in the foreground, and the background is a textured, abstract pattern.

Koldobika Meso Ayerdi ■

La nueva Era de la Información Digital plantea a los periodistas grandes retos a los que solo podrán enfrentarse desde unos cimientos formativos sólidos. Sin embargo, tal y como apunta Díaz Nosty, las facultades de periodismo españolas siguen, en su mayoría, aferradas a unos planes de estudio un tanto desfasados y escasamente dinámicos que no atienden a las demandas actuales del mercado. Recuerda Javier Sánchez Erauskin que los futuros profesionales de la comunicación, llegados a las universidades, se enfrentan de pronto al reto de unos estudios universitarios enmarcados en la tradicional cultura del texto y de la clase magistral. En ese sentido, no extraña que se produzcan desacoples que agudizan el distanciamiento generacional existente entre enseñantes y enseñados.

En 1997, el Ministerio de Educación y Cultura español dio a conocer un informe sobre la calidad de la Universidad, en el que tomaron parte 46 centros públicos y privados y que se basaba en una encuesta a profesores, alumnos y personal de administración y servicios. En el citado informe se señalaba ya la escasa aceptación de la clase magistral, que comportaba una baja participación del alumno en las clases, que se limitaba a mantener una actitud pasiva.

Nos enfrentamos a unos nuevos alumnos con un perfil marcadamente audiovisual, que nos debe llevar a cuestionar un tipo de enseñanza universitaria, claramente, basado en la palabra escrita.

A nuestro entender, es necesario poner el acento sobre este subsanable desajuste y redundamos en la necesidad de formar periodistas preparados, que sepan adaptarse a las exigencias del mercado y que desarrollen una alta capacidad de autodidactismo. Tal y como adelanta Raymond Colle, el profesional de mañana debe formarse constantemente si quiere evitar la obsolescencia de sus conocimientos y la denegación de su quehacer.

La revolución de la información no ha hecho más que empezar. Se avecina un cambio global en nues-

tras vidas, al que nos dirigimos mucho más rápido de lo que puede parecer.

En vísperas del mundo digital puede afirmarse que el periodista del siglo XXI será digital o no será. Tiene ante sí un gran reto y al mismo tiempo una gran oportunidad. Sin embargo, es preciso que el periodista aprenda nuevas reglas. Ser digital se convertirá en un hecho diferenciador, vaticina Carmen Peiró.

El ordenador se ha convertido en una poderosa herramienta de comunicación, en un aliado inseparable de los profesionales de los medios informativos, tal y como señala Virginia Luzón. No bastará, sin embargo, que el periodista sea digital; deberá estar conectado a la Red, se llame Internet o como quieran bautizar los expertos a los canales del ciberespacio.

Relación amigable con la Red

Desde la Universidad, como profesores hemos de insistir a nuestros alumnos que se mentalicen de la necesidad de establecer y mantener una relación amigable con la Red para el Periodismo, porque constituirá su aliada en el ejercicio profesional. Les hemos de insistir que lo más importante no es que aprendan el manejo de un determinado programa navegador o el correcto funcionamiento del *chat* o el correo electrónico, sino que entiendan el proceso informativo de forma global y comprendan que han de precisar de unos conocimientos y que sean capaces de desarrollar las habilidades necesarias para estar siempre en permanente autoformación. Asimismo, les hemos de recomendar que se lancen sin miedo al ciberespacio.

Las nuevas asignaturas, relacionadas con el Periodismo en Internet, están pensadas para que los futuros profesionales y los estudiosos de las Ciencias de la Información adquieran un conocimiento básico de la evolución y desarrollo de la información gracias a Internet.

Nos interesa la parcela del Periodismo en Internet por varias razones fundamentales. Primera:

■ Koldobika Meso Ayerdi, español, Profesor Titular de la Universidad del País Vasco
 ■ Correo-e: pdpmeayk@lg.chu.es

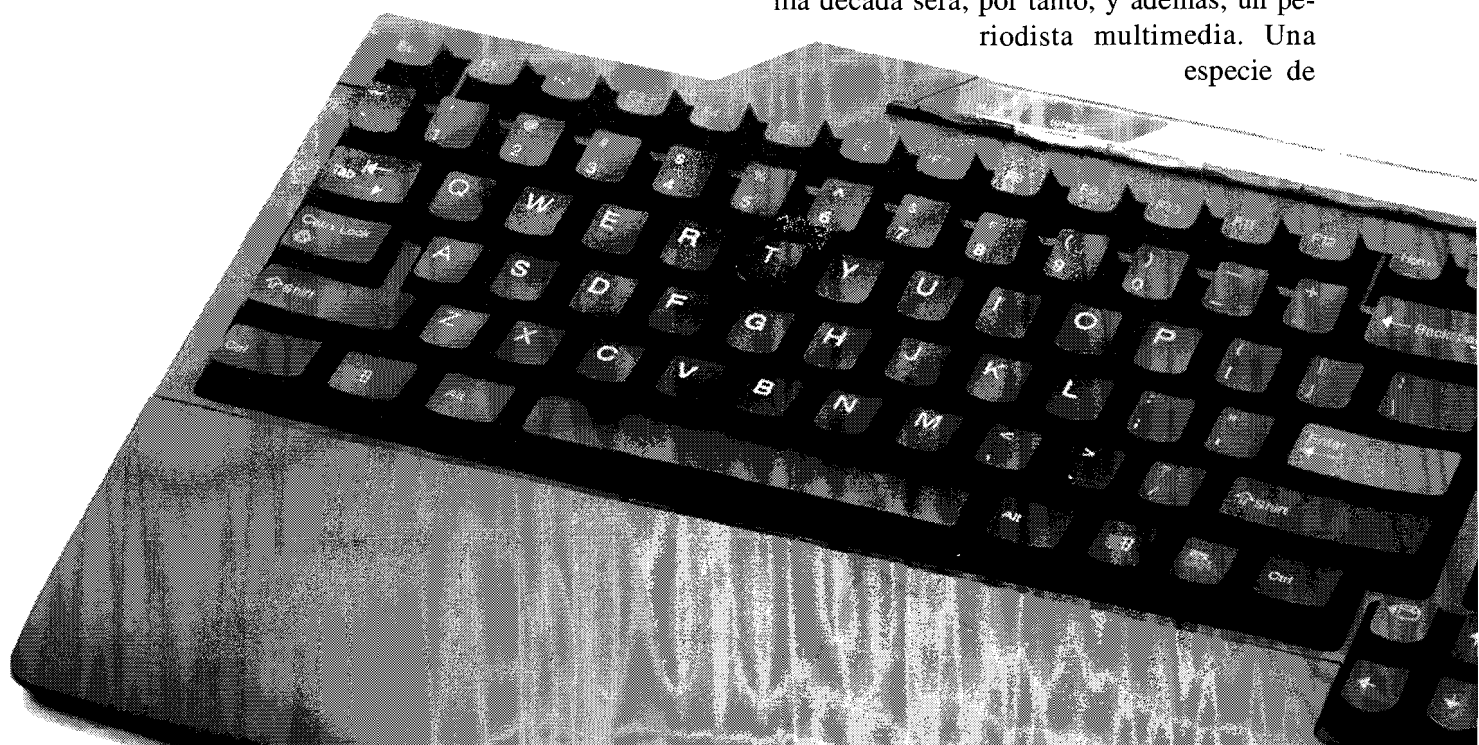
***Internet
se ha convertido
en un gigantesco
quiosco de prensa y
en una potente base
de documentación,
y es solo el principio***

casi todos los inventos tecnológicos han sido superados por otros más potentes y eficaces, salvo la escritura, que sigue siendo el vehículo más importante para la transmisión y almacenamiento de conocimientos. Cambian los soportes pero la letra escrita sigue siendo una herramienta insustituible. Segunda: esta doctrina se ajusta al perfil y objetivos de unas asignaturas que comienzan a impartirse en casi todas las Facultades y Escuelas de Comunicación.

Familiarizarse con las nuevas tecnologías

Resulta prioritario que los profesionales de los medios y los estudiantes de Periodismo se familiaricen con las nuevas tecnologías y aprendan a moverse por la Red. Tal y como recoge Isabel Fernández Morales, además de escribir bien, resumir y estructurar la información, también tiene que dominar el lenguaje multimedia para crear productos con audio, imágenes y demás recursos que atraigan y fidelicen a los usuarios. Internet se ha convertido en un gigantesco quiosco de prensa y en una potente base de documentación. Y es solo el principio.

Jesús M. Santos recuerda que el oficio periodístico está inmerso en un profundo proceso de transformaciones como consecuencia del advenimiento del periodismo electrónico. El periodista de la próxima década será, por tanto, y además, un periodista multimedia. Una especie de



hombre orquesta, capaz de utilizar imágenes de vídeo en la edición en línea de su periódico o de transmitir mensajes escritos a través de su emisora de radio. La única especialidad posible en el Periodismo del futuro será la de saber trabajar en todos los medios y con todos los medios.

Esta multifunción comunicadora refuerza el protagonismo del periodista, del que se demanda una mayor preparación. Ahora más que nunca tendrá que saber a quién recurrir para obtener la información que necesita, deberá ser un experto en expertos, según la feliz acuñación de Ritchie Calder.

Nunca antes se le había exigido tanto a los profesionales de la Comunicación. Cada vez se perfila con más fuerza una característica de la nueva era de la información: la necesidad de la formación continua. Desde ahora todos somos aprendices. Un informe del Grupo de Expertos sobre Aspectos Sociales y Societarios de la Sociedad de la Información (HLG) para la Unión Europea contempla, entre sus conclusiones, la nueva sociedad como una "sociedad del aprendizaje", basada en el saber-hacer y en la sabiduría de las personas, no en la información en las máquinas.

En esta misma idea abunda Mariano Cebrían cuando aboga por la necesidad de generar capacidad de autoaprendizaje. Ya no sirven los parches de las enseñanzas curriculares rígidas, ni los cursos de perfeccionamiento. Las exigencias de la nueva educación son formar a los ciudadanos a aprender a informarse, recuerda Cebrían.

El reto para los periodistas es todavía mayor. El perfil del profesional de la información en los próximos años presenta unos rasgos duros, según las predicciones del estudio realizado por el Grupo Corporación

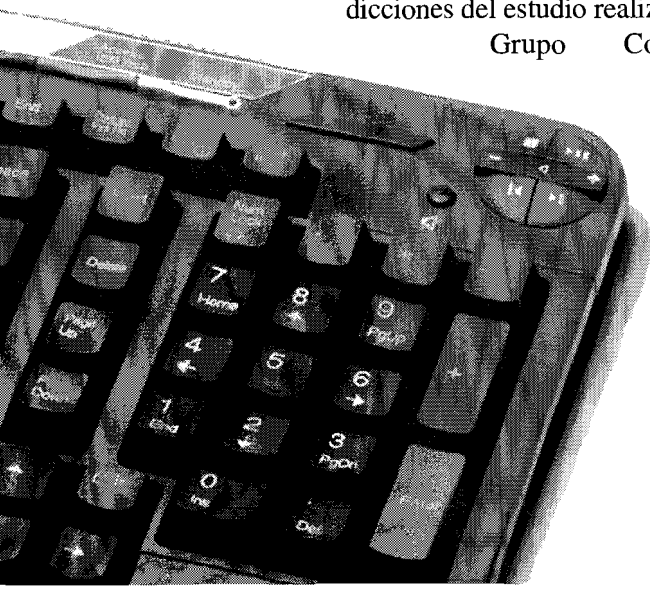
Multimedia para el Fondo Social Europeo. Autoempleo, desaparición de categorías profesionales y reciclaje permanente fueron algunas de las coordenadas del año 2000 en el sector de la Comunicación. No obstante, dicho informe también apuntaba que la convergencia de las telecomunicaciones, la informática y la televisión ampliarían el número de canales informativos y, por lo tanto, las posibilidades laborales.

Un signo evidente de que las condiciones de trabajo están cambiando radicalmente viene dado por un informe del Colegio de Periodistas de Cataluña, donde se afirma que el 40% de los periodistas catalanes son colaboradores o *freelances*; porcentaje que irá aumentando a medida que nuevos profesionales se incorporen al mercado de trabajo.



En la actualidad, cerca de 30.000 estudiantes abarrotan las facultades españolas de Ciencias de la Información, cifra que duplica el número de periodistas que desarrollan su tarea en nuestro país, amparados por un contrato más o menos estable de trabajo. Algunos autores califican a las facultades de Ciencias de la Información de fábricas de desempleados, dibujando un futuro poco halagüeño.

Antonio Petit, estudioso de la problemática actual de la profesión periodística, destaca los siguientes puntos negros: altísimo índice de desempleo; importantes índices de subcontratación y subempleo; masificación de las facultades; desvertebramiento profesional; y problemas originados por la concentración empresarial y la permanente innovación tecnológica.



Ahora bien, según un Estudio sobre el uso de la Red en los Medios de Comunicación, elaborado por AccesoGroup en colaboración con la firma Deloitte & Touche, durante el tercer trimestre de 2002, el 93% de los periodistas ya consideraba la Red “imprescindible” para su labor profesional diaria. El informe, que encuestó a 616 periodistas de 300 medios de comunicación, revelaba que esos niveles se alcanzaban, fundamentalmente, en Madrid, Cataluña, Andalucía, País Vasco y Comunidad Valenciana.

Incertidumbre sobre la capacidad de las facultades

Gabriel García Márquez, premio Nobel de Literatura y Presidente de la Fundación para un Nuevo Periodismo Iberoamericano, abordó esta problemática en la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, celebrada en Pasadena (California) en octubre de 1996. El

escritor y periodista colombiano expresó sus dudas sobre la capacidad actual de las escuelas y facultades para preparar, convenientemente, a los profesionales de la Comunicación. Los avances tecnológicos y las nuevas necesidades sociales han provocado que algunos centros educativos se hayan quedado anticuados. Se queja de que el oficio de periodista no ha logrado evolucionar a la misma velocidad que sus instrumentos y de que los periodistas se hayan extraviado en el laberinto de una tecnología disparada sin control hacia el futuro. Según el Premio Nobel, el infortunio de las facultades de Comunicación Social es que enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo.

Hace algunos años, Thomas Bethencourt, en su calidad de director del Instituto Oficial de Radio y Televisión, advertía también de las carencias en la formación de los futuros profesionales de lo audiovisual. Según este autor, existía un exceso de especulación teórica, que resaltaba más los conceptos abstractos de la comunicación que el de las necesidades que requerían las empresas audiovisuales.

La necesaria reforma de los planes de estudio de las facultades españolas de Ciencias de la Información se afrontó desde la premisa de que la función básica de dichos centros universitarios es impulsar el desarrollo de la mentalidad y el espíritu científico y, principalmente, formar y preparar a profesionales que vayan a trabajar en la llamada Sociedad de la Información. Obviamente, nada es perfecto, y los planes de estudio actuales –a pesar de haber sido revisados la mayoría de ellos durante la última década– siguen recurriendo a los tradicionales géneros periodísticos, obviando, muchas veces, aquellas materias que más tienen en cuen-

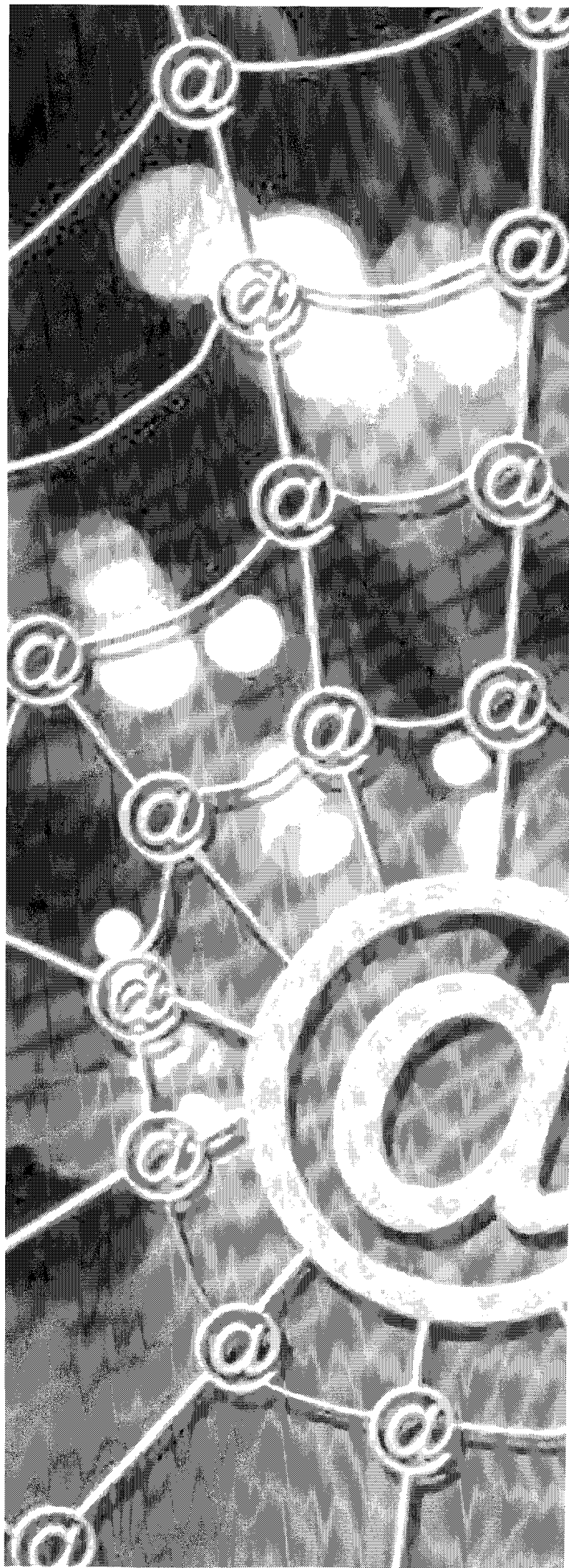
*Se avecina
un cambio global
en nuestras vidas
al que nos dirigimos
más rápidamente
de lo que pueda parecer*

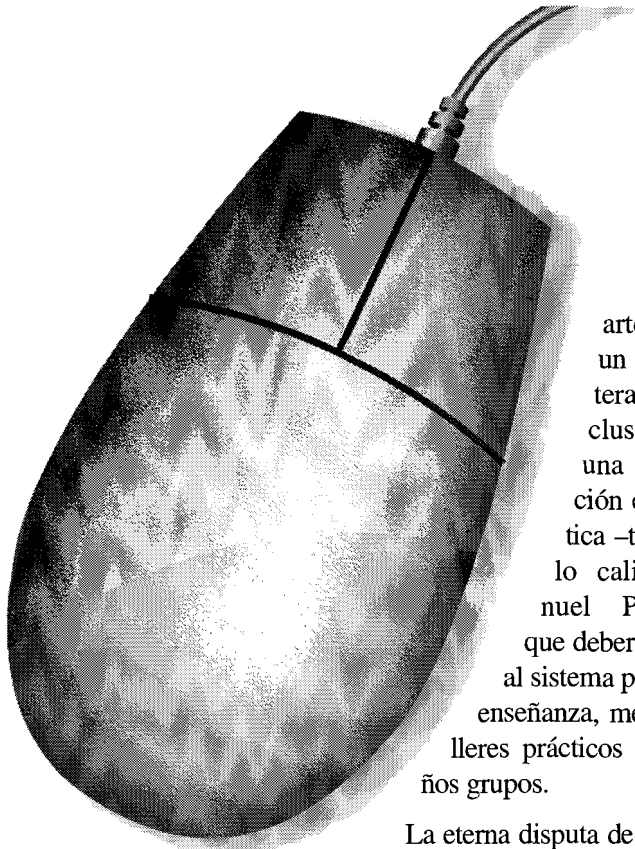


***El periodista
deberá estar
conectado a la Red,
se llame Internet
o como quieran
bautizar los expertos
a los canales
del ciberespacio***

ta las expectativas profesionales que se adivinan en el horizonte inmediato. Tal y como denuncia Pedro Manuel Moreno, nos encontramos ante unos planes de estudio carentes de actualización en sus contenidos, en la didáctica y conocimiento de sus profesores, y en sus recursos de aprendizaje. Como todo, podrían ser modificados, o adaptados, para, de esa manera, asumir los cambios de este futuro que ya está a las puertas.

Han pasado más de veinticinco años desde la creación de las primeras facultades de Ciencias de la Información y todavía hay periodistas que discuten la bondad y necesidad de su existencia; incluso constituyeron puntos neurálgicos de la crítica y el menosprecio de los que no compartían su creación. Se creía entonces, recuerda Manuel Piedrahita, que al periodista le bastaba con imaginación y pluma para desenvolverse. Para algunos compañeros de profesión, como el mencionado García Márquez, cuando hace 50 años no existían las escuelas de Periodismo, el oficio se aprendía en las propias redacciones de los periódicos. La posterior aparición de las Escuelas de Periodismo fue una reacción escolástica contra el hecho cumplido de que el oficio carecía de respaldo académico, recuerda García Márquez. Se entiende, desde esta visión, la Comunicación como





arte, como un género literario e incluso como una ramificación de la política –tal y como lo califica Manuel Piedrahíta– que debería retornar al sistema primario de enseñanza, mediante talleres prácticos en pequeños grupos.

La eterna disputa de si nos hallamos ante una ciencia o un arte, de si el Periodismo –y el Periodismo en Internet– merece estar entre las altas disciplinas, si puede ser estudiado aplicando métodos y criterios científicos, y si puede ser enseñado rescatando para el aprendizaje el espíritu de las experiencias históricas, como reivindica García Márquez, es una cuestión que debe darse por definitivamente superada, si bien no ha desaparecido totalmente. Teniendo en cuenta la proliferación de facultades de Ciencias de la Comunicación, afirmamos que, en efecto, podemos considerarlo una disciplina académica en toda regla. La Comunicación es el fenómeno (también el negocio) más importante de estos inicios del siglo XXI. El ejemplo de Bill Gates resulta clarificador. El dueño de Microsoft es uno de los hombres más ricos del planeta, gracias al rendimiento que le saca a la venta de información.

El panorama empresarial tampoco es diferente. La mayoría de las grandes empresas periodísticas españolas no parece fiarse en exceso de la formación que reciben los alumnos. Por ello, ha volcado sus esfuerzos en la puesta en marcha de centros formativos propios, en algunos casos con el apoyo de instituciones universitarias y en ocasiones exigibles como paso previo a sus futuras incorporaciones.

Es imprescindible, por lo tanto, que las Facultades de Periodismo –la de la Universidad del País Vasco va por ese camino– dirijan constantemente su mirada a la profesión y estén atentas a todas las innovaciones tecnológicas que puedan modificar las condiciones y

efectos sociales del proceso comunicativo. La recomendación tiene la misma validez en sentido inverso: el periodista, una vez obtenido su título académico, no debe volver la espalda a la Universidad –la mayoría de los conocimientos adquiridos tiene una temprana fecha de caducidad–; de lo contrario, corre el riesgo de convertirse pronto en un cadáver profesional.

Modelos de formación

El reciente fenómeno del Periodismo en Internet ha comenzado a obtener respuesta, tanto investigadora como docente. A lo largo y ancho de la geografía española se levantan cada vez más facultades y escuelas con programas que contemplan la enseñanza de la prensa para el nuevo entorno digital. El primer paso lo dio la Universidad de Navarra, en 1994, con el establecimiento del Laboratorio de Comunicación Multimedia y la puesta en marcha de la primera asignatura sobre periodismo e Internet. Desde entonces, muchas facultades han ido incorporando a sus licenciaturas y postgrados estudios sobre periodismo digital. Paralelamente, han comenzado a publicarse los primeros manuales y referencias bibliográficas obligatorias sobre el tema y a culminarse las primeras investigaciones doctorales.

Llegados a este punto, un primer análisis sobre los modelos de formación que se han instaurado para el estudio de esta nueva doctrina del Periodismo posibilita a Ramón Salaverría establecer dos grandes modelos: aquel por el que hasta ahora parece haberse apostado con más fuerza y que cabría especificar como el de la formación de periodistas para los nuevos medios digitales y, por otro lado, el modelo, menos desarrollado aún, de formación de periodistas para la era digital.

***La revolución
de la información
no ha hecho
más que empezar***

Aunque en principio su semejanza pueda llevarnos al equívoco, en el fondo tienen rasgos bien distintos. Ambos hacen referencia a nociones bien distintas de lo que supone la revolución de las comunicaciones digitales. En el primer caso, la enseñanza comprende, según Salaverría, un proceso de capacitación instrumental desintegrado de la formación para otros medios tradicionales; se busca que el futuro periodista sea capaz de responder a las nuevas exigencias del nuevo medio digital. Esto se traduce en enseñanzas de tipo, exclusivamente, técnico; es decir, tareas muy alejadas del ejercicio tradicional periodístico.

En cambio, en el caso de la formación de periodistas para la era digital, lo que se pretende es integrar el empleo de los recursos digitales como una parte inherente a la práctica periodística. Se aspira a formar profesionales versátiles, volcados en la mejora de la calidad de la información periodística gracias a las mayores posibilidades que propician los recursos digitales. No cabe la menor duda de que este segundo modelo es el más deseable y el que, más tarde o más temprano —toda vez que se acabe con las reticencias de cierta parte del mundo académico—, terminará por imponerse.

Pero el desacertado modelo de enseñanza del que adolecen en la actualidad nuestras facultades no es solo achacable a las mismas, sino también a las empresas periodísticas. Y es que éstas, aún hoy en día, demandan, principalmente, técnicos en informática, diseñadores de páginas web, y apenas muestran interés por contar, en sus plantillas, con periodistas que elaboren contenidos específicos para la Red. Pero aún hay más, ya que tampoco invierten en formar a sus propios periodistas en el manejo de Internet como una herramienta nueva de trabajo y como un nuevo soporte. Como consecuencia de ello, asistimos a una mayor presencia de personal técnico en labores de naturaleza puramente periodística y, sobre todo, tal y como recuerda Salaverría, se ha creado una dicotomía entre los periodistas tradicionales y aquellos que están configurando la prensa digital del futuro. ❁

La era digital plantea a los periodistas grandes retos a los que solo podrán enfrentarse desde unos cimientos formativos sólidos

