

**UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Análisis de la formación de  
Comunicadores Sociales en el Ecuador.  
Casos: Universidad Central del Ecuador,  
Universidad del Azuay y  
Universidad Técnica Particular de Loja

María Isabel Punín Larrea

Director:  
Dr. Xosé López García

# Índice General

I. Resumen	6
II. Abstract	7
III. Dedicatoria	8
IV. Agradecimientos	9
V. Introducción	10
VI. Objetivos	14
VII. Justificación	15
X. Hipótesis	19

## Desarrollo del marco histórico conceptual y teórico

### Capítulo I

#### **La Comunicación Social en Latinoamérica** 21

En síntesis: 22

1.1	LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LATINOAMÉRICA	23
1.2	LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL ECUADOR	38
1.3	VISIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMO CIENCIA DESDE LA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA	52
1.4	LA ESCUELA LATINOAMERICANA DE LA COMUNICACIÓN (Elacom)	66
1.5	PRINCIPALES INVESTIGADORES DE LATINOAMÉRICA	69
1.6	LA FORMACIÓN DE CUARTO NIVEL EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN LATINOAMÉRICA	74
1.7	LOS SISTEMAS DE ACREDITACIÓN Y CERTIFICACIÓN EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL/PERIODISMO EN AMÉRICA LATINA.	80

### Capítulo II

#### **La sociedad de la información una aproximación a la verdad** 83

En síntesis: 84

2.1	NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	85
2.2	CONECTIVIDAD EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	91
2.3	REDES SOCIALES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	96
2.4	LAS PERSPECTIVAS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LA FORMACIÓN DE PERIODISTAS Y/O COMUNICADORES SOCIALES	105
2.4.1	Los nuevos medios	105

2.4.2	Las nuevas fuentes	110
2.4.3	El nuevo lector	111
2.5	EL ESTADO DEL ARTE EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIAL/ PERIODISTAS EN EL ECUADOR	114
2.5.1	El nuevo estado del arte en la formación de comunicadores sociales/ periodistas digitales en el Ecuador	120
<b>Capítulo III</b>		
<b>Horizontes formativos de las facultades y escuelas de Comunicación Social</b>		<b>128</b>
En síntesis:		129
3.1.	HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LAS FACULTADES Y ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL MUNDO	130
3.2.	HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LAS FACULTADES Y ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LATINOAMÉRICA	138
3.3	LA FORMACIÓN ACADÉMICA DE LAS FACULTADES Y ESCUELAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN AMÉRICA LATINA	153
3.3.1.	Primer modelo	166
3.3.2	Segundo modelo	168
3.3.3	Tercer modelo	169
3.4	LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACIÓN EN LAS FACULTADES Y ESCUELA DE COMUNICACIÓN	171
3.5	LA INVESTIGACIÓN BÁSICA E INVESTIGACIÓN APLICADA EN LAS FACULTADES Y ESCUELA DE COMUNICACIÓN, Y OTRAS ORGANIZACIONES EN AMÉRICA LATINA	176
3.6	COMPETENCIAS ACADÉMICAS PARA LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES	179
3.7	TENDENCIAS EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA A NIVEL DE LATINOAMÉRICA	181
<b>Capítulo IV</b>		
<b>La formación de comunicadores sociales y periodistas en Ecuador</b>		<b>183</b>
En síntesis:		184
4.1	SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL/PERIODISMO EN ECUADOR	185
4.2	APORTE Y LA SITUACIÓN ACTUAL DE CIESPAL/ ECUADOR	199
4.3	Los perfiles profesionales en la formación de comunicadores sociales en el Ecuador	204

4.3.1	El Periodista	205
4.3.2.	El periodista y el ejercicio periodístico en el Ecuador	215
4.3.3	Comunicador Social- Relacionador Público	220
4.3.4	Comunicador Social- Comunicador Organizacional	228
4.3.5.	Comunicador Social- Comunicación Audiovisual	230

## **Capítulo V**

### **Metodología**

**233**

## **Capítulo VI**

### **Resultados de la investigación de campo**

**239**

6.1.	Análisis de las mallas curriculares de las tres ofertas académicas seleccionadas	240
6.1.1	Análisis de la malla curricular de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador	257
6.1.2	Análisis de la malla curricular de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad del Azuay	266
6.1.3.	Análisis de la malla curricular de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja	271
6.1.4	La Formación Profesional/ Técnica instrumental el saber hacer clave para el campo laboral	281
	Pasantías Nivel I	284
	Pasantías Nivel II	285
	Pasantías Nivel III	286
	Pasantías Nivel IV	287
6.2.	Análisis comparativo de las competencias genéricas de las tres ofertas seleccionadas y las sugerencias por la UNESCO y el libro Blanco ANECA	289
6.2.1.	Análisis comparativo de las competencias genéricas en relación al perfil profesional	290
6.3.	Análisis de la competencias específicas de las tres ofertas seleccionadas.	294
6.3.1.	Análisis de las competencias específicas en las materias de formación básica de la FACSO	294
6.3.2.	Análisis de las competencias específicas en las materias de formación básica de la UDA	301
6.3.3.	Análisis de las competencias específicas en las materias de formación básica de la UTPL	306
6.3.4	Análisis de las competencias específicas en las materias de formación Social y Humanística de la Universidad Central del Ecuador	310

6.3.5.	Análisis de las competencias específicas en las materias de formación Social y Humanística de la Universidad del Azuay	316
6.3.6.	Análisis de las competencias específicas en las materias de formación Social y Humanística de la Universidad Técnica Particular de Loja	323
6.4.	<b>ANÁLISIS DE LA COMPETENCIAS DESDE LA VISIÓN DE LOS ACTORES DEL PROCESO</b>	<b>328</b>
6.4.1	Competencias desde las visión de los estudiantes	328
6.4.2	Competencias desde la visión de académicos vinculados con la formación de Comunicadores Sociales en el Ecuador	337
6.4.3.	Competencias desde la visión de los periodistas en ejercicio en el Ecuador	341
6.4.4.	Competencias desde la visión de la empresa periodística en el Ecuador	344
6.4.5.	Análisis del perfil profesional de las tres ofertas seleccionadas	347
6.4.6.	Análisis comparativo del perfil profesional	349
6.4.7.	Análisis comparativo del campo ocupacional	350
6.5.	<b>PROPUESTA GENÉRICA IDEAL PARA LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES EN EL ECUADOR</b>	<b>351</b>
6.5.1.	Propuesta genérica de contenidos micro curriculares para la formación de Comunicadores Sociales en el Ecuador	359
6.5.2.	Propuesta genérica de pasantías profesionales	378
	<b>Capítulo VII</b>	<b>380</b>
	Conclusiones	381
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>387</b>
	Bibliografía en la red	400
	<b>ANEXOS</b>	<b>403</b>
	ANEXO I: Formulario de la encuesta	404
	ANEXO II: Mallas curriculares en estudio	412
	ANEXO III: Entrevista actores del proceso	421

## **I. Resumen:**

Este trabajo académico se propuso analizar el proceso de formación de comunicadores sociales en tres importantes instituciones universitarias del Ecuador, y concluir con una propuesta curricular genérica de formación adecuada a las necesidades ecuatorianas.

El análisis incluyó una fundamentación teórica sobre el estado del arte de la comunicación social en Latinoamérica y los retos que los comunicadores tienen en la sociedad contemporánea, especialmente, con el desarrollo de las tecnologías de la información la comunicación y las redes sociales.

También se estudió, para poder tener elementos de comparación, el proceso de formación de comunicadores en América Latina, incluyendo las competencias y las tendencias más notables en la región.

Finalmente, y para cumplir con el objetivo de la tesis, se estudiaron las mallas curriculares de tres facultades de comunicación social ecuatorianas, contrastándolas con la perspectiva de directivos, estudiantes, profesionales y empresarios, sobre cual deben ser el perfil y las competencias de un comunicador social en el siglo XXI.

Las técnicas empleadas fueron la entrevista con preguntas abiertas y la encuesta. Las primeras se dirigieron a académicos y empresarios y las segundas a los estudiantes de los últimos semestres de las universidades seleccionadas bajo la figura de estudio de caso.

Del análisis se concluye que las competencias generales que ofertan las tres universidades son bastante similares, pero alejadas de la expectativa que tienen los protagonistas del proceso. Hay apertura en por lo menos dos universidades para consolidar un proceso formativo común, emulando la propuesta del contexto europeo.

Se debe resaltar, como aporte al conocimiento, que mientras las nuevas tecnologías de la información y comunicación han roto el paradigma emisor-receptor por uno nuevo donde todos somos emisores y receptores a la vez, las universidades ecuatorianas no realizan esfuerzos considerables para investigar adecuadamente este fenómeno e implementarlo en las mallas curriculares.

## **II. Abstract:**

This academic work is an intend to analyze the formation of the journalist in three of the most important universities in Ecuador and extract a conclusion oriented to create a standard curriculum, appropriate to the Ecuadorian journalist needs.

The analysis included a theoretical state of the art of social communication in Latin America and the challenges that journalists have in contemporary society, especially with the development of information technologies and communication and social networks. Also studied in order to have points of comparison, the formation of communities in Latin America, including the powers granted and the most notable trends.

Finally, to achieve the objective of this thesis, we studied the curriculum of three Ecuadorian social communication skills, contrasting with the perspective of managers, students, professionals and entrepreneurs, which should be the profile and skills of a person in charge of communications in this century.

The techniques used for this taks were:

- The interview with open questions and a survey
- The first was did to academics and entrepreneurs, and the second for the last semester students of the selected universities .

The analysis concludes that the general skills that offer the three universities are quite similar, but far from the expectations of the protagonists of the process. At least two universities are agreed to look for a standard teaching and learning process.

It should be noted, as a contribution to our investigation, that the new information technologies and communication channels, have broken the sender-receiver paradigm for a new one; where we are all sending and receiving at the same time.

The Ecuadorean universities make considerable efforts to properly investigate this phenomenon and implement it in their curriculum.

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que he dirigido la Tesis Doctoral presentada por María Isabel Punín, para obtener el grado de doctora, cuyo título es **“Análisis de la formación de Comunicadores Sociales en Ecuador. Casos Universidad Central de Ecuador, Universidad del Azuay y Universidad Técnica Particular de Loja”** y que tiene como objeto determinar las características de los programas de formación de los comunicadores sociales en este país a fin de formular propuestas de mejora para el futuro. Debo hacer constar que acepté asesorar a la estudiante, en calidad de tutor, durante la etapa de desarrollo del trabajo hasta su presentación y evaluación. La tesis se ha realizado en el marco de un proyecto de colaboración entre las Universidades de Santiago de Compostela y de la Universidad Particular Técnica de Loja, en Ecuador.

**Director: Xosé López García**

**Doctoranda: María Isabel Punín**

### **III. Dedicatoria**

A mis hijos del cielo y de la tierra

Su recuerdo y su presencia justifica este esfuerzo

### **III. Agradecimiento**

En primer lugar, quiero agradecer a todo el claustro docente de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Santiago de Compostela, en particular a los docentes, que atravesando el mar y la distancia infinita que nos separa del primer mundo, aceptaron, como un reto soñador y esperanzado, llegar hasta Loja “*el último rincón del mundo*” ( CARRION, 1963) y consolidar este importante proceso. De manera particular, al catedrático Xosé López, por su orientación a lo largo del proceso

Al Dr. Luis Lizasoain Hernández, de la Universidad del País Vasco, por sus oportunas orientaciones en relación a la parte estadística de esta investigación.

Al Dr. Luis Miguel Romero Fernández, ex rector de la Universidad Técnica Particular de Loja. Por hacer de la universidad, un espacio para crecer y ver crecer a la tierra, al país y al mundo.

Al Dr. Fausto Aguirre Tirado, miembro de número de la Real Academia de la Lengua, por las correcciones de redacción y estilo del presente documento.

A todas las autoridades universitarias por la flexibilidad y apertura para concluir este proceso de mi vida profesional y universitaria.

## IV .- Introducción

La presente investigación de orden científico se fundamenta en la descripción, comparación, análisis e interpretación de la trayectoria académica de las principales escuelas y facultades de Comunicación Social del país.

Estas acciones de investigación nos permitirán construir una memoria cuantitativa y cualitativa sobre el proceso de formación de comunicadores sociales en el Ecuador, que inició en la década de los años cuarenta con la apertura de las escuelas de Ciencias de la Información, de manera simultánea, en las dos principales ciudades del Ecuador: Quito y Guayaquil.

La investigación es de carácter interpretativo; parte de un concepto y enfoque transdisciplinar de la comunicación y del periodismo, cuyo estudio metodológico nos enfrenta a las incertidumbres teóricas de las ciencias sociales.

Debemos, entonces, considerar que “La transdisciplinaridad emerge como un camino metodológico para enfrentar la pérdida de las certidumbres teóricas en las ciencias sociales, en general, y de las ciencias de la comunicación en particular” (PINEDA, 2007), <sup>1</sup> y bajo este horizonte ha sido edificada la presente investigación.

Partimos del hecho cierto, que todos los procesos de análisis e interpretación nos acercan a la investigación científica, considerando siempre que: “*La ciencia no pretende ser verdadera, ni por tanto final, ni incorregible [...]*” (BUNGE, 1969), por lo tanto, esta investigación aspira a ser un aporte evaluativo y cuantitativo del proceso formativo, en mención.

La ciencia (del latín *scientia* 'conocimiento') es el conjunto de conocimientos sistemáticamente estructurados obtenidos mediante la observación de patrones regulares, de razonamientos y de experimentación en ámbitos específicos, de los cuales se generan preguntas, se construyen hipótesis, se deducen principios y se elaboran leyes generales y esquemas metódicamente organizados. La ciencia utiliza diferentes métodos y técnicas para la adquisición y organización de conocimientos sobre la estructura de un conjunto de hechos suficientemente objetivos y accesibles a varios observadores, además de basarse en un criterio de verdad y una corrección permanente. La aplicación de esos métodos y conocimientos conducen a la generación de más conocimiento objetivo en forma de predicciones concretas, cuantitativas y comprobables referidas a hechos observables pasados, presentes y futuros.

Con frecuencia esas predicciones pueden formularse mediante razonamientos y estructurarse como reglas o leyes generales, que dan cuenta del comportamiento de un sistema y predicen cómo actuará dicho sistema en determinadas circunstancias.

Es importante mencionar que este campo no ha sido explorado, ni estudiado por el mundo académico ecuatoriano, por lo cual uno de los objetivos fundamentales de esta tesis es elaborar un mapa general los centros educativos universitarios dedicados a la formación de comunicadores sociales en el Ecuador, y determinar los diferentes perfiles y salidas profesionales.

Esta investigación sigue la tradición de la mayoría de las tesis realizadas en esta última década sobre la formación de periodistas en Iberoamérica, en especial de María Luisa Humanes: *La formación de los periodistas en España: La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo en España; formación y ejercicio profesional del periodista en la España del Siglo XXI, dentro del marco de la unión Europea* de Elena Real Rodríguez, *“Enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España”*, de la autoría de Santiago Tejedor Calvo, entre otras.

Pretendemos, en primera instancia, hacer una revisión y análisis de las mallas curriculares de las escuelas y facultades de comunicación, antes mencionadas. Luego de ello, identificar las competencias profesionales de los estudiantes de comunicación.

La investigación se centra de manera particular en evaluar el proceso formativo de comunicadores sociales en el país, tomando como referencia, y bajo la figura de estudio de caso a tres escuelas y facultades de comunicación social de las Universidad Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Universidad Técnica Particular de Loja.

Nuestro objetivo final es diseñar un perfil genérico ideal para la formación de Comunicadores Sociales/ periodistas para las facultades y escuelas de Comunicación Social del país, previa consulta a tres sectores relacionados con el tema en cuestión como son: la empresa periodística, académicos y profesionales en ejercicio.

En tal virtud, y dentro del marco teórico en primera instancia hemos realizado una revisión metodológica de todo el proceso educativo en relación a la formación de comunicadores sociales, donde se evidencia la importancia que la Conferencia Mundial de la UNESCO sobre educación superior (1998) y las Cumbres de las Américas (1998 y 2001) dan a la educación, considerando a la educación superior como la columna vertebral del desarrollo, lo cual da a esta investigación una importancia singular y de carácter inédito.

Se han revisado los trabajos y aportes de orden bibliográfico de Manuel Vigil: *“Periodismo enseñado”*; Marissa Aguirre: *“El deber de formación en el informado”*; Ortega y Humanes: *“Algo más que periodistas”* o Bill Kovach y Tom Rosenstiel: *“ Los elementos del periodismo, entre otros textos, que han aportado de manera fundamental al proceso de teorización de esta investigación.*

Dentro del contexto latinoamericano muchas de las veces invisible, es inevitable citar los aportes teóricos e investigativos de: J. Martín Barbero N., García Canclini, G. Orozco, L. Beltrán, J. Marques de Melo, entre otros, cuyos estudios y aportes críticos le han dado a la

comunicación un calor humano indescriptible, y en su conjunto han consolidado la escuela Latinoamericana de la Comunicación.

Buscamos llegar por medio de la revisión bibliográfica y la investigación de campo a la obtención de un saber riguroso, contrastable y verificable: *“La ciencia debe conseguir estructurar sistemáticamente los conocimientos en función de unos principios generales que sirven de explicación y poseen a aquéllos, dando una coherencia general y claridad inexistente anteriormente”* (POPPER, 1985), que permita tener un diagnóstico claro y cuantificable del proceso formativo, en primer lugar en América Latina, y luego de manera particular, en el país.

En resumen, diremos que en América Latina existen tres factores que ha marcado a las escuelas de comunicación, de manera cronológica citamos:

- a.- El surgimiento de escuelas de comunicación con una marcada concentración en elementos del periodismo clásico, tomando como referencia el modelo norteamericano: Scholl of mass communication<sup>2</sup>; este modelo le dio la carrera en general y la profesión en particular, una función puramente instrumental, cuyo campo laboral se redujo a crear mano de obra barata para los medios de comunicación.

Como lo manifiesta Jesús Martín Barbero: *“la comunicación social ni conceptual, ni profesionalmente se agota en el periodismo”* por ello, asoma la necesidad de recurrir a un estudio profundo de las ciencias sociales y no limitar la formación académica a un simple adiestramiento para trabajar en los medios de comunicación tradicionales.

- b.- El segundo gran cambio se dio en la proliferación de carreras y ofertas académicas relacionadas con especializaciones y/o vertientes adyacentes a la comunicación (publicidad, relaciones públicas, marketing, producción audiovisual) entre otras, como una respuesta poco creativa de la universidad a las demandas del mercado.

Lo cual pone en evidencia el rol formativo de la universidad, que sumado a otros problemas de orden administrativo y académico que tiene la universidad latinoamericana, han marcado todo el proceso de formación profesional.

- c.- La masificación de estudios y de la oferta en comunicación social y en áreas relacionadas han generado problemas interminables en las prácticas profesionales por un lado, y por otro, en la definición exacta del perfil profesional y laboral del comunicador social. Tema que es una de las preocupaciones de las Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) y de otras organizaciones.

---

<sup>2</sup> Es importante destacar que este modelo fue impulsado por la CIESPAL - Ecuador en toda Latinoamérica desde (1964) bajo la figura de: *“Plan de Escuela de Ciencias de la Información Colectiva”* modelo que recibió muchas críticas pero también es importante comentar que permitió que los estudios de comunicación adquirieran en carácter universitario en la región. Más detalles sobre la trayectoria de este organismos serán analizados en el capítulo IV.

A manera de introducción, muy breve, debemos comentar que en el país existen más de 20 escuelas y facultades de Comunicación Social, cuyo desarrollo y enfoque académico será evidenciado a lo largo de estas páginas. Esto como parte del aporte conceptual del marco teórico planteado en esta investigación.

“La región ha pasado de un modelo educativo universitario de élite cohesionado y homogéneo, a sistemas terciarios populares y masivos altamente diferenciados socialmente e institucionalmente y que están derivando en la conformación de circuitos educativos diferenciados por la calidad en función de los sectores sociales” (RAMA, 2008); es decir, trataremos de demostrar que existen diferencias abismales entre la oferta universitaria privada y la pública.

Un escenario complejo que Mario Bunge describía así: “La universidad del tercer mundo sigue siendo lo principal, una fábrica de profesionales y una proveedora de dirigentes. Pero ya no es centro de élites sino de masas”( BUNGE, 1996).

Frente a lo cual una salida prudente y oportuna, en el campo de la comunicación, es el debate sobre los perfiles profesionales que requiere en mundo actual, sobre todo por los cambios tecnológicos que la sociedad de la información y el conocimiento plantean y exigen a las universidades.

Por ello, concluimos esta investigación con la presentación de toda una propuesta integral para la formación de comunicadores en el país, tomando en consideración las reflexiones de los sectores antes comentados, involucrados en el proceso.

## **IV.- Objetivos**

Análisis de la formación de Comunicadores en el Ecuador. Estudio de Casos: Universidad Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Universidad Técnica Particular de Loja.

### **Objetivo general:**

Diseñar un perfil genérico ideal para la formación de comunicadores Sociales/ periodistas para las facultades y escuelas de Comunicación Social en el Ecuador.

### **Objetivos específicos:**

Analizar las mallas curriculares propuestas por estas escuelas y las posibilidades de integración.

Conocer las competencias que tienen los egresados de las escuelas de comunicación social de las universidades Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Técnica Particular de Loja.

Determinar las principales debilidades y fortalezas en las formación de comunicadores sociales en el Ecuador, desde la perspectivas de académicos, periodistas en ejercicio, estudiantes de comunicación y empresarios mediáticos.

Elaborar un mapa general de los centros educativos universitarios dedicados a la formación de comunicadores sociales en el Ecuador.

### **Preguntas de la investigación:**

- a.- ¿Cómo están estructuradas las mallas curriculares de las escuelas de comunicación social de las Universidades Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Técnica Particular de Loja
- b.- ¿La estructura curricular responde a un modelo basado en competencias y cuáles son los puntos coincidentes en España y la propuesta curricular de la UNESCO?
- c.- ¿Es posible la creación de un perfil genérico ideal para la formación de comunicadores sociales en el Ecuador en base al análisis de los puntos: a-b antes mencionados.

## V.- Justificación

La profesionalización de la carrera de periodismo / comunicación social en el Ecuador, a nivel de las aulas universitarias, data de la década del 40, temporada en la cual también se abrieron escuelas en: Brasil, México, Colombia y Venezuela. (FUENTES, 2009)

En el Ecuador existen 26 escuelas y facultades de Comunicación, 11 de ellas han sido calificadas, con la categoría A por parte del Estado Ecuatoriano, de acuerdo al proceso de evaluación y acreditación realizado por el Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior ( CONESUP).

Solo una de ellas, la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja, decidió optar además por una evaluación y certificación de carácter independiente, con el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP), lo que a su vez demuestra, la poca cultura de evaluación que existe dentro de las ofertas relacionadas con la comunicación en el país.

Los modelos académicos curriculares implementados y más frecuentes están marcados por la herencia formativa que dejó CIESPAL; organismo ecuatoriano que implementó en 1963 un “Plan tipo de escuelas de ciencias de la información colectiva”, tomando como referencia el modelo norteamericano “school of mass Communications”, promovido de manera particular por Joseph Pulitzer y Walter Lippman.

El modelo en mención es de carácter polivalente, en el cual confluyen: el periodismo, la publicidad, la radio, la televisión, las relaciones públicas y todas las vertientes prácticas y profesionales, relacionadas con la comunicación..

Las salidas profesionales más frecuentes en el Ecuador son: Periodismo/Comunicación Social, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual y Publicidad. El perfil profesional no tiene diferencias sustanciales en relación a las ofertas de la universidad pública y privada.

En Ecuador la formación de escuelas y facultades de comunicación al igual que en el resto de América Latina ha obedecido más bien a las demandas del mercado, y de manera particular a las plazas laborables, que se han creado en torno a los medios de comunicación, agencias de publicidad y organismos del Estado, en general, como principales empleadores.

Lamentablemente, ni dentro de la academia ni fuera de ella ha sido estudiado, ni evaluado el aporte en general a la sociedad de las carreras relacionadas con la comunicación, ni de sus profesionales, motivo por el cual creemos que esta investigación tiene una importancia singular.

La dedicación mayor del claustro docente vinculado con la formación de comunicadores sociales/periodistas, es la docencia, actividad que es matizada con algunos emprendimientos comunicacionales esto como acciones claras, camino a los procesos de investigación que están las universidades a generar, tras el mandato 14 y la puesta en vigencia de la nueva ley de educación superior<sup>3</sup>.

La generación de conocimiento nuevo es un problema por superar para la universidad ecuatoriana. “ La universidad es un invierno perenne. La investigación científica tiene mil caras; se construye y reconstruye en la tela de la complejidad y sudor” (DE OLIVEIRA, 2009), sin embargo, y pese a todas las dificultades presentes estamos seguros que “el Ecuador irá hacia donde su universidad vaya” (HURTADO, 1992).

En términos generales, no se puede negar la importancia que la educación tiene para el desarrollo, más allá de las particularidades de su enfoque y calidad. Todos los países de la OCDE han experimentado un crecimiento importante de la población con estudios universitarios en el período entre 1998 y 2006” (NIETO; RAMOS, 2010).

Pese a la marcada ausencia de consensos dentro del sector universitario latinoamericano, la masificación universitaria siempre será importante y necesario evaluar a la universidad, y en este caso, al proceso de formación de comunicadores sociales, profesión que debe ser considerada como un servicio social.

Tanto Europa como Estados Unidos desde hace algún tiempo, han visto la necesidad de unificar la formación de los nuevos profesionales, esencialmente, desde la perspectiva de las competencias profesionales, que deben tener para desenvolverse en el mundo del futuro.

En América Latina apenas si hay unas cuantas tendencias a la unificación, cooperación universitaria, en pro de la mejora conjunta. Lastimosamente, la mayoría de ellas son una declaración lírica carente de un sustento real, que no ha logrado escapar de los problemas de orden general que enfrenta la educación .

Entre los cuales podemos destacar, de acuerdo al criterio de Jan Philipp Schmidt (2010), los siguientes:

1. Un desfase entre las habilidades enseñadas y las requeridas en el mundo técnico-profesional, a lo cual de manera personal añadido, el olvido sobre la importancia de la formación en relación a las ciencias humanistas.
2. Una formación de corto alcance que no prepara adecuadamente para los desafíos del mañana.

---

<sup>3</sup> El mandato 14 permitió realizar una evaluación integral jurídica, académica e institucional de los centros educativos. Y la ley de educación superior dada su estructura promueve la capacitación docente y exige resultados en relación a la investigación.

3. La adopción de planes de formación rígidos, fragmentados y expuestos quedan obsoletos después de tres o cuatro años de estudio. Añado además que nunca hay diagnósticos, ni evaluaciones proyectivas en busca de una mejora continua de todo el proceso.

Y dentro de la academia en estudio, se suma el hecho de la informalidad que prima en cuanto a la vinculación laboral de los docentes y la existencia de planes de estudios inflexibles. Por lo tanto, esta investigación quiere auscultar la realidad de la formación de comunicadores sociales en el Ecuador, desde la perspectiva de los académicos, de los periodistas en ejercicio y estudiantes.

Con estos elementos pretendemos construir un perfil ideal de formación de periodistas/comunicadores social, como un primer paso para la construcción, ojala, y en futuro del Espacio Ecuatoriano de Educación Superior en Comunicación.

Que nos permita enfrentar con optimismo y creatividad los retos que plantean, por ejemplo, las nuevas tecnologías y los cambios que han generado dentro de las rutinas profesionales. Es necesario identificar las competencias digitales que juegan un papel estratégico en la formación de los estudiantes y profesionales del siglo XXI (COBO, 2009).

El fenómeno redes sociales y todo el impacto comunicativo que tienen debe ser estudiado por la academia, y luego por las universidades con todo su capital humano e intelectual. Esta comunidad deberían desarrollar competencias en sus estudiantes sobre este hecho fáctico que envuelve a la sociedad global, pero que además está formando parte del aprendizaje invisible (COBO, 2011), que de manera muy natural poseen los jóvenes.

Se tomaron como muestra y bajo la figura de estudio de caso, las propuestas en comunicación social de la Universidad Central del Ecuador, Universidad del Azuay y la Universidad Técnica Particular de Loja.

La Universidad Central del Ecuador (FACSO) es la universidad más antigua del Ecuador, está considerada como un ícono de la educación pública en el Ecuador. La facultad de comunicación social está próxima a cumplir 65 años de servicio en su modalidad presencial. Cuenta con un programa semi presencial y es la facultad con mayor cantidad de egresados y titulados en el área.

La Universidad del Azuay (UDA) , por estar ubicada en la tercera ciudad considerada como el polo productivo del desarrollo; la escuela de comunicación y otras áreas de la universidad han tomado como referencia para sus adaptaciones curriculares del modelo europeo, y tienen una relación constante con universidades del primer mundo.

El tercer centro de estudios es la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), que cuenta con dos modalidades de estudio (presencial y a distancia) tiene aproximadamente 600 estudiantes por cada ciclo académico, la mayor concentración está en los estudiantes de la modalidad a distancia, ubicados a lo largo y ancho de todo el país.

Dentro de la selección de universidades también se tomó en cuenta la estructura administrativa. En el caso de la Universidad Central es la universidad pública del Ecuador,

la Universidad del Azuay es una universidad cofinanciada por parte del Estado, pero se administra de manera privada.

La Universidad Técnica Particular de Loja es un centro de estudios superiores que también es cofinanciado por el Estado Ecuatoriano, su administración está encargada a la Iglesia Católica, a través de la Comunidad de Misioneras y Misioneros Identes.

Con todas estas consideraciones, el objetivo final de esta investigación es presentar para el debate de académicos, de estudiantes de comunicación, la empresa periodística y de todos los actores involucrados, un perfil genérico ideal para la formación de Comunicadores Sociales/ Periodistas para las facultades y escuelas de Comunicación Social en el Ecuador. Este sería un primer paso en firme para la tan anhelada creación de un espacio ecuatoriano de Educación Superior en Comunicación.

## **VI.- Hipótesis**

**H<sub>01</sub>:** En las mallas curriculares de las escuelas de Comunicación Social de las universidades: Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Técnica Particular de Loja se plantean competencias similares.

**H<sub>02</sub>:** Es posible adaptar los procesos formativos de las escuelas de Comunicación Social de las universidades: Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Técnica Particular de Loja, a un modelo basado en competencias, tomando como referencias los criterios vertidos por académicos, periodistas en ejercicio, estudiantes de Comunicación Social y empresarios mediáticos.

**H<sub>n1</sub>:** Las competencias que proponen las universidades Central del Ecuador, Universidad del Azuay y la Técnica Particular de Loja para la formación de comunicadores sociales en Ecuador, son diferentes entre sí.

**H<sub>n2</sub>:** Las estructuras universitarias determinan que actualmente no se puedan adaptar los procesos formativos de las escuelas de Comunicación Social de las universidades: Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Técnica Particular de Loja, a un modelo basado en competencias, tomando como referencia el libro blanco de titulaciones en Comunicación de la Unión Europea, y la propuesta (2005): Plan Modelo de estudios de periodismo de la UNESCO (2007).

DESARROLLO  
DEL MARCO HISTÓRICO,  
CONCEPTUAL Y TEÓRICO

# Capítulo I

## La Comunicación Social en Latinoamérica

“Nada conseguiremos comprender de la era moderna  
si no percibimos la manera como la revolución  
en la comunicación creó un nuevo mundo.”

*Charles Coeli*

## **En síntesis:**

El objetivo del presente capítulo es evidenciar cómo han evolucionado los medios y los diferentes campos de comunicación

en Latinoamérica, en general. Esta descripción nos permitirá determinar las competencias posibles que requieren los comunicadores para trabajar en la región.

Partiremos de un análisis teórico, ordenado cronológicamente, para el posterior análisis y diseño de un perfil genérico ideal para la formación de comunicadores sociales en el Ecuador, cumpliendo con uno de los objetivos generales de la presente investigación.

Pretendemos hacer, además, un diagnóstico descriptivo del estado de la comunicación, de las diversas tendencias de estudio y de enfoque que han surgido a lo largo de la historia, como una respuesta liberadora al poder hegemónico de Europa y Estados Unidos, modelos más influyentes en la región.

Resaltamos de manera particular el aporte de una corriente de pensamiento y discusión académica denominada: Escuela Latinoamericana de Comunicación (ELACOM) y sus principales exponentes.

Concluye con el análisis de la formación de cuarto nivel como clave en el desarrollo de la investigación dentro de la universidad, y los sistemas de acreditación y certificación de los estudios de comunicación social/ periodismo en América Latina.

## 1.1 LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN LATINOAMÉRICA

América Latina se ha caracterizado por ser un escenario complejo, marcado por una búsqueda constante de la justicia y la equidad, dentro de un amplio marco de transformación social, por supuesto, de orígenes y efectos diferentes.

Las primeras nociones de comunicación que más tarde impulsaron la consolidación del periodismo, se produjeron en Alemania e Italia, considerados como centros de la intelectualidad y el arte, en el siglo XV, que además tuvieron una enorme influencia en América Latina, debido a los procesos de colonización.

La comunicación como una acción humana está en todo. “*Comunicar*” sustituye a la demasía de verbos: hablar, dialogar, relacionar, expresar, informar, poner al tanto. Único verbo con aureola, por así decirlo, **comunicar** es la acción que invade los hogares, preside las conferencias de los medios y los mítines, y da cuenta de los escenarios aerodinámicos” (MONSIVAIS, 2002)<sup>4</sup>. “La comunicación no es todo, pero debe ser hablada desde todas partes” (SCHMUCLER, 1997) y es desde esta visión ampliada que debe ser enseñada en la universidad.

La comunicación como acción tiene diversas concepciones y aplicaciones; es un verbo compuesto y de funciones múltiples, como lo expresa la definición siguiente, tomada del diccionario de la Real Academia de la Lengua Española:

*“Descubrir, manifestar o hacer saber a alguien alguna cosa. Conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito. Transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor”*<sup>5</sup>.

“Comunicación, un término con gran número de acciones, se ha convertido en el eje de buena parte de las reflexiones del siglo XXI. La naturaleza del proceso de comunicación ha fascinado a los seres humanos, y ha sido debatida a lo largo de la historia” (GARCÍA; LÓPEZ, 2011) y como tal, siempre unida a las acciones del ser humano debe ser analizada.

Por esta textura y composición multidisciplinaria, la comunicación no es comúnmente vista como ciencia, ni como objetivo de estudio, sino por el contrario, como una parte de las ciencias sociales, un objeto de estudio de carácter inexacto, pero siempre formando parte integral de la vida del ser humano. Y por su propia naturaleza de origen las ciencias sociales “... deben crear la incomodidad permanente” (SCRIBANO, 2002), precisamente por ser un objeto de estudio en pleno desarrollo.

Aunque la comunicación -como hemos visto raudamente- tenga muchas acepciones, siempre debe ser comprendida y analizada como una función social del ser humano, “*todo comportamiento en presencia de otra persona es comunicación*” (WINKIN, 1981) y es la comunicación la que da sentido y horizonte a su existencia, y sobre la cual se fundamenta

---

<sup>5</sup> Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española 1992, pág. 528.

la profesión del comunicador social.

“La comunicación es el universo respecto al cual adquieren vida y vigencia las reglas del lenguaje y los discursos expresivos; pero recíprocamente también, son reglas, normas y discursos que contribuyen a enriquecer y reproducir el universo de la comunicación” (DEACON , 1997) y que a su vez dan sentido y fortalecen todos los sistemas democráticos posibles.

La comunicación debe ser entendida como la mediación entre las ideas, actores, acontecimientos, procesos y estructuras. La comunicación, es entonces desde la perspectiva investigadora, el modo cómo los actores interpretan la realidad, la interiorizan, la reelaboran y la definen histórica y culturalmente (NÚÑEZ, 2011)<sup>6</sup>.

Esta visión integral permite medir y delimitar con exactitud en el mundo actual, para que la misma no se reduzca únicamente al mundo de los medios de comunicación.

La comunicación forma parte de las ciencias sociales con fuerte inclinación y concepción humanística. Bajo la consideración epistemológica que El humanismo es una filosofía no progresista de la vida que, sin una concepción supra natural (mística), afirma nuestra habilidad y responsabilidad para vivir de manera ética, realizándonos personalmente y aspirando al bien común de la humanidad” (HUMANISM, 1933)<sup>7</sup>.

*Progresismo y progresista* son términos ideológicos de aplicación genérica, que agrupan doctrinas filosóficas, éticas y políticas identificables de un modo amplio con la Revolución francesa de 1789 y movimientos sociales en Estados Unidos a inicios del siglo XIX. En términos sociales, el progresismo tiende a ser identificado con la lucha por las libertades individuales y homologado al concepto liberal. El progresismo actual varía en sus posturas ampliamente. En Europa representa un equivalente de la "nueva izquierda", de carácter democrático y no necesariamente marxista, que se amplía para defender ciertas posturas: aborto, libertad sexual, laicismo, ecologismo, regionalismo, etc. En América Latina, el progresismo está asociado a corrientes políticas complejas que promueven el nacionalismo, el antiimperialismo o incluso el socialismo. En Estados Unidos, existen dos grupos distintos que disputan el uso del término progresista. Por un lado, se encuentra la militancia en el ala más radical del Partido Demócrata (seguidores de Obama) y que promueven cambios sustantivos en lo económico y político. Por otro lado, existe el movimiento progresista tradicional, que busca romper el bipartidismo y generar "cambios radicales" desde el centro, los cambios en la política inmigratoria y mayor intervención del Estado en la economía.

El concepto de humanismo tiene varios usos. Se trata, por ejemplo, de la doctrina que se basa en la integración de los valores humanos. El humanismo también es un movimiento renacentista que se propuso retornar a la cultura grecolatina para restaurar los valores

---

<sup>6</sup> Pilar Núñez, es una socióloga ecuatoriana, ex militante del movimiento política Alianza País ( AP). Presidenta del Consejo Consultivo para la Televisión Pública del Ecuador ECTV. Los datos que en este documento se expresan son el producto de una entrevista personal realizada, en la ciudad de Quito, en abril de 2011.

<sup>7</sup> La versión complete se puede encontrar en: Humanism and its Aspirations o versión del Manifiesto Humanista de 1933. Disponible en: [www.jeremiahproject.com/spanish.php?u=/.../manifiesto3.html...](http://www.jeremiahproject.com/spanish.php?u=/.../manifiesto3.html...)

humanos. El humanismo, en general, es un comportamiento o una actitud que exalta al género humano. Bajo esta concepción, el arte, la cultura, el deporte y las actividades humanas generales se vuelven trascendentes. Podría decirse que el humanismo busca la trascendencia del ser humano como especie. Se trata de una doctrina antropocéntrica, donde el hombre es la medida de todas las cosas. La organización social, por lo tanto, debe desarrollarse a partir del bienestar humano. Esta corriente se opone al teocentrismo medieval, donde Dios era el centro de la vida.

El humanismo en resumen es el horizonte que motiva e ilumina el quehacer académico de una buena parte de las universidades católicas en América Latina. “Los humanistas juzgan a la ciencia como el mejor método para determinar, conocer y dominar el conocimiento, así como para resolver conflictos y desarrollar tecnologías benéficas, respetando la vida en todas sus manifestaciones, como un bienpreciado. El humanismo reconoce el valor de nuevas formas de pensamiento, de las artes y de experiencias internas, todas ellas objeto de análisis por parte de la inteligencia crítica (DEWEY, 1916).

Bajo esta perspectiva, los métodos de estudio de la comunicación se basan de manera particular en: observación, experimentación y análisis racional -subjetivo- de todos los fenómenos comunicativos que rodean al hombre y a su entorno social, aunque no logran hacerlo con la nitidez de las ciencias exactas, es un proceso que genera una serie de críticas, pero que también motiva varios procesos de divulgación en pro de la buena ciencia, como la llamaría M. Bunge. Recordemos que toda acción e intervención del hombre no es absoluta, ni cuantificable, sino, por el contrario, es un fenómeno de múltiples interpretaciones y vectores.

Estos métodos de estudio que están enmarcados dentro de la dinámica de las ciencias sociales partieron de una serie de experimentaciones empíricas. Recordemos que la comunicación tiene un antecedente remoto, que se identifica en la obra de Aristóteles, conocida como “*La retórica*”, que asoma en el siglo IV a C, que es a su vez una de las evidencias tangibles de la comunicación y la interacción humana.

En estos textos el filósofo griego hace apreciaciones sobre el papel de la retórica y los modos de ser del hombre, que son diferentes en relación con la utilidad y objetivos del uso del lenguaje.

La obra de Aristóteles está considerada como el primer estudio empírico de la comunicación. Hay que destacar que a Aristóteles se le atribuye además, el primer modelo de comunicación, conocido como pre-científico.

La práctica de la comunicación desde el inicio de la historia de la humanidad, ha sido y es necesaria para el establecimiento de los principios democráticos que rigen a toda sociedad y permiten su desarrollo, observando las más elementales normas de convivencia.

Por ello, podemos afirmar que la comunicación nace con el hombre, se desarrolla con él, toma cuerpo y vida por medio de la facultad del lenguaje, considerada a su vez, como una competencia fundamental en la formación de comunicadores sociales, tema central de la

presente investigación.

La posibilidad de hablar, lo que lo distingue al humano del resto de seres vivos, con lo cual justifica en demasía la importancia de su presencia como uno de los elementos más importantes de la sociedad y su entorno.

La comunicación está considerada a su vez como una disciplina básica y como facultad única del ser humano, facultad que a su vez nos distingue del resto de seres vivos que habitan la tierra, por lo cual también se convierten en un objeto de estudio e investigación, provocando el desarrollo del campo científico con los correspondientes procedimientos metodológicos, tanto empíricos como de orden científico.

Un largo camino iniciado hace un siglo, que hoy tiene una continuidad muy lenta, y que debería ser impulsada con mayor fuerza, en especial por el sector universitario.

El inmortal científico Albert Einstein decía: “La singularidad del hombre -la superioridad de hombre en el mundo de animales- no radica en su capacidad para percibir ideas, sino en que puede percibir y transferir estas percepciones a las mentes de otros hombres por medio de palabras”. El lenguaje no solo es, como tal, un vehículo para la transmisión de ideas, sino para la preservación y desarrollo cultural.

La utilidad práctica y reflexiva del lenguaje es un poderoso vehículo de comunicación, mediante el cual viajan las tradiciones, los valores y todos los acontecimientos de la vida diaria; “...desde que podemos hablar del hombre en la Tierra, de las sociedades humanas, hemos de concluir que existe el fenómeno de la comunicación social y el fenómeno de la información” (PIZARROSO, 1994) como dos elementos diferentes pero profundamente relacionados el uno del otro.

Vuelvo a citar a Pizarroso Quintero para decir que: “Nadie duda hoy en día, en efecto, que si hay algo determinante en la historia de la humanidad es la comunicación, hasta el punto de que los grandes virajes históricos han estado siempre condicionados o acompañados por cambios en la comunicación (...). Lo cierto es que, el comunicarse ha jugado siempre o a menudo, una función catalizadora del cambio histórico” Y ha sido un ingrediente fundamental para toda la historia, en general.

La comunicación es, por tanto un acto natural, complejo y de múltiples dimensiones, como señala Dominique Wolton (2006) en su libro “*Salvemos la comunicación*”; es una “*mezcla inexplicable*” afirma, compuesta por dos dimensiones: una normativa y otra funcional, que están implícitas en cada momento en la vida de las personas.

Asimismo, la función normativa es aquella que remite la comunicación a su objetivo más básico: dialogar, informar y compartir, resaltando las funciones primordiales de la comunicación, como es la transmisión-difusión de información, cuyo papel supremo consiste en mantener vivo un diálogo específico. Estamos hablando de un proceso de comunicación interpersonal, considerado, además, como una facultad del ser humano y herramienta fundamental del proceso de interacción social.

La dimensión funcional está compuesta por las actividades que le dan a la comunicación una utilidad práctica, es decir, el diálogo establecido, que a su vez es una poderosa herramienta de socialización.

Las dos funciones dependen una de la otra, y dan sentido y utilidad a la comunicación, por lo cual no pueden separarse.

La comunicación, sobre todo la humana, no es un acto aislado, sino por el contrario, igual se desarrolla con el hombre<sup>8</sup>. Consideramos que la comunicación tiene una diversidad de funciones y significaciones sociales, justamente por ser parte de una ciencia y objeto de estudios transdisciplinar y post disciplinario.

Existen, además, algunos tipos de comunicación que la distinguen del proceso de información; por eso cuando pretendemos estudiar la evolución e importancia de la comunicación, debemos atender en primera instancia al origen polisémico del nombre y a la estructura transdisciplinar del término.

La comunicación social como tal cobró particular importancia a raíz de la invención de la imprenta en el año 1440,<sup>9</sup> y con ella, el surgimiento de toda una industria relacionada con los medios impresos, que evidencian las diferentes formas y expresiones de la comunicación.

La comunicación es forma de expresión-diálogo, asoma desde los inicios de la humanidad, ha sido y es fundamental para el establecimiento de la democracia, el desarrollo del conocimiento, y las relaciones entre seres humanos, como lo hemos defendido desde el inicio de esta investigación.

En este sentido, y tomando como referencia la categorización realizada por José I. Armentia (1988) se considera que desde la aparición de la imprenta de Gutenberg, se han producido tres grandes revoluciones en torno a la comunicación:

- 1.- La era tipográfica producida alrededor de 1814, pasando por la fotografía (1826), la rotativa tipográfica (1870), la linotipia (1884) y otros instrumentos de incipiente tecnología, cuyo mérito mayor fue innovar la producción editorial, usando tipos móviles.
- 2.- La era mecánica, etapa que está marcada por el uso de la linotipia (1884) que ayudó a la composición de textos, sustituyendo de manera primaria la mano del hombre, como un preludio de lo que más tarde sería la era industrial.

---

<sup>8</sup> Cf. WOLTON, 2000 y ALSINA, 2002.

<sup>9</sup> La invención de la imprenta está atribuida al alemán Johannes Gutenberg, quien le dio una utilidad práctica al proceso de impresión, aunque en China y Holanda, entre otros países, ya existían iniciativas aisladas de impresión. A Gutenberg se le debe el cambio de la reproducción en escala. En el caso de América Latina, fue una excelente herramienta de alfabetización y adoctrinamiento de la religión católica

- 3.- La aparición del ordenador como un elemento más en las redacciones de los medios de comunicación, aportando positivamente en edición, composición, diseño e impresión de productos periodísticos, en general.

Esta tercera y última revolución estaría transformándose constantemente por los continuos cambios y aplicaciones que tiene la red y la digitalización de información, lo cual, sin lugar a dudas, provoca un cambio fundamental en el mundo de la comunicación.

Marshall McLuhan (1962) iluminado de la comunicación, ha citado en su célebre texto *“The Gutenberg Galaxy”*, tres innovaciones tecnológicas fundamentales que marcaron la historia occidental, y que se constituyen en factores claves para la evolución de la comunicación y el periodismo:

- 1.- La invención del alfabeto fonético, y con ello, el uso de las primeras formas literarias para la comunicación y las primeras formas de transmisión del conocimiento con fines educativos.
- 2.- La introducción por parte de Gutenberg, de los tipos móviles, que aceleró el proceso de comunicación y apropiación de la formas de pensamiento literario, dejando algunas evidencia tangibles de lo que se conoce como protoperiodismo.
- 3.- La invención de los medios electrónicos, que inicia con el telégrafo en 1844, luego la radio, el cinematógrafo, el teléfono y la computadora.

Estas evoluciones constituyen una ruptura entre el pensamiento lineal característico del hombre de la época de Gutenberg y el hombre actual, marcado por el conocimiento y la rapidez de la era electrónica.

La comunicación social es una facultad humana y social que se transparenta y se populariza con el uso y el abuso de los medios de comunicación. Los medios son vehículos sobre los cuales se moviliza, transforma y se recrea el derecho y la facultad de comunicar, pero que, además, ayudan al proceso de socialización del hombre.

En este proceso radica la importancia de la comunicación, desde sus inicios hasta la actualidad y fue el caldo de cultivo para la gestación de conceptos superiores como el derecho a la comunicación / información y la libertad de expresión, entre otros.

Estos derechos y deberes hoy se agrupan en códigos de ética y deontología profesional. Esto ha nutrido a las innumerables líneas y políticas de investigación que existen alrededor de la comunicación, fomentadas por la empresa (medios de comunicación) y por la universidad.

Pero la comunicación como una disciplina y un ejercicio enfrenta una serie de problemas. “La comunicación es una área particularmente afectada por ese síndrome de lo light, esa vacuidad, debido en especial, al tipo de demanda coyunturalmente comercial...” (TORRICO, 2004), que nos ha llevado a creer que todo es comunicación y que comunicación es sinónimo de información, entre otras reducciones comunes.

Esta confusión y uso de los términos diferentes como iguales, evidencia la crisis de identidad profesional que tienen los periodistas y los comunicadores sociales; basta con hacer una revisión de las salidas profesionales que oferta el ámbito universitario, que actualmente existen.

Los centros universitarios en una pretensión de ampliar el mercado laboral han abierto el abanico formativo, creando un profesional generalista, y en muchos casos polivalente.

El problema radica entonces en que:

“... aún andamos mezclando comunicación e información; en que las fronteras entre Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación Institucional, Narrativo Audiovisual y Periodismo, no están claramente definidas; en que, bajo el título de periodista, cabe el sesudo director de (*The Economist*) hasta el paparazzi más desvergonzado y amoral; en creer que todo lo que se publica es información y, por tanto, le asiste el sacrosanto derecho a la libertad de expresión”. (GALDÓN, 1999).

A lo cual hay que sumar otros hechos como Janeth Cook, J. Blair y otros fraudes de información, provocado a lo largo de esta década, que han restado la credibilidad de medios de comunicación y de reconocimientos emblemáticos dentro del mundo del periodismo, en particular.

La comunicación social como una herramienta de difusión y bajo la figura empresarial, se consolida en América Latina como una acción más para la expansión del capitalismo, y como tal se caracteriza por lo siguiente:

La convergencia de medios con las telecomunicaciones y la Internet; lo que a amplió el número de medios en pocas personas, y la integración de servicios varios; por ejemplo: (*pay-per-view*) y otros que han fusionado a empresas en procura de servicios integrales.

La convergencia de un fenómeno global, expresado en: “Grandes asociaciones entre los gigantes de la telefonía, la televisión -el medio de comunicación más rentable hoy en día- y la informática, para obtener la conexión de tres aparatos: teléfono, ordenador y televisor, lo que ha devenido en llamarse las Superautopistas de las Telecomunicaciones... Y de ahí también la irrupción en este negocio, de sociedades inversoras exteriores al mundo de la comunicación” (GIMÉNEZ, 1996).

Una creciente participación de firmas extranjeras (firmas multinacionales) en medios de comunicación locales, y una participación de grupos familiares latinoamericanos, con escasa influencia en la administración general de los medios. “Los descendientes de los patriarcas, retienen el control familiar sobre los grupos, pero aplican nuevas formas de administración. Los antiguos campeones nacionales, están siendo reconvertidos a actores importantes del mundo globalizado” (MASTRINI; BECERRA 2001).

Esta fusión de carácter netamente empresarial está borrando del mapa de la comunicación, la perspectiva local, según Elizabeth Fox el modelo latinoamericano es: “comercial y políticamente dócil” (FOX, 1990).

Por lo cual no les resulta difícil a los monopolios mediáticos internacionales imponer su agenda y liderar los procesos de opinión pública en la región, usando la figura de asociación empresarial, que a su vez genera un monopolio mediático.

Retomando la revisión de los hitos históricos importantes, citamos la transmisión de mensajes de persona a persona (*cartelismo embrionario*), era un recurso muy usado; la presencia de la Revolución Industrial transformó e innovó todo el proceso.

En nuestra región, al igual que en todo el mundo, la imprenta dejó una serie de evidencias en relación al acontecer social y político de la época.

La comunicación con fines divulgativos llegó a América Latina con la post-guerra, alrededor de los años cuarenta, impulsado básicamente por el desarrollo tecnológico de ese momento, que dio a los medios de comunicación un papel preponderante dentro de la sociedad. La historia reconoce a esta época como el Renacimiento.

“Las nuevas vías de comunicación permiten la circulación de personas a mayor velocidad; hay avances en la alfabetización; el liberalismo político conquista espacio; se vive una fase de crecimiento económico; comienza el desarrollo del turismo...” (SOUSA, 2006). Todo esto alrededor de las incipientes y novedosas formas de comunicación y de contacto superando las distancias geográficas.

La introducción del telégrafo y de la imprenta fueron los principales motores para la implementación, y más tarde, la consolidación de las primeras nociones de lo que hoy conocemos como periodismo.

En palabras de Georges Weill “La invención de la imprenta es lo que ha hecho posible el periódico” (WEILL, 1962) y con él, toda una serie de versiones impresas con las cuales se puede evaluar el acontecer y devenir histórico de las naciones.

Además, como bien manifiesta Neil Postman, la imprenta no es solo una máquina, sino también una estructura para el discurso, estructura que impone unos contenidos y excluye otros. (POSTMAN 1990, 59).

Por su parte, el telégrafo (1667) como es de conocimiento público, permitió la comunicación a grandes distancias; mientras que el teléfono (1850) inauguró una nueva forma de comunicación, preludio de la gran revolución en las comunicaciones que se vendría más adelante.

Charles Bourseul “tuvo en Francia la idea de reemplazar la clavija del telégrafo eléctrico, por una membrana que vibre bajo el efecto de la voz en la emisión, y de un electroimán en la recepción; el micrófono y el auricular habían nacido, y con ellos el teléfono” (GUTIÉRREZ, 1979). Con ello quitó, en alguna medida, el carácter interpersonal de la

comunicación para dar paso a lo que hoy se conoce como comunicación masiva, intervenida por distintos aparatos tecnológicos y electrónicos.

Este tipo de comunicación masiva en nuestra región, al igual que en todo el mundo, se desarrolló por la presencia de las primeras agencias de información, y más tarde por el arribo imponente de los grandes monopolios mediáticos y las agencias de noticias, tal como Associated Press (1849) y Reuter (1879), entre las más influyentes.

Citando al mismo Sousa (2006), diremos que: “los medios impresos se convirtieron en masivos y mostraron su importancia para la sociedad, a causa de sus enormes capacidades de representación de las personas, de la sociedad y de la cultura, de la producción y reproducción, de la construcción y reconstrucción de los procesos sociales y culturales.

La historia y evolución del periodismo tiene una estrecha vinculación con la Revolución Francesa, y sus principios fundamentales, relacionados con democracia, libertad y diversos sistemas sociales de la época.

Durante sus dos primeros siglos, y de acuerdo con su desarrollo desigual -según los países- el periodismo asentó sus primeras formas y modelos bajo la estrecha vigilancia del poder, que han marcado el ejercicio profesional.

Dependencia absoluta a la organización empresarial (ELLIOT, 1974) por un lado, produciendo a su vez la interacción de otras variables, cuando se analiza el compromiso natural de los valores que marcan a la profesión.

Y por otro, la existencia de un modo de ver (*la estética periodística*), de un modo de hablar (*la jerga periodística*) y de un modo de actuar (*la epistemología periodística*) establece un vínculo bastante fuerte entre los miembros de la tribu periodística (TRAQUINA, 2001).

Nosotros, por nuestra parte, y como periodistas vinculados con el quehacer universitario, consideramos que el verdadero periodista profesional es aquel que define sus responsabilidades, Merrill J (1974), en plena independencia con su oficio; sin que ello implique una renuncia expresa tácita a su autonomía profesional y el respeto de las políticas editoriales e informativas impuestas por el medio.

“El sistema social condicionaba el de las comunicaciones. El correo como instrumento de acceso a las fuentes noticieras está reservado a la casta minoritaria dominante, en correspondencia con la organización esclavista de la sociedad” (VÁSQUEZ, 1995), remarcando la diferencia y segmentación de clases que aún persiste en Latinoamérica.

La invención de la imprenta y la tipografía, a mediados del siglo XV estimuló en todo el mundo diversos procesos de comunicación; y, aunque la imprenta llegó a América alrededor de 1530, es decir, casi después de setenta años de su invención, los periódicos tardaron un poco más de tiempo en reproducirse, por la naturaleza particular social y económica de América Latina.

La primera imprenta del Nuevo Mundo fue instalada en México (1539) por Juan Cromberg,

y la primera obra publicada se llamó: “*Breve y más compendiosa doctrina cristiana en lengua mexicana y castellana*”, de fray Juan de Zumárraga (RIVADENERÍA, 1995).

Guatemala y México fueron los dos países latinoamericanos que lograron producir un periódico a comienzos del siglo XVIII. Mientras que uno de los principales promotores de la llegada de la imprenta a Ecuador, fue la comunidad de Jesuitas, alrededor de 1740, aunque antes ya habían hecho presencia en otras regiones de Latinoamérica.

Las ciudades virreinales del siglo XVII usaron ya hojas volantes y anuncios. De hecho, estos textos representaron una forma de contacto literario y científico de la época. “En muchos casos, los editores fueron prototipo de la ilustración, sabios escritores” (ASTUTO, 1969)<sup>10</sup> como evidencia del periodismo de esta época, cuando la profesión estaba evidentemente considerada como un oficio y un espacio para combatir ideologías.

El objetivo de la referida comunidad religiosa era de difusión del espíritu y la doctrina católica en masa. “Los Jesuitas habiáanse concitado, por su firme defensa de los valores sustanciales del cristianismo, la enemistad de todos los enemigos de la Iglesia y la Fe” (CARRIÓN, 1987).

Dos de los nombres más representativos de la comunidad en nuestra región fueron: Juan Ignacio Castoreña, impulsor del primer periódico de América, denominado *La Gaceta de México*; y, Juan de Dios Cid.

“También debemos a la Compañía de Jesús, la introducción de la primera imprenta en el Reino de Quito. Instálese inicialmente en Ambato, y desde allí comenzó a difundir sus primeros impresos. ¡Cuánta luz se debe a la primera imprenta! Aunque llegó tardíamente a nuestros lares, en relación con otras regiones de la América española, el hecho de traerla fue un hazaña cultural que la historia señala como miliario piedra blanca” (ASTUTO, 1969)<sup>11</sup>.

De allí que el aporte de la referida orden religiosa a los procesos educativos en el Ecuador han sido muy positivos, no obstante la misma fue expulsada del país en 1767 por presión de Carlos III<sup>12</sup>. Se destaca, por ejemplo y de manera particular, el acierto al introducir cátedras relacionadas con la filosofía y las ciencias experimentales, y su impulso por consolidar la universidad en el país.

Los Jesuitas llegaron al Ecuador en el siglo XVI; el presidente ecuatoriano Gabriel García Moreno (1861-1865) les encargó el sistema educativo del país, al cual -como era obvio- le impregnaron su fuerte huella católica.

---

<sup>11</sup> La salida violenta de la Comunidad de Ecuador, provocó un desbalance en la educación, pero también reflejó un disputa entre dos comunidades religiosas, los jesuitas y los dominicos, y como lo comenta Philippe Astuto (1747-1795) en su libro *Eugenio Espejo: Op. cit. “reformador ecuatoriano de la ilustración”* “Frustrados por las cortapisas y la ignorancia del pueblo, hombres ilustrados de Quito trataron de llenar el vacío, creando una sociedad patriótica en 1791, y un periódico 1792”

En todo el continente se evidencian pequeñas manifestaciones y muestras de comunicación y/o periodismo, frecuentemente enmarcadas en el periodismo de opinión, que cumplía una función social relevante, tal como lo comenta G. Weill (1962) :

*“El periódico es y debe ser el gran sacerdote de la historia, el animador de la sociedad, el gran informador del mundo, el censor de la tierra, el vehículo de la opinión pública, la sangre vital circulando a través del espíritu humano.*

*Es el gran enemigo de los tiranos, el brazo derecho de la libertad”*

“Los historiadores del periodismo en América Latina están de acuerdo en que una de las primeras manifestaciones de la transmisión de noticias en el continente, incluyendo al Caribe, en el siglo XVI, lo constituía -igual que en los países de Europa- la aparición de hojas volantes manuscritas, no periódicas, que contenían la relación de sucesos poco comunes” (BENÍTEZ, 2000), a las cuales la historia las reconoce como una de las primeras formas del periodismo escrito.

Tal vez, uno de los hechos más relevantes documentados por intermedio de las noticias manuscritas, fue la llegada de Cristóbal Colón a América. Esta visita puede considerarse como el germen del periodismo en Latinoamérica, cuya documentación es rica y extensa.

“Los primeros pasos para el establecimiento de la prensa periódica en América, deben ser situados en el siglo XVIII. Estas iniciativas provinieron de las autoridades españolas y se desarrollaron fundamentalmente en las ciudades virreinales de Lima y México.

Su principal objetivo fue mantener y estrechar los vínculos entre la corona y sus colonias” (BERNERO, 2004).

Las publicaciones no tuvieron el carácter de frecuentes, pero evidenciaron los viajes de gente de la corona, numerosos terremotos y las conquistas de los españoles en América, en particular.

A continuación veremos un esquema cronológico de las fechas en las cuales llegó la imprenta a América Latina y el Caribe, lo que marcó el desarrollo y tipo de periodismo en toda la región.

Los primeros periódicos publicados, además de los periodistas pioneros, representan evidencias valiosas de los acontecimientos históricos en torno al periodismo y la comunicación, tema central de esta investigación.

En las fechas referidas en el cuadro, aún no podemos hablar de la formación de comunicadores sociales/ periodistas, en el seno de las aulas universitarias; sin embargo, cada uno de los periódicos constituyó la base para la formación profesional.

<b>País</b>	<b>Año/imprensa</b>	<b>Primeros Periódicos</b>	<b>Primeros Periodistas</b>
Argentina	1700/ 1764	El telégrafo mercantil, rural, político y económico (1801)	Mariano Moreno Manuel Belgrano
Brasil	1706	La Gazeta do Ríó de Janeiro	José de Costa Pereira Furtado de Mendoza
Bolivia	1811	El Telégrafo (1811)	Juan José Castelli Bernardo Monteaguado
Colombia	1738	Aviso del Terremoto ( 1758) Santa Fe de Bogotá (1791)	Manuel del Socorro Rodríguez
Cuba	1724	El pensador( 1764) La Gaceta de La Habana (1782) El Habanero ( 1823)	Gabriel Beltrán de Santa Cruz / Ignacio José Urrutia Félix Varela
Chile	1780	La Aurora de Chile ( 1812)	P. Camilo Henríquez
Guatemala	1641	La Gaceta de Guatemala (1729)	Simón Berbaño y Villegas
El Salvador	1647	El Seminario Politico Mercantil (1824)	Juan de Dios Cid
Ecuador		Primicias de la Cultura de Quito ( 1792)	Eugenio de Santa Cruz y Espejo
México	1539	Hojas de noticias/Gaceta de México	Juan Ignacio Castoreña Urzúa
Paraguay	1700	El Paraguayo Independiente ( 1845)	Francisco Solano López
Perú	1584	La Gaceta de Lima ( 1743)	Jaime Bausate y Mesa
Uruguay	1807	La estrella del Sur ( 1807)	Samuel Auchmuty José Manuel Goyenecho
Venezuela	1808	La Gaceta de Caracas ( 1808)	Francisco de Miranda

Elaboración: Autora.

El inicio del periodismo en nuestra región está estrechamente vinculado a con las luces independentistas y la confrontación de orden político que dieron a los incipientes productos periodísticos -en la mayoría de los casos- un tinte dogmático y sectario, semillero del periodismo ideológico. Dentro del contexto mundial, es inevitable no citar el dramatismo que se inició a lo largo de la Primera Guerra Mundial.

El periodismo de ese entonces se basó fundamentalmente en un modelo filosófico liberal, y como tal, impulsó las incipientes ideas que en relación a la libertad de pensamiento y de opinión existían.

“De ahí la proliferación, en el siglo XVIII de pequeños periódicos, gacetas y hojas informativas que estaban atravesados por la idea de sacar los asuntos públicos de los palacios, y comenzar a construir aquello que algunos filósofos políticos han llamado el uso público de la razón desde ámbitos privados” (MIRALLES, 2010).

La primera escuela latinoamericana dedicada a la enseñanza del periodismo se fundó en La Plata - Argentina en 1934, luego se instituyó otra escuela en Brasil (1935), en Cuba (1940), Ecuador (1945), Perú ( 1958).

La primera escuela de periodismo en América Latina se fundó con el auspicio de la Universidad Nacional de la Plata, lo que determinó el inicio de algunas acciones a favor de la construcción de un horizonte investigativo de la comunicación en la región, marcado por tres momentos circunstanciales, que por supuesto no recogen los últimos acontecimientos que han marcado a la profesión:

- 1.- Un primer momento que va desde 1930 a 1960, en esta temporada existió una preocupación constante por el análisis de los medios, la producción informativa y el comportamiento de las audiencias en general. Todo esto bajo la influencia del enfoque crítico de la comunicación propuesto por Norteamérica, que tuvo un enorme impacto en América Latina.
- 2.- Un segundo momento que está marcado por la creación y consolidación del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y la Escuela Latinoamericana de Comunicación (ELACOM), que reunió y formó a intelectuales de gran nivel.

CIESPAL es una iniciativa que nació en el seno del Ecuador, bajo el auspicio de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Organización de Estados Americanos (OEA) y fundaciones privadas internacionales como la Friedrich Ebert y la Ford.

“El CIESPAL surge en la coyuntura latinoamericana como una iniciativa de la UNESCO

---

<sup>13</sup> En la columna “Año imprenta” se refiere al año en que llegó la primera imprenta al país.

para diseminar modelos destinados a la preparación de profesionales para los medios de comunicación colectiva, que atienden a las nuevas exigencias socioculturales” (MARQUES, 1984).

CIESPAL ha sido considerado como organismo internacional que legitimara y rediseñara un nuevo plan de trabajo en la enseñanza de la comunicación y su relación con los medios: el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (CIESPAL). (ANDIÓN, 1991)

Sobre el aporte, la evolución y declive de este organismo, dependiente del Gobierno Nacional del Ecuador, nos referiremos más adelante, en el Capítulo IV dedicado a la formación de Comunicadores Sociales y Periodistas en Ecuador, por su vinculación con el tema antes citado.

- 3.- Y un tercer momento, la división y subdivisión de especializaciones, en la década de los setentas, como nuevo enfoque e interés de estudios: las innovaciones. Pero a su vez constituye la temporada de proyección y afianzamiento de los centros dedicados a la investigación en comunicación y otras áreas relacionadas.

Dentro de este tercer momento, es importante citar que la lucha por la profesionalización del periodista no es nueva, recordemos que la UNESCO es una de las organizaciones que más trayectoria académica y de investigación tiene en relación al impulso y mejoramiento de los estudios de periodismo. Iniciativa que no ha sido acogida por los gremios periodísticos, que en su mayoría han luchado porque la validación de las experiencias en el campo periodístico, sobre el título universitario.

En la década de los años setenta la UNESCO anunció públicamente la necesidad de dar un nivel académico a los estudios de periodismo, y apoyar de manera técnica y económica a CIESPAL, en su intento educativo centrado en la formación de un perfil polivalente, que influyó en casi todas las escuelas de periodismo que existían.

El último aporte en relación a la formación de la UNESCO (2007) cuenta con una propuesta de formación curricular en este ámbito, que incluye licenciatura y maestría, que se toma como referencia en esta investigación.

Este intento de formación polivalente, impulsado por el organismo ecuatoriano, hizo que las escuelas asuman modelos preestablecidos en Europa y Estados Unidos, quienes marcaron la pauta en relación a la enseñanza y los procesos de investigación, así como la implementación de programas relacionados con la comunicación y el desarrollo en toda América Latina. Críticas sobre esta influencia pueden verse en Rogers (1969) Díaz Bordenave (1974) y otros.

“Fue el tiempo del llamado difusionismo de la comunicación de innovaciones para mejorar la calidad de vida del campesinado, que se basaba en presupuestos que no funcionan porque no tomaban en cuenta matices y peculiaridades culturales. Pero los estudios de la comunicación en sí misma, obtuvieron un fuerte impulso” (GARGUREVICH, 2000)

“La fuerte influencia de otro paradigma norteamericano -el modelo clásico de difusión de

innovaciones- también se puede comprobar fácilmente en la literatura sobre investigación latinoamericana, relativa a la adopción de tecnología agrícola” (BELTRÁN, 1978) y las tendencias de comunicación y desarrollo.

En la década de los sesenta surge, además, la industria televisiva en América Latina, impulsada de manera particular por México y Venezuela, que hasta la fecha luchan por competir con la producción en serie y masiva que tiene Estados Unidos y por supuesto, con la diversidad temática que presenta ahora mismo la red.

En 1974 Nordenstreng y Varis demostraron que la televisión latinoamericana estaba dominada por Estados Unidos; en algunos países las importaciones de programación televisiva superarían el 80%. La situación ha variado, aunque debemos reconocer que existía un espacio interesante dedicado a la producción latinoamericana, en especial las telenovelas producidas en México, Brasil, Venezuela y Argentina, apoyado básicamente por nuestros hermanos emigrantes.

“Una situación novedosa en América Latina del siglo XXI es que el sector político ha asumido una posición regulatoria más fuerte, en relación a los procesos históricos, donde hubo un fuerte conjunción de intereses entre los propietarios de los medios y el poder político” (MASTRINI; BECERRA, 2011).

Esta corriente se ha fortalecido por la fuerte presencia de carácter socialista que han impuesto los gobiernos actuales de Ecuador, Venezuela y Bolivia. Mas, no hay aún cambios fundamentales, ni la implementación de políticas claras que aseguren el progreso y la seguridad social, en los países antes citados.

En el caso particular del Ecuador, si bien es cierto existe una última reforma a la Constitución que considera al Estado como un país multiétnico y multicultural, el tratamiento del ciudadano común hacia el sector indígena, está marcado por diferencias y limitaciones, evidenciando que la estructura de clases no ha sido superada.

Es importante además mencionar que la Constitución de 2008, garantiza la existencia de medios privados, públicos y comunitarios en igualdad de condiciones, pero esto no se cumple.

Como lo revela el informe de desarrollo mediático 2010 en el país, elaborado por la UNESCO “sólo un 0.2% de radioemisoras y 0%, es decir ninguna de televisoras corresponden al sector comunitario propiamente dicho en el Ecuador”. El informe en mención reconoce la acción del Estado Ecuatoriano, que en noviembre de 2010 concesión de 14 frecuencias de radio a organizaciones indígenas, y la implementación de planes de capacitación para este sector.

Es importante mencionar que la concesión de frecuencias entre 1995 y 2008 no ha sido del todo transparente, esto según un informe de auditoria de frecuencias realizado por CONARTEL, y que circula en la red.

## 1.2 LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL ECUADOR

El proceso de desarrollo de la comunicación social en el país en estas últimas cuatro décadas está marcado por tres factores fundamentales: el primero y quizá el más importante se produce en la década del setenta, fue la creación de CIESPAL, que le dio al Ecuador una fuerte presencia dentro del contexto latinoamericano e impulsó los primeros procesos de capacitación, bajo el enfoque de comunicación y desarrollo en la región.

El segundo hecho es abundante presencia de ofertas educativas en relación al periodismo, la comunicación y sus diferentes vertientes, por parte de las universidades privadas en particular, factores que serán analizados en detalle en el capítulo IV.

Y como tercero y último factor, la presencia de los principales grupos de poder en los medios de comunicación, generando una estructura empresarial monopólica, que ha marcado los escasos puestos de trabajo que genera el sector, pero que además ha sido uno de los puntos de confrontación constante con el actual presidente del Ecuador, lo que ha puesto en debate el estado y uso de la libertad de expresión en el país.

Al igual que el resto de la región, la comunicación y su ejercicio ha estado marcado por la lucha de clases y las diferentes acciones en favor de la justicia social y la libertad de prensa.

“ En América Latina y en Ecuador en particular, el Estado estuvo durante décadas en la mira de las políticas neoliberales. Fue tan estigmatizado y debilitado que terminó acorralado, empequeñecido y a la sombra. Los abusos históricos del que fue objeto significaron al mismo tiempo la posibilidad de fortunas opulentas y de mayúsculas situaciones de impunidad por parte de las élites del poder” (REYES, 2007)

En esta última década el país, con la implementación de diversas estrategias, de las que hablaremos en detalle, más adelante, tiene 16 medios, bajo la figura de medios públicos, y está sometido a una campaña agresiva de comunicación y confrontación social liderada por el presidente Correa.

El ejercicio de la comunicación con un carácter masivo en el Ecuador, al igual que otros países de Latinoamérica está relacionado con procesos políticos y económicos, pero existieron dos artefactos: la imprenta y el telégrafo, que marcaron uno de los avances más significativos en cuanto a la difusión de información, iniciando un prospero horizonte para el periodismo combativo y revolucionario.

Si revisamos la historia mediática del Ecuador esta se remonta al siglo XVII, con pequeñas evidencias manuscritas. “ La historia del periodismo de nuestro país es casi una historia de la política nacional, e inclusive puede decirse, de la historia en general. (...) el hombre ecuatoriano siempre vibró cuando se trataba de luchar por su dignidad atropellada” (GARCÍA, 1979).

Recordemos que la historia del Ecuador de esta época está marcada por caudillismos, militarismos y clericalismos políticos.

En 1750, gracias a la presencia de la Comunidad Jesuita, llegó la primera imprenta al país que se ubicó en Ambato, desde donde soportaron todo tipo de persecuciones por parte del partido Liberal, dominante en esa época en el país. “ Y lo establecieron inicialmente de asiento en Ambato y en la residencia de los Padres, siendo su carácter privado, particular y doméstico, tan sólo para el uso de los colegios de los Jesuitas que tenían establecidos en la Colonia” (ALBUJA, 1979)

Para ese entonces, la comunidad había logrado introducir imprentas en algunas parte de América, como México, Lima y Bogotá. “ A partir de la segunda mitad del siglo XVI, los jesuitas demostraron particular interés por la imprenta, habiendo estructurado sus propias prensas en Viena de 1559 a 1599” (HALLO, 1992) aunque su fin era la reproducción de textos con fines religiosos, al menos en su etapa inicial.

En 1755 aparece el primer impreso realizado en nuestra patria: “*Piissima erga Dei Genitricem devotio ad impetrandam gratiam pro articulo Mortis*” entre algunos libros, documentos que fueron impresos bajo el auspicio y dirección de la Comunidad Jesuita, residente en Ecuador, entre los cuales consta, la oración fúnebre publicada por el padre Milanésio (1759) que constituye una de las primeras evidencias del incipiente proyecto de publicaciones, liderada por los Jesuitas en nuestro país.

En el caso particular de Ecuador la imprenta representó algunos proceso de lucha y de liberación social, que lamentablemente han sido poco documentados. “La imprenta se liga a varios fenómenos como la ascensión del mercantilismo, la burguesía urbana, los conflictos religiosos y sociales, la pugna por la fijación de los poderes e identidades nacionales, más el importante impulso tecnológico de la Revolución Industrial” (NAVAS, 1995)

Según el historiador ecuatoriano Oscar E. Reyes, los Jesuitas durante la Colonia habían sido de inapreciable utilidad como abnegados misioneros en las lejanas regiones amazónicas; como educadores del ciudadano, como organizadores de la producción agrícola en gran escala.

Y como bien lo relata otro ecuatoriano, Albuja Galindo: la introducción de la primera imprenta en el Ecuador o Real Audiencia de Quito, se retardó por más de doscientos años con respecto a México, por ejemplo, lo que hizo que los autores de la época colonial impriman sus ideas y pensamiento en talleres de Madrid y Lima.

“ La extensión del arte tipográfico entre la mayoría de los países de América del Sur se debió a la actividad de la Compañía de Jesús, administrada por los Jesuitas. Entre 1610 y 1612 la misión de Juli (La Paz) imprime manuales del idioma Aymará” (HALLO, 1992) que circula en Ecuador por la relación con la misma comunidad.

La segunda iniciativa editorial corresponde a la “Biblioteca San Gregorio”, cuya denominación se hace en honor al nombre de la primera universidad que tuvo la Audiencia de Quito. Su objetivo fue dar a conocer el desarrollo de las ideas de la etapa colonial

(PALADINES, 1988).

Años más tarde, los Jesuitas que a su vez administraron la Compañía de Jesús-sociedad exclusivamente religiosa, son expulsados del país, por pedido e intervención de Urbina, el Rey Carlos III de España, decretó la salida.

Y “ En 1779 Raimundo de Salazar ( *editor-tipografo*) recibe la imprenta que fuera de los Jesuitas y ayudado por otra pequeña que había traído de Lima, en 1757 se dedica a la tarea de la impresión en pequeña escala aún.

La historia del país reconoce como el primer periódico oficial del Ecuador y el punto de partida del periodismo ecuatoriano a Primicias de la Cultura de Quito.

Raymundo Salazar no recibió la imprenta en perfectas condiciones, tal como lo relata el historiador ecuatoriano Ángel Grisanti, quien asegura que la imprenta de los Jesuitas estaba poco menos que inservible en la época de la Independencia , y que fue Salazar quien fundió tipos para completar sus cajas, la tipografía era deficiente. (GRISANTI, 1946).

“Ellos ( *Espejo y Salazar*) señalaron con sacrificio las rutas del periodismo que debía ponerse al noble servicio de la libertad, contra todo absolutismo y tiranía, contra la privilegios y la explotación de conciencia”<sup>14</sup> inaugurando la primera etapa de la prensa libertaria en Ecuador.

Paralelamente a este suceso, en 1791, en la ciudad de Quito se consolida la Sociedad Patriótica de los Amigos del País, cuyo objetivo fue el fomento de las letras, las artes, la agricultura y el comercio. Los estatutos fueron expedidos por el Rey Carlos III de España.

La historia del país reconoce como el primer periódico oficial del Ecuador y el punto de partida del periodismo ecuatoriano a Primicias de la cultura de Quito.

Primicias es además el tercer periódico más antiguo en América del Sur. En 1743 en Lima ya se había publicado La Gaceta, y en 1791 en Bogotá asomó el periódico El Papel de Bogotá. El siglo XIX estuvo caracterizado por la presencia de periódicos combativos, utilizados como una poderosa herramienta de defensa política y partidista de la época, que dan cuenta del fervor político e ideológico.

El comienzo del periodismo ecuatoriano estuvo relacionado con la participación política, de hecho la historia atribuye sus orígenes y amplia relación a la agrupación política Sociedad Patriótica de Amigos del País (1791) <sup>15</sup> agrupación en la cual E. Espejo tenía un rol

---

<sup>14</sup> Idem

<sup>15</sup> Tal como consta en Estatutos para el Régimen Interior y exterior de la sociedad económica de los Amigos del País: Título I. Idea general y en común de la sociedad. Se ha formado un cuerpo o Colegio Patriótico, con el título de la Sociedad de los Amigos del país y el objeto de procurar, por cuantos medios fuera posible, a la patria y al Estado, su conservación, restablecimiento y progreso feliz en todas líneas (...) Para este efectos deberá distribuirse entre sus individuos de mayor talento, popularidad, facultades y elocuencia, el volumen de su ocupación y encargo en cuatro comisiones: Primera: de la Agricultura y Economía rústica. Segunda: la de Ciencia y Artes útiles. Tercera: la de industria y comercio. Cuarta: la de Política y buenas letras. Paladines Escudero( 2009): El movimiento ilustrado y la independencia de Quito.

relevante, espacio desde el cual propuso un plan educativo de carácter público.

Espejo fue médico y también periodista; su interés por educar a las masas es una de las ilusiones que más sobresale en sus escritos, y además se deja ver de manera muy directa en las publicaciones del periódico “*Primicias de la Cultura de Quito*”.

Únicamente se lograron publicar siete números, pero Espejo fue uno de los inspiradores de lo que más tarde sería uno de los diarios más importantes del Ecuador: Diario El Universo.

“Espejo, el fundador del primer periódico de nuestra patria, estableció para el periodismo ecuatoriano el espíritu que nos ha sido muy satisfactorio defender: la democracia, la independencia, la cultura” (PÉREZ, 1970)<sup>16</sup> por lo cual está considerado como el padre del periodismo ecuatoriano.

Para Espejo “*Primicias*” fue siempre un órgano para la difusión y un herramienta para educar a los pueblos “Con un estilo claro, sencillo y dentro de las mejores tradiciones del buen gusto del siglo XVII, le dio a su diario un nivel elevado en su propósito de educar a Quito. Así, lejos de los centros de comunicación, sus compatriotas dispusieron de un diario que corría parejas con otros de las Américas” (ASTUTO, 1969).

El único trabajo de que Espejo pudo ver publicado fue justamente del periódico *Primicias de la Cultura de Quito*, el primer número se imprimió el 5 de enero 1792. Por este acontecimiento el 5 de enero, se celebra el día del periodismo ecuatoriano. “El último número vio la luz el 29 de marzo del mismo año. Fueron solo siete números los que aparecieron, aunque en ellos no pudo difundir sus ideas autonomistas y revolucionarias, pues se trataba de una publicación oficial, órgano de la Sociedad Patriótica de Amigos” (VILLAMARÍN, 2006).

La meta de Espejo fue hacer del Ecuador una “Nación adulta en literatura”, propuesta que ha decido el historiador y educador ecuatoriano Carlos Paladines Escudero (1988), no se reduce ni a una mera descripción o denuncia de la situación presente, ni a una aséptica valoración del hecho literario; apunta más bien a un vasto programa de rehabilitación de la vida cultural de la Audiencia de Quito y cita a Espejo:

*“ No puede llamarse adulta en literatura, ni menos sabia, una Nación, mientras generalmente no esté desposeída de preocupaciones, de errores, de caprichos, mientras con universalidad no atiende y abraza sus verdaderos intereses, no conozca y admita los medios de encontrar la verdad, no examine y adopte los caminos para llegar a su grandeza; no mire, en fin, con celo y se entregue apasionadamente al incremento y felicidad de sí misma, esto es del Estado y de la sociedad” (ESPEJO, 1912. Tomo I: 12).*

Hablamos de una época de escaso acceso a la educación, por lo cual la prensa propuesta por

---

<sup>16</sup> La cita se tomó de un largo discurso que Pérez Pazmiño, pronunció en 1970 y ha se reproduce en la Revista Bodas de Oro Diario El Universo.

Espejo (1912), que nuevamente es citado por Paladines, se convirtió sin mayor esfuerzo en el tesoro intelectual para el país de aquel entonces:

*“ La prensa es el depósito del tesoro intelectual. Repongamos en éste el caudal respectivo, a los efectos preciosos de nuestros talentos cultivados. Que juzgan nuestros émulos, si acaso por ventura se nos suscitan, que estamos en el ángulo más remoto y oscuro de la tierra, adonde apenas llegan algunos pocos rayos de refracción desprendidos de la inmensa luz que baña a regiones privilegiadas: que nos faltan libros, instrumentos, medios y maestros que nos indiquen los elementos de las facultades y que nos enseñen el método de aprenderlas”* <sup>17</sup>

Retomando la evolución histórica de la comunicación y de los medios en el país, según Wilson Hallo en 1809 se imprime La Gaceta de la Corte de Quito, órgano del cual circularon únicamente seis números, 1810 se imprime Gaceta de la Corona, una publicación eventual y de espíritu liberal y por último asoma la Gaceta Curiosa, que igualmente tuvieron corta circulación, que en su conjunto representan las tres huellas del periodismo en los primeros años.

En 1825 se imprime “*El Espectador Quiteño*” y luego de 70 años de servicio parece que desapareció destruida por el general Juan José Flores” <sup>18</sup>. En 1860 circula el periódico El Telégrafo, que está considerado como el primer periódico de circulación nacional.

Años más tarde, El Telégrafo, propiedad del banquero ecuatoriano Fernando Aspiazu, fue intervenido a finales del 2002; la acción la ejecutó la ex Agencia de Garantías de Depósitos (AGD) <sup>19</sup>, como un mecanismo para saldar las deudas que Filanbanco, la empresa crediticia de propiedad de la familia Aspiazu, tenía con cientos de ahorristas ecuatorianos.

Este medio impreso que hasta hace poco fuera conocido e identificado por la ciudadanía de la región costa, en especial, como “*El decano de la prensa nacional*” es uno de los 16 medios de comunicación que con el membrete de públicos operan en el Ecuador, con un bajo y casi nulo impacto en la comunidad.

En las instalaciones del anterior Telégrafo se imprime el periódico gubernamental “*El Ciudadano*” Sus contenidos son de corte popular y es de circulación gratuita.

En 1833 asoma “*El Quiteño Libre*”, un periódico de corte liberal, fundado por el británico Francisco Hall- amigo personal del libertador Simón Bolívar- editado por el ibarreño Pedro Moncayo a quien la historia lo describe así: “ es el rebelde que defiende las ideas libertarias del país, cuyo ejemplo heredó Montalvo, quien se desempeñó como su secretario durante

---

<sup>17</sup> Eugenio Espejo (Instrucción previa sobre el papel periódico, intitulado “Primicias de la cultura de Quito”. Pensamiento Ilustrado Ecuatoriano.

<sup>18</sup> Disponible en: [www.jesuitas.ec](http://www.jesuitas.ec). Acceso: 12 de febrero del 2011

<sup>19</sup> La Agencia de Garantía de Depósitos (AGD) se creó en 1999, como producto de la crisis financiera y bancaria, su objetivo fue devolver los depósitos a los clientes de las instituciones financieras quebradas o en proceso de saneamiento

mucho tiempo”<sup>20</sup>.

Hall se une a Juan Montalvo, considerado por la historia como un periodista combativo y panfletario, que enfrenta el militarismo extranjerizante que marcó al gobierno de Flores. “El Quiteño libre destinado a combatir a los etíopes importados, a los facinerosos con charreteras, según el lenguaje político de entonces” (REYES, 1967).

El Quiteño Libre apareció el 12 de mayo de 1833, y se publicó únicamente hasta el 14 de septiembre del mismo año; justamente en los inicios de la vida republicana. “Desde el inicio su orientación fue abiertamente opositora. Iba a “defender las leyes, los derechos y libertades del país, a denunciar toda especie de arbitrariedad, dilapidación y pillaje de la hacienda pública; a confirmar y generalizar la opinión en cuanto a los verdaderos intereses de la nación; y a defender a los oprimidos y a atacar a los opresores”.

Uno de los temas favoritos era la denuncia de inmoralidades cometidas por Flores (presidente de la república) con los fondos públicos.<sup>21</sup> El destino para quienes impulsaron esta iniciativa periodística fue fatal, y como bien lo relata el profesor Oscar E. Reyes, en su libro, “*Breve historia del Ecuador*”, que expresa textualmente lo siguiente: “poco tiempo después, algunos de los componentes de “*El Quiteño Libre*” amanecían asesinados en las cercanías de un cuartel, y el cadáver del inglés Hall colgado de un poste... Luego fuera de Quito, hubo también otros asesinatos políticos, por ordenes oficiales” (REYES, 1967).

Estos órganos impresos, que asomaron de manera irregular, despiertan un movimiento pequeño pero interesante a favor de la libertad de expresión. En 1875 el presidente García Moreno implementa una serie de normas cuya finalidad fue establecer mecanismos de censura para la libertad de expresión, contradiciendo los postulados de la Constitución de Riobamba de 1830 que proclamó la libertad de opinión pública, además constituye la primera Constitución del Ecuador.

Años más tarde se publica el diario La Nación (1878), cuya redacción estuvo conformada por personajes de pensamiento liberal como Manuel J. Calle, Lucía Corral, entre otros. A partir de la década de los años 20 se impulsa la presencia de la circulación diaria en el Ecuador.

“En las décadas siguientes el apareamiento de diario es escaso hasta la década de los 80’s, en la cual entran en funcionamiento 15 periódicos de circulación diaria, que equivalen al 41.9% de los existentes en el país, y que son, en su mayoría de cobertura regional” (MENESES, 1992) los periódicos más habituales y más grandes hasta la fecha se producen en las principales ciudades del país.

Se estima que el Telégrafo llegó al Ecuador aproximadamente en 1920, facilitando

---

<sup>20</sup> Disponible en: <http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=2869>. Acceso: 20/05/10

<sup>21</sup> Disponible en: [http://www4.elcomercio.com/Opinion/el\\_quiteno\\_libre.aspx](http://www4.elcomercio.com/Opinion/el_quiteno_libre.aspx). Acceso: 20/07/10. Editorial de la autoría del historiador ecuatoriano Enrique Ayala.

procesos incipientes de comunicación, abriendo a su vez la puerta para el desarrollo de una industria masiva de la comunicación, que en sus inicios estuvo en manos de la iglesia católica

Hasta 1925 en Ecuador existió una marcada posibilidad de desarrollar procesos de comunicación a distancia debido a la presencia del telégrafo, la situación mejora con la implementación de la vía férrea que unía a las ciudades de Guayaquil y Quito, polos de desarrollo del país (SAN FELIX, 1991).

Retomando la revisión cronológica de la historia diremos que los nombres más destacados en el periodismo ecuatoriano en el siglo XVIII fueron Eugenio de Santa Cruz y Espejo, Juan Montalvo, Juan León Mera y Gabriel García Moreno, este último fue presidente del Ecuador por tres ocasiones.

Hubo una determinante participación de Gabriel García Moreno, en la vida política y periodística del país, un hombre que se caracterizó por ser simpatizante de los métodos violentos y del silencio periodístico” Fue quien instituyó La Carta Negra<sup>22</sup> reflejada en la Constitución del Ecuador en 1869.

Años más tarde, en las dos ciudades más grandes del Ecuador, Quito y Guayaquil, se producen una serie de periódicos de baja circulación, cuyo listado, en detalle, se puede ver en Crónica del Periodismo en el Ecuador, de Wilson Hallo (1992). Hallo realiza una compilación gráfica de las portadas de los periódicos de la época, y una descripción de su contenido y principales tendencias informativas.

En relación a la radiodifusión en el Ecuador, sus inicios están en manos de un club de radio-aficionados. Los pioneros habrían pertenecido a la familia Cordobés y la Radio Prado, tendría el nombre similar a la fábrica textil que era de su propiedad. Esta organización inicia sus primeras transmisiones el 13 de junio de 1929, en la ciudad de Riobamba.

La década de los treinta es de particular importancia para el Ecuador, existen evidencias legítimas de las primeras investigaciones de orden científico que se efectuaron en el país, en relación a la comunicación y el periodismo.

En 1935 se realizan estudios sobre la imprenta por Carlos Sánchez y sobre el periodismo ecuatoriano de Augusto Arias (FREIRE, 2009). Luego de esto asoma una serie de investigaciones relacionadas con los movimientos sociales y políticos de la época, que estimular dos décadas después la creación del CIESPAL no hay evidencias claras sobre la cualificación académica de dichas publicaciones.

---

<sup>22</sup> El documento política denominado “ Carta Negra” tuvo muchas coincidencias a la Carta de la Esclavitud. La carta primera propone períodos presidenciales de seis años, además deja abierta la posibilidad de periódicos indefinidos.

Radio Prado, en 1939 realizó sus últimas transmisiones debido a que los propietarios deciden radicarse en los Estados Unidos. “Las emisiones se realizaban de 21 a 23 horas durante varios días por 5 horas diarias. Para entonces no existían leyes que regularan la radiodifusión actual únicamente se establecía una identificación; así por ejemplo a Sudamérica se le designaba la letra S y al Ecuador la letra E, y las transmisiones estaban marcadas por la espontaneidad de sus locutores, recuérdese que aun no podemos hablar de la profesionalización del periodismo.

La televisión en América Latina nace en 1950, exactamente siete años más tarde, en 1957 llega la televisión a Ecuador, de la mano de la Iglesia evangélica (Iglesia Alianza Misionera Cristiana) que fundó en 1959 el canal 4.

La primera empresa con fines comerciales se fundó en Guayaquil en 1964 bajo la iniciativa de Presley Norton, quien lideró el proyecto con la consecución del Canal 4 de Guayaquil, pero su verdadero negocio estaba en la agencia de publicidad Norton, agencia que contó con el respaldo de *American Broadcasting Inc*<sup>23</sup>.

El Ecuador, al igual que otros países latinoamericanos, se caracteriza por la presencia constante de monopolios mediáticos, y como lo demostraremos a continuación, han logrado enraizar sus proyectos empresariales en casi todo los medios de comunicación existentes. Por ello “ los medios de comunicación no jugarán otro rol que el que quieran asignarles sus dueños, y así podrán ser instrumentos de cultura o instrumentos de incultura; medios de dominio o medios de liberación; elementos para unir a un pueblo o para desorganizarlo; para enaltecerlo o para hundirlo” (TAUFIC, 1982).

“La televisión en el Ecuador es eminentemente mercantil, lo que significa no solo que está llena de spots de publicidad pagada, sino, además que pone en primer plano los intereses particulares de las personas y sociedades particulares” ( BORJA, 1998).

En 1967 recién se crea el Consejo Nacional de Telecomunicaciones, cuya función fue administrar el espacio radio electrónico del país, pero la primera ley de radio difusión y televisión asoma recién en 1975.

La ausencia de una normativa legal óptima hizo que las frecuencias sean otorgada a políticos de turno, y el fin de estos medios de comunicación sea únicamente partidistas, y hasta la fecha “ El Estado es el dueño absoluto del espectro radioeléctrico y por lo tanto tiene el poder exclusivo de conceder las frecuencias de radio, televisión, telefonía y telemática, aplicando la Ley de Radiodifusión y Televisión” ( BORJA, 1998).

El Diario El Comercio, que apareció en Quito el uno de enero de 1906, fue fundado por los

---

<sup>23</sup> Tomado de: [http:// www.diccionariobiografico.com/tomos/](http://www.diccionariobiografico.com/tomos/). Tomos 8. Rodolfo Pérez P. Diccionario Bibliográfico Ecuatoriano. Acceso: 13/12/10

hermanos Carlos y Jorge Mantilla Ortega y Celiano Monge, este último fue un conocido liberal alfarista, polígrafo, historiador y seguidor de Montalvo.

Su actual directora y presidenta es Guadalupe Mantilla de Acquaviva. Tiene un tiraje de 120.000 ejemplares diarios. Es una de los baluartes de la prensa nacional, que en momento de desarrollo y crisis de la nación ecuatoriana del siglo XX, ha dado un aporte fundamental para la afirmación de la nación y la democracia.

En Guayaquil se funda el diario El Universo (1922), en sus páginas han escrito periodistas de renombre como: Leopoldo Benítez Vinuesa, Alejandro Carrión, Rafael Díaz Icaza, Sucre Pérez Castro, Milton Álava Ormaza, Efraín Pérez Castro, Diego Oquendo, entre otros; el tiraje actual de este periódico es de 300.000 ejemplares diarios.

Al sur del Ecuador en la ciudad de Cuenca se funda el Diario El Mercurio (1924), entre los medios impresos más importantes. Por su labor periodística se ha convertido en el primer rotativo del austro con un tiraje de 18.000 ejemplares diarios. El Tiempo también diario cuencano fue fundado en 1955 por Gilberto Crespo; su tiraje es de 12.000 ejemplares.

La primera clausura a Diario El Universo se dio en 1937, por la publicación de una caricatura calificada como profética. La caricatura en mención decía:

*“ El dictador Páez, en medio de un banquete dice:  
Todo está muy bien, pero tengo el palpito de que saliendo de aquí  
alguien me va a besar”<sup>24</sup>.*

Un año después (1938) nace el vespertino capitalino Últimas Noticias, y fue fundado por Carlos Mantilla Ortega. Años más tarde, en (1969) en Guayaquil se funda el Expreso.

En la década del 70, en 1975, se funda el diario de corte popular y tendencia amarillista El Extra, y el Diario La Hora, el único diario regional, que cuenta con salas de redacción y talleres de impresión en más de cinco ciudades del país; se funda en 1986.

Según el historiador Raúl Borja en 1996 Ecuador tenía 15 periódicos grandes que imprimieron alrededor de 760.000 ejemplares diarios. Esto representa un promedio de 6.6 ejemplares por cada 100 habitantes. Actualmente el Ecuador tiene 17 periódicos grandes, 6 de ellos tiene circulación nacional, y no hay cifras exactas ni oficiales en relación a los periódicos de circulación local, y existen además dos diarios oficiales de circulación netamente virtuales.

Los propietarios y trabajadores de los medios de comunicación han logrado consolidar algunas agrupaciones, entre las más importantes destacamos la Asociación Ecuatoriana de

---

<sup>24</sup> Revista Bodas de Oro. (1921-1971) Diario El Universo

Radiodifusión (AER), Canales Comunitarios Regionales Ecuatorianos Asociados (CCREA), la Asociación Ecuatoriana de Canales de TV (AECTV).

Dentro de lo que se refiere al panorama mediático del país, hay una marcada concentración de medios en pocas manos y la consolidación de medios públicos. “ En el ámbito de la radio y teledifusión, según las estadísticas de diciembre del 2010 de la Superintendencia de Telecomunicación, existen 1.205 radioemisoras en onda corta, AM y FM y 444 canales de televisión, que incluyen las estaciones matrices y repetidoras de señal abierta en VHF y UHF, tanto de propiedad privada, 17% de servicio público y 0% comunitaria. En cuanto a las radios 89% son de naturaleza privada, 10.8% de servicio público y 0.2 comunitarias” (UNESCO 2011)<sup>25</sup>.

En el Ecuador, según el informe del 2009 la Comisión de Auditoría de Frecuencia de Radio y Televisión, el ultimo oficialmente publicado, existe en el país ocho grupos que administran o participan de la industria mediática, cuyo cuota de participación se distribuye de la siguiente manera:

Propietario	Empresa periodística	Denominación Comercial	Área de cobertura
Grupo Alvarado Roca	ECUAVISA TV Siete revistas impresas Edina ( guías telefónicas)	Univisa	Todo el país
Grupo Eljuri	ETV Telerama Orovisión. TV Cosmovisión S.A. Telsat S.A. V.max S.A Tivimaxa Satelcom SA	Eljuri S.A	Todo el país Algunas regiones del país
Grupo Vivanco	Diario La Hora, Radios: Planeta FM, Pichincha 91.3, Loja 106.3, Imbabura 93.1 Esmeraldas 97.1, Carchi 97.7.	Minotauro	Todos el país Sectorizada
Grupo Mantilla	Mantilla Mosquera: Diario El Comercio, Ediecuatorial, Edimpres S.A. Prismasa; Offssetec SA. Sistema Ecuadoradio, Telenacional CA, Megadatos SA. Mantilla Anderson: Diario Hoy, accionista de El Comercio SA, de Edimpres SA. Radio Hoy, Tesatel (TV HOY canal 21 UHF), Audio HOY, Prodata, Servidatos.	Mantilla	Todo el país Sectorizado

<sup>25</sup> Las cifras en detalle se pueden encontrar en el informe : Análisis del desarrollo mediático en el Ecuador. UNESCO 2011.

Grupo Egas Grijalba	Radio Bolívar Cinco revistas impresas		Todo el país Regional Todo el país
Grupo Mantilla Ortega	Diario El Comercio Diario Ultimas Noticias Radio Quito, Platinum y Ecuador radio Cuatro revistas impresas		
Grupo Telesistema Propietario mayoritario Carlos Slim	RTS- Telesistema Cuatro radios		Todo el país Regional

Fuentes: CONATEL, SRI y superintendencia de telecomunicaciones del Ecuador (2010)

Elaboración: Autora

Esta distribución empresarial ha sido uno de los puntos más críticos de la relación gobierno Correa y la prensa, desde el gobierno se insiste en el hecho que los medios mienten y que además no son los únicos autorizados para hablar en nombre del ciudadano común, porque prevalecen los intereses empresariales, justamente por la estructura monopólica empresarial que tiene el país.

Para periodista y académico ecuatoriano Hernán Rodríguez Castelo, la caja de Pandora ha sido abierta, el gobierno por su parte tiene su mérito frente a los medios: “el haber dejado al descubierto que existen medios de comunicación masiva que están vinculados directamente e indirectamente a imperios económicos que obviamente serán los sectores más retardatarios frente a las intenciones de cambiar profundamente las injustas estructuras sociales de este país”.

Ante la propiedad y el accionar de los medios de comunicación, el presidente Correa ha tomado algunas acciones fundamentales:

Solo por citar un ejemplo de esta confrontación, el pasado 6 de enero del año 2010, el presidente Rafael Correa, al recordar el día del periodista en Ecuador, dijo “un abrazo solidario a todos (los periodistas) porque sabemos que es una muy noble profesión”, pero aclaró que *“también existen los cobardes que se esconden bajo el disfraz del periodista para hacer política (...) tenemos que ser muy estrictos sobre todo cuando se tiene la responsabilidad de informar objetivamente con valores democráticos y no en función de pequeños espacios de poder o privilegios”*.<sup>26</sup>

<sup>26</sup> Disponible en: OBSERVADORGLOBA.COM: *Comunicación polémica en el Ecuador*

El Ecuador como país soberano tiene ciento setenta y cuatro años de vida republicana y dieciocho constituciones políticas. En el Ecuador la Comunicación está considerada como un derecho humano irremplazable, y está reflejado en la Constitución Política aprobada por la Asamblea Constituyente en 1944/1945.

Además la nueva Constitución, aprobada mediante el referendo de 2008, por la Asamblea Nacional Constituyente, tiene específicamente los artículos 17, 66 y 313, que hablan sobre la libertad de expresión.

Además, el país es suscriptor de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (1948), el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (1969) y a la Convención Americana de Derechos Humanos (1977). Así como de la Declaración Universal de los Derechos Humanos proclamada por la Naciones Unidas en 1948, y a la cual está suscrita por varios países entre ellos Ecuador y promueve:

El derecho a la información considerando también:

El derecho a recibir información

El derecho a investigar

El derecho a difundir información

La nueva Constitución Ecuatoriana incluye como lo hemos dicho una serie de garantías ciudadana que no se contraponen con lo que establecen las declaraciones universales, antes mencionadas.

En el caso de la libertad de expresión en el Ecuador está protegida por la Constitución de 2008 y la Ley de Radiodifusión y Televisión (1975) además el país cuenta con la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) vigente desde 2004, pero el conocimiento ciudadano de esta ley es mínimo y como tal las exigencias en relación a su aplicación también son imperceptibles.

Un hecho que ha marcado el ejercicio periodístico en el Ecuador es la ausencia de un código deontológico, de carácter normativo y único del país, lo cual deja el espacio abierto para que la empresa periodística desde sus intereses y políticas empresariales imponga el suyo propio a sus periodistas. Los códigos deontológicos son documentos vivos, perfectibles y transformadores en sí y para sí, ya que se adaptan a las realidades sociales y temporales, sin que primen conceptos morales sobre los principios éticos (AZNAR, 1999).

“ La ausencia de un código deontológico del periodismo ecuatoriano hace que quienes trabajan en las empresas que participan en esta batalla mediática no identifiquen la finalidad del oficio: el bien común. Tanto gobierno como medios ven a la ciudadanía como audiencias y no como ciudadanía consciente y receptores activos. Ambas partes luchan por un ratings” (ESCANDÓN, 2011)

El ejercicio del periodismo en el país está marcado por la estructura monopólica empresarial, como lo evidenciamos en el cuadro anteriormente citado “... hacer periodismo en el Ecuador, aparte de ser también un ejercicio de poder, demanda una responsabilidad pública que exprese y revele hasta dónde se justifica o entiende la independencia como un valor democrático que garantice a las audiencias un sentido de lo social y, particularmente, de verdadero servicio para construir ciudadanía” (PEREZ, 2007)

Un estudio realizado por Fundamedios, denominado Palabra Rota (2010) sostiene que la aplicación de la LOTAIP es aún limitada, debido a que continúa “primando una cultura de secreto y de propiedad del funcionario sobre la información” (FUNDAMEDIOS 2010)<sup>27</sup>

Pese a todas estas garantías legales la concepción y percepción de la libertad de expresión en el Ecuador no es del todo positiva, como lo revela el Informe en relación al Análisis del desarrollo mediático en Ecuador 2011, realizado por la UNESCO “el 68% de personas encuestadas a nivel nacional considera que en el país hay libertad de expresión y el 32% afirma lo contrario. En lo que respecta al índice de exigibilidad de este derecho, sólo un 4.04% de los encuestados ha presentado quejas por haberse limitado su libertad de expresión” (UNESCO 2011)<sup>28</sup>.

Lo cual puede tener una explicación en la actitud y naturaleza pasiva del ecuatoriano, que ha sido evidenciado por algunos estudios: “Un sentimiento de pesimismo invade al Ecuador. Parece que nadie cree en el país. Muchos piensan en buscar el porvenir en el extranjero. Parece que los que se quedan han perdido fe en el futuro. Es frecuente oír que este es el peor país del mundo...” (AYALA, 2004)

El mismo informe de la UNESCO expresa además que el 95% de las personas que fueron encuestadas consideran que la libertad de expresión como un derecho personal y universal, lo relacionan con conceptos como: “*opinar libremente con respeto*” “*decir lo que uno siente*” “*expresar nuestras ideas*”, entre otras.

En relación específica al ejercicio profesional, la ley de ejercicio Profesional del Periodista tuvo una última actualización en 1975, en este texto se establece la obligatoriedad de una titulación de orden académico y afiliación a uno de los dos colegios profesionales para ejercer actividades de comunicador y o periodista.

Es importante comentar que el gobierno del presidente Correa no se ha suscrito a la Declaración de Chapultepec (2007) bajo el pedido expreso del gobierno a los medios que bien podría resumirse en los siguientes ítems:

---

<sup>27</sup> Fundamedios es una organización independiente sin fines de lucro que promueve el acceso justo a la información. Además evalúa en quehacer periodístico en el país. Más información en: [www.fundamedios.com](http://www.fundamedios.com)

<sup>28</sup> Ídem

- 1.- Se respeten los derechos laborales de sus trabajadores, entre ellos el cumplimiento de las obligaciones patronales.
- 2.- Se cuide la calidad de las noticias, para lo cual se promueve la creación de procesos de autorregulación de la prensa.
3. Democratización y garantías el libre acceso.
- 4.- Se eleve a condición de delito contra la fe pública cuando un medio mienta.

Pilar Núñez, presidenta del Consejo Consultivo para la Televisión Pública del Ecuador (ECTV), considera que el ejercicio periodístico en el Ecuador es similar al de muchos otros países del mundo “está alejado de los fundamentos filosóficos, científicos, políticos y éticos. Está alejado de su función de ser el vector del cambio”.

Resalta la presencia del poder económico, político e ideológico en los medios, que tiene como resultado una ecuación poder-medios, en la que no está presente las demandas sociales. Paraphrasing Ramonet, the ex assembly member of the country movement party, founded by the president of the Republic of Ecuador considers that there is a hypermedia, an information saturation and an information insecurity. Ecuadorian media have privileged the need to deliver information oportuna impoverishing the debate and reflection.

Sin embargo, estas dos últimas décadas nos dejan algunas evidencias en relación del uso de técnicas de investigación en nuestro país, sobre todo cuando se trata de evidenciar los casos de corrupción desde el poder.

En esta última década hay varios casos emblemáticos, que por su importancia los detallamos:

- a.- El juego del camaleón. Los secretos de angostura del periodista Arturo Torres, donde se revela, que el ataque al campamento de Angostura, ubicado en el Ecuador, en marzo del 2008, es el resultado de un proceso de minucioso espionaje.
- b.- El proceso de investigación liderado por Diario Expreso y ejecutado por los periodistas Christian Zurita y Juan Carlos Calderón, que concluyó con la publicación de una serie de crónicas, publicadas bajo el título: “ *El gran hermano* ”, en el cual evidencian los contratos que el Estado ecuatoriano, sin procesos de licitación previa, otorgó al hermano mayor del presidente Correa.

### **1.3 VISION DE LA COMUNICACION COMO CIENCIA DESDE LA PERSPECTIVA LATINOAMERICANA**

“La comunicación surge como una ciencia autorreferencial que contiene información sobre ella misma, y además es auto poética, y se transforma mediante la auto referencia” (RAMON, 2003)

La comunicación está hoy, al igual que otras ciencias sociales, en busca de una renovada metodología de carácter científico y de aprobación universal. Y al igual que muchos de los estudios enmarcados dentro de las ciencias sociales, están buscando probar la solvencia y rigor científico de sus aportes, pese a su implicación natural en la vida de los seres humanos.

La Comunicación Social ha sido catalogada como una ciencia que nace a partir de múltiples aportaciones de otras ciencias, que en conjunto han constituido su estatus científico en las últimas décadas, dándole un carácter pluridisciplinar, interdisciplinar, transdisciplinar, bidisciplinario y postdisciplinario.

“ Recordemos que por transdisciplinariedad se entiende aquello que se sitúa a la vez entre las disciplinas (interdisciplinariedad); a través de las disciplinas (pluridisciplinariedad) , y más allá de las disciplinas (transdisciplinariedad), cuya finalidad es la comprensión del mundo presente a partir de la unidad del conocimiento, desde la disciplinariedad de la comunicación” (GARCÍA, 2005).

La necesaria interdisciplinariedad de la Ciencias de la Comunicación no debe suponer un raptó de sus contenidos. La obligada atención a las cambiantes tecnologías y a su aplicación en el campo de la comunicación no debe convertir a los alumnos en “ eruditos a la violenta” ( FARIAS; GÓMEZ, 2010). Lo cual evidentemente está afectando a las diferencias ofertas formativas que existen dentro del campo de la comunicación.

La Comunicación Social es una disciplina considerada y reconocida dentro del ámbito de las ciencias sociales. Durkheim (1858), Weber (1864) y Marx (1818), consolidaron los primeros tratados sobre la comunicación, con los cuales dieron a la misma un carácter científico.

Esta integración múltiple busca, entre otras cosas, otorgarle a la comunicación y a los procesos de investigación, que en torno a ella se producen, la función integrada y vinculante que exige la ciencia actual, y no dejar a la comunicación como un elemento subsidiario de las Ciencias Sociales.

Es decir, estamos hablando de una ciencia sólida y dialogante con las otras ciencias sociales; se trata de un proceso de superación de dificultades y retos, también.

La transdisciplinariedad, por una parte, abre los horizontes formativos de la comunicación, pero por otra, también corre el riesgo de diluir el conocimiento en generalidades que han afectado y afectan el deber ser de la comunicación, justamente por su estrecha y constante relación con otras ramas y disciplinas del saber.

Por consiguiente transdisciplinariedad significa: "... de un lado, las des-jerarquizaciones de los conocimientos, para que sea posible dar cuenta de las dinámicas y las transformaciones sociales; y, de otro, dar cuenta de los discursos y los lenguajes sociales" (BARBERO, 2003).

La postdisciplinarización es uno de los puntos de debate, sobre todo en la comunidad académica; esta amplitud de contenidos ha llevado en algunos casos a que las ofertas académicas hagan únicamente una visión panorámica de todo el contexto social, sin profundizar en algo puntual.

"Por postdisciplinarización entiendo como el movimiento a la superación de los límites entre especialidades cerradas y jerarquizadas, y al establecimiento, no de un postmodernismo donde nada tiene sentido, sino de un campo de discursos y prácticas sociales, cuya legitimidad académica y social, depende más de la profundidad, extensión, pertinencia y solidez de las explicaciones que produzca....." (FUENTES, 1996)

A principios de los años 60, la comunicación era considerada como un objeto de estudio dentro del amplio horizonte de las ciencias sociales. Hoy en cambio resulta evidente que las ciencias de la comunicación se han constituido en un campo de investigación social, tal cual lo expresan y evidencian autores como: Valley (1991), Wimmer y Dominick (1996) y Wolton, (1998).

En conclusión, para hacer investigación tomando como objetivo a la comunicación hay que tomar un camino complejo y duro que nos lleve a lo que Mario Bunge llama "*buena ciencia*", cuyos resultados aporten a la resolución de los cientos de problemas sociales que afronta la sociedad. Muchos de estos males han sido atribuidos a la presencia de los medios de comunicación y al accionar periodístico, por lo cual, es emergente analizarlo con profundidad.

"Una vez construida una teoría razonable satisfactoria (...) aumentará el número de problemas empíricos y metodológicos: en efecto habrá que someter la teoría a la contrastación, tal vez no con la mera evidencia empírica ya disponible, sino con otra adicional, cuya búsqueda pueda ser sugerida por la teoría misma" (BUNGE, 1987), lo que constituye un reto para todo proceso de investigación y para el investigador mismo.

La comunicación busca convertirse en un objeto de saber científico social sólido. Y en ese camino hay muchos desafíos que nos llevan a revisar los antecedentes y la propia evolución del término comunicación.

Es por ello que hacemos nuestras las siguientes reflexiones: "... la comunicación continúa

como un campo en construcción, afectado por un síndrome de “*debilidad epistemológica*” y acosado no solo por indefiniciones internas, sino sobre todo por el no reconocimiento o desconocimientos externos. Se asume hoy como un espacio de confluencias, pero ello deja aún sin resolver la cuestión básica de su identidad y futuro” (TORRICO, 2010).

Pese a que es un fenómeno natural que nos acompaña de por vida, no tiene definiciones absolutas, no así la profesión del comunicador/periodista, que según Ortega y Humanes (2000), para que podamos referirnos a ideologías profesionales, dentro del ámbito de la comunicación implica varios supuestos:

1. Que la profesión ha alcanzado un nivel de profesionalización suficiente como para que sus miembros tengan conciencia de compartir una cultura ocupacional.
2. Que la profesión se ha convertido en un campo de acción autónomo con sus propias reglas.
3. Que compite con otras instancias para ganar influencia social y que para ello necesita legitimarse a través de prácticas que se transforman en modelos de referencia y prácticas de trabajo.

Mas allá del modelo imperante y las condiciones laborales del sector “No obstante, la comunicación social y de masas son una realidad integrada por muchos aspectos que se relacionan, involucran y trascienden en los medios masivos” (EMANUELLI, 1999) por ser parte activa de un amplio proceso de interacción social y humana.

Los estudios de la comunicación están íntimamente relacionados con las ciencias sociales y las humanidades, y es considerada parte de las ciencias inexactas, cuyos procesos investigativos están marcados por la especulación.

“En la comunicación, lo más simple queda del lado de los mensajes y las técnicas, mientras que lo más complicado está del lado de los hombres y las sociedades” (WOLTON, 2009), es el hombre y su entorno quienes en su conjunto dan vida y sentido a la comunicación, siendo además los principales gestores de procesos informativos y comunicacionales.

“Desde un punto de vista analítico, la comunicación no es sino una de las dimensiones de la realidad social, aunque tiene la particularidad de ser transversal prácticamente a todas las demás” (TORRICO, 2009). Ello obliga a pensar en un proceso de estudio e investigación de carácter interdisciplinario, acompañado de la subjetividad que marca a las ciencias sociales.

“La comunicación surge como una ciencia autorreferencial, o lo que es igual, contiene información sobre ella misma y además es auto poética; se transforma mediante la autorreferencial” (RAMÓN, 2003). Agregaríamos que lucha por dejar de lado las apreciaciones subjetivas en torno a definir un objeto de estudio y un método específico.

“La comunicación no sólo es una ciencia. Es un “objeto de estudio”. Tampoco es una disciplina, por lo menos en el sentido fuerte que denota sinonimia de “disciplina” con “ciencia”, aunque incluye los dominios humanísticos.

La comunicación es (o debería ser) un objeto privilegiado de prácticamente todas las ciencias y/o disciplinas sociales o humanas, puesto que no hay probablemente nada humano, ni social, que no pueda entenderse *mejor*, sin tomar en cuenta la comunicación entre los humanos” (SÁNCHEZ, 1999)

Esta conformación de múltiples disciplinas de la comunicación ha hecho que el estudio y la investigación de la misma, esté marcada por el empirismo y la especulación, sumado a los escasos resultados que América Latina tiene en torno a la investigación, debido básicamente a la ausencia de métodos específicos, y líneas generales investigativas, conectadas con los procesos que se generan en el denominado Primer Mundo.

La vinculación de la comunicación con las ciencias sociales la ubican en un estado de triple marginalidad, que a criterio de Fuentes Navarro (1998) se expresa a continuación, como una situación, que por cierto encaja muy bien en la realidad latinoamericana:

### **1.- La marginalidad que vive la ciencia de los presupuestos nacionales**

Si no existen las condiciones básicas para el fomento de la ciencia, el proceso será una meta por alcanzar, y uno de los elementos que nos separe del Primer Mundo.

Mientras en América Latina los presupuestos consagrados a las fuerzas armadas (militares, policías y armadas) sean superiores al presupuesto dedicado a la educación en general, la producción de ciencia aplicada, será únicamente una quimera.

El primer paso será, entonces, la distribución más equitativa y justa de la riqueza. Veamos algunos indicadores en relación al desarrollo social de la región:

“América Latina sufre de una enorme desigualdad. Se trata además de un fenómeno invasor que caracteriza a cada aspecto de la vida, como el acceso a la educación, la salud y los servicios básicos; el acceso a la tierra y otros activos”.

Latinoamérica es la región más desigual del mundo. El 10% más rico ha incrementado sus ingresos treinta veces más que los más pobres en la escala social latinoamericana, concentrando el 40% de los ingresos. Las cifras de la CEPAL (2004) indican que se incrementaron los índices de desigualdad; el número de indigentes o personas que viven con menos de un dólar por día se situó en 98 millones, alcanzando 18.9 % de la población total de América Latina. A pesar de que el gasto social subió notoriamente en la década pasada (de 360 a 540 dólares per cápita), este sirvió para paliar los efectos adversos de los ajustes estructurales y la política económica. (CEPAL/UNICEF, 2002).

Las cifras pueden haber variado negativamente, debido en lo principal, a la crisis que soportó Estados Unidos en 2008 y que nos afectó a todos.

Por otro lado, es importante considerar que el desarrollo de los procesos investigativos no

siempre están limitados por la inversión financiera; en algunos casos pesan las condiciones sociales del entorno y las enormes diferencias sociales, culturales y científicas que separan a América Latina del Primer Mundo.

Los emprendimientos investigativos que se han desarrollado en la región, en la mayoría de los casos han concluido con un éxodo y fuga de cerebros, justamente por la falta de escenarios para el crecimiento y multiplicación de la ciencia.

Muchas iniciativas se han dado a favor de mejorar los ingresos y los niveles de educación de la gente, pero aún no se puede hablar de una política consistente de carácter mundial y de aplicación universal.

Existe un proyecto, que propone un trueque de la deuda externa de cada uno de los países, por educación “(*debfoeducation swaps*) con objeto de compensar los efectos negativos que tienen las políticas de ajuste y la reducción de los déficit internos y externos sobre los gastos públicos de educación” ( DELORS, 1996).

Sin educación permanente y de calidad, no se puede hablar de investigación aplicada en pro de la solución de los diferentes conflictos sociales.

## **2.- La marginalidad de las ciencias sociales dentro del campo general de las ciencias**

No hay una correcta transversalidad que permita a la comunicación insertarse de manera natural en el campo de las ciencias puras y/o racionales, justamente por las escasas evidencias académicas de su estudio, reflejadas en la débil y poco representativa producción académica de la región.

Hace falta una mediación cultural profunda, así como mermar las distancias que existen entre las llamadas ciencias blandas y las ciencias duras, proceso en el cual la universidad latinoamericana debe abandonar su rol de maestro tradicional, por el generador de proceso de investigación relacionados con su entorno natural y social.

## **3.-La marginalidad de las ciencias de la comunicación**

Esta marginalidad se expresa en el campo de las ciencias sociales, no es igual que la producción científica que existe en torno a la ciencia, como la antropología, psicología, entre otras.

La investigación es una tarea pendiente no sólo de las facultades de comunicación, sino de la universidad en general. Revisemos algunos indicadores de fondo y de forma, que nos permitirán conocer de manera parcial el estado de la producción investigativa en relación a las ciencias de la comunicación, tema fundamental de la presente investigación:

- a.- Según el Sistema Regional de Información en Línea de Revistas Científicas de América Latina, Caribe, España y Portugal, conocido por sus siglas LATININDEX ([www.latindex.unam.mx](http://www.latindex.unam.mx)) en las regiones antes mencionadas existen 8.443 revistas

indexadas, pero de estas únicamente 228 están dedicadas a las ciencias de la Comunicación Social<sup>29</sup>.

El mismo sistema señala, por ejemplo, que en temáticas relacionadas con la medicina, considerado como un campo de las ciencias exactas, existen 3.259 revistas, cifras con las cuales se destaca las distancias numéricas que hay en relación a la producción científica de las ciencias sociales y el otro tipo de ciencias.

- b.- A manera de ejemplo, vamos a citar el caso ecuatoriano, por la cercanía y conocimiento del tema. De acuerdo a un informe de 2009 de la SENACYT (Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología), se evidencia que en los años 2008 y 2009 se apoyó a la formación de 162 académicos para estudios de doctorado.

Esto quiere decir que el Estado Ecuatoriano, por medio del organismo ya referido, ha formado durante el período 2008-2009 a 12 doctores por millón de habitantes.

Según las estadísticas del 2005 el país contaba con aproximadamente 180 investigadores con título de Ph.D. Estamos seguros que las cifras en el caso de nuestro país, mejorarán de acuerdo a lo establecido en la Nueva Ley de Educación Superior en el Ecuador, aprobada por la Asamblea Nacional en agosto de 2010<sup>30</sup>.

La investigación en comunicación no es una actividad de rigor científico reciente; sus orígenes están relacionados con la antigüedad griega, en el siglo III (a de C.), aunque no hay evidencias específicas en nuestra región, ni en el país.

Sin embargo, en el caso particular de Latinoamérica, su desarrollo solo se puede evidenciar en la década del treinta y cuarenta, época en la cual podemos hablar de una sistematización de procesos, y de una serie de vaivenes políticos que se viven a lo largo y ancho de nuestra región.

Los estudios de estas dos décadas se podrían resumir y centralizar en torno a tres áreas básicas:

- a.- El periodismo
- b.- La propaganda
- c.- El derecho

---

<sup>29</sup> Las cifras han sido tomadas de: <http://www.latindex.unam.mx/index.html>. (Consulta: 02-febrero 2011)

<sup>30</sup> Según el Art. 150.- Requisitos para ser profesor o profesora titular principal.- Para ser profesor o profesora titular principal de una universidad o escuela politécnica pública o particular del Sistema de Educación Superior se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Tener título de posgrado correspondiente a doctorado (Phd o su equivalente) en el área afín en que ejercerá la cátedra;
- b) Haber realizado o publicado obras de relevancia o artículos indexados en el área afín en que ejercerá la cátedra, individual o colectivamente, en los últimos cinco años;
- c) Ser ganador del correspondiente concurso público de merecimientos. *(Entre otros requisitos que intentan verificar la calidad y valía profesional)*. Texto en letra cursiva es de mi autoría

Hasta el primer cuarto del siglo XX, la comunicación fue estudiada científicamente desde el ámbito de los saberes humanísticos, desde la Historia, la Filosofía, la Literatura, la Política y el Derecho, respectivamente.

La primera investigación de orden y reconocimiento científico está atribuida a Laswell (1927) quien aportó con una serie de reflexiones en relación a la propaganda que se difundió en la época de guerra.

A partir de los años 30 del siglo XX -con algunos precedentes importantes, entre ellos del siglo anterior- se empezó a estudiar el fenómeno con los métodos empíricos y cuantitativos propios de la sociología, lo cual evidencia una diversidad de géneros investigativos.

Después de 1950, se observa la búsqueda de una ciencia propia de la comunicación (BENITO, 1982), a partir de corrientes integradoras en Europa y en Estados Unidos, con enfoques desde otros ámbitos, especialmente de América Latina.

La bibliografía disponible en comunicación en América Latina, a finales de la década de 1950, era prácticamente insignificante. Se trataba muchas veces de trabajos traducidos o resultados de investigaciones locales. Los trabajos estaban fundamentados, principalmente en el funcionalismo norteamericano, la investigación de la comunicación de la escuela de Chicago, y las ciencias de la información de la Escuela de Paris (GOBBI, 2006).

En palabras de José Marques de Melo, existen muchas tareas por realizarse en este campo “...la gran tarea de los investigadores de la comunicación es contribuir en la construcción de sistemas democráticos de comunicación, que sean al mismo tiempo espejo y dínamo de las sociedades democráticas que deseamos implantar en América Latina”.

Según los aportes y referencias bibliográficas proporcionadas por Marques de Melo, la investigación en Comunicación en Latinoamérica, surgió en la década de 1920, aunque el investigador -también latinoamericano- Luis Ramiro Beltrán, sostiene que la investigación con rigor científico inició apenas en 1970.

Una de las evidencias de ello sería el movimiento de los países no alineados que impulsan, como lo comentamos anteriormente, el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (Nomic) reclamando de manera particular por los derechos y el libre acceso a la comunicación y la información.

Para Beltrán, estudioso de origen boliviano, Latinoamérica vivía en un estado de “*incomunicación social*”, y como tal era “*continente incomunicado*”, lo cual a su vez relacionaba a nuestra región con el subdesarrollo.

Estamos hablando de procesos y exploraciones en torno a la comunicación y sus elementos, desde una amplia visión ideológica, una comunicación comprometida con la defensa de la democracia, y las injusticias sociales que han marcado a nuestra región a lo largo de la historia, a partir de la década del 70.

Los conocimientos y la investigación científica en general, requieren liberarse de sus restricciones mercantilistas, la especulación y otras tareas de difusión.

La investigación y el desarrollo no pueden quedarse restringidos a la óptica del mercado; son bienes sociales, humanos, que pueden producir importantes contribuciones para el enriquecimiento humano integral<sup>31</sup>.

Desde esta visión, lo primero es reconocer la composición transdisciplinar de la comunicación en particular. “Las confluencias científicas solo pueden ser maduras si trabajan a partir de aquello que fue rigurosamente construido, las ‘superaciones’ esotéricas, retóricas, absolutistas y totalitarias no son más que ideologías, a veces de mercado, a veces antrópicas, a veces autistas y a veces ingenuas”<sup>32</sup>

La constitución de una ciencia y disciplina de la Comunicación Social en Latinoamérica, está marcada por tres momentos históricos, bajo la inspiración de J. Marques de Melo (2004: 13), serían los siguientes:

#### **a.- La batalla de la hegemonía (1972-1978)**

En la segunda mitad del siglo XX, las investigaciones en relación a la comunicación evidenciaron la necesidad de trabajar con concepciones transdisciplinarias, lo cual implicaba a su vez el abandono del modelo disciplinar de origen cartesiano.

La comunicación no puede, ni debe reducirse; debe también alimentarse de filosofía analítica de las lógicas dialécticas (WITTGENSTEIN, 1988) (HABERNAS, 1999) . En otras palabras: la democratización de la sociedad se da a partir de procesos de comunicación horizontal (BELTRÁN, 1979).

Este período está marcado por las premisas desarrollistas y el abandono y liberación de las antiguas colonias. Avanzan los estudios de economía en los medios, así como la introducción de conceptos nuevos y propios en el marco de la comunicación alternativa.

Esta mirada ampliada de la comunicación y sus procesos, permite la confrontación metodológica y la diversidad de enfoques. En los años 70’s se produce esa confrontación en Europa, con el auge de la semiótica, que se mantiene con la posterioridad.

Se habla mucho también de las concepciones y modelos instrumentales de comunicación. La investigación sobre la comunicación en Latinoamérica ha estado, y todavía lo está, considerablemente dominada por modelos conceptuales foráneos, procedentes sobre todo de Estados Unidos de Norteamérica (MORAGAS, 1982).

Se empiezan a oír voces que apuestan por la interdisciplinariedad, y en los noventa hay una pluralidad metodológica, pero no en confrontación sino en diálogo, por precario que éste sea (ALSINA, 2001).

---

<sup>31</sup> Cfr. CHOMSKY, 2004; BARBERO, 1993.

<sup>32</sup> Cfr. JIAPIASSU 1986; MATTERLART 1987; WALLERSTEIN 1998

Se ha consolidado el pluralismo metodológico y unas teorías de la comunicación que se han alimentado del contenido teórico surgido desde diferentes ámbitos. Y es en este campo en el que América Latina ha tenido influencia, y donde ha realizado aportaciones ampliamente reconocidas en el campo científico de la comunicación.

Hay autores que hoy son referentes, entre los que podemos citar -por el interés de la investigación que realizaron- a: Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco y otros.

En relación específica a América Latina, la investigación de la comunicación estaba centrada en dos frentes; por un lado las investigaciones promovidas por CIESPAL, y por otro los aportes de las noveles escuelas de comunicación / periodismo, principalmente la propuesta de Estados Unidos, donde primó el concepto y la supremacía de la información como un bien comercial.

La fundación de CIESPAL otorga a la investigación en comunicación, una nueva fisonomía y estructura administrativa para los interesados en el mundo de la comunicación y el periodismo en particular, pero con una concepción epistemológica proveniente de las escuelas de comunicación de Chicago y París, desarrolladas hasta finales de los sesentas.

De hecho bajo el auspicio del organismo ecuatoriano, se evidencia la presencia de algunos estudios con características científicas. Tal el caso de: La Imprenta en el Ecuador, (SÁNCHEZ, 1935); y, Periodismo Ecuatoriano, (ARIAS, 1938). Luego asoman: Los fenómenos de la comunicación, (OTERO, 1953), La Libertad de Prensa y la situación del pueblo ecuatoriano, (MANTILLA, 1957), entre otros.

La capital ecuatoriana ha sido la sede de algunas de las principales redes de comunicación, como la misma CIESPAL que aún funciona desde Quito. Están también: AMARC, OCLACC y ALER, entre otras. Lastimosamente, pese a su organización, no han logrado desplegar programas, ni tienen resultados relevantes de investigación acerca de la comunicación en el Ecuador.

### **b.- La batalla por la supervivencia (1978- 1988)**

Esta década está marcada por el fortalecimiento de la cibernética social, así como la apertura a nuevas teorías críticas y el pensamiento intercultural.

En el caso particular de América Latina, la CIESPAL emprende en sendas tareas de capacitación de su personal; además se concentra en lograr que los centros de formación universitaria de comunicadores, adopten una propuesta curricular de estudios polivalentes, la misma que tuvo mucho eco en casi todo el continente.

Estos procesos de capacitación permitieron en primera instancia la cualificación profesional, aunque su desarrollo estuvo limitado, de manera principal, por la realidad social y económica que envuelve a Latinoamérica.

Se consolida -como lo comentamos al inicio del primer capítulo- la Asociación Alaic; en otras de manera simultánea, se crean otras agrupaciones que no logran influir dentro del contexto internacional, y que acaban desapareciendo en su intento de desarrollar proyectos en pro de la comunicación, y la consolidación de líneas de investigación, a nivel de los claustros universitarios, en especial.

Entre los años 70 y 80 nace la comunicación alternativa, considerada como una comunicación comprometida con la sociedad, y de manera especial con las proclamas de los movimientos sociales, cuyas orientaciones temáticas y enfoques metodológicos tienen mucho eco en nuestra región.

“La comunicación alternativa es una respuesta no autoritaria a la voluntad de cambio social; gracias a ella conocemos la voz de los actores sociales: hombres y mujeres que viven, piensan y sienten, y que buscan ser escuchados” (CORRALES, 2009) lejos de la bulla y el monopolio de los medios, que en gran parte no reflejan aquellas pequeñas realidades que forman a la sociedad latinoamericana.

Estos espacios de comunicación, nuevos y por lo tanto alternativos, se involucran en una serie de propuestas con contenidos de educomunicación, que evidencian la necesidad de analizar crítica y profundamente a los medios. Esto también como parte de una propuesta de educación popular. Y como cita la investigadora de la comunicación peruana, Rosa María Alfaro: “la vocación educativa de la comunicación popular es incuestionable: no era sólo un adjetivo sino una apuesta por transformar a los sujetos en contacto y participación, recuperando así los postulados de Paulo Freire” (ALFARO, 2000)

Este tipo o modelo de comunicación busca la representatividad de los sectores marginados y populares, quienes asumen como un derecho la posibilidad de desarrollar una comunicación contestataria, en protesta a los poderes establecidos y representados por transnacionales de la comunicación en general.

La comunicación alternativa se desarrolla usando las nuevas tecnologías, y genera una serie de nuevos emisores y receptores que en algunos casos fueron extrañados o simplemente ajenos a los medios de comunicación tradicionales y de los grandes monopolios mediáticos.

En estos nuevos procesos todos los actores intentan generar una comunicación diferente, de rostro nuevo y mucho más cercana a la gente común. Sobre esta plataforma también se han consolidado algunas políticas nacionales de comunicación en Latinoamérica, siendo sus máximos exponentes: Máximo Simpson, Héctor Schmucler, Mario Kaplún y Daniel Prieto, Ramiro Beltrán, Juan Díaz B, entre otros.

“La comunicación alternativa no constituye solamente un antídoto frente a las estructuras transnacionales, sino una propuesta y un proyecto que cuestiona la concentración del poder comunicacional, independiente de las razones que se aduzcan al legitimarlo” (SIMPSON, 1984). Lo importante es producir una serie de mensajes que nos identifiquen, nos reflejen y nos unan.

La comunicación alternativa es una corriente comunicacional, cuya importancia radica en que combate la dominación ideológica protagonizada principalmente por los países del Primer Mundo y el imperialismo cultural, puesto en evidencia en los despachos informativos de la agencias de noticias a nivel de todo el planeta.

Pese al esfuerzo que han hecho quienes defienden esta teoría, no han logrado minar el alcance y poder de difusión de los grandes monopolios mediáticos, y la imposición de estos en las agendas temáticas de los medios de comunicación.

Los teóricos de la comunicación alternativa la consideran un proceso y una respuesta emergente e inteligente, una llamada de alerta al sistema neoliberal vigente en nuestra región.

“Dentro de este concepto se ubica a todas las formas de comunicación que emergen como respuesta al sistema dominante, cuyos centros de poder se asientan en los países capitalistas occidentales y cuya expresión es una permanente expansión de tipo transnacional” (REYES,1998).

Bajo este paraguas nacen en América Latina otros estilos y formas de hacer comunicación más fresca y cercana a la realidad social y cultural de nuestra gente, conocidos como:

- ❖ Comunicación participativa
- ❖ Comunicación para el cambio social
- ❖ Comunicación para el desarrollo

Cada una de ellas con diferentes enfoques metodológicos y teóricos, dependiendo de la región y el proyecto específico en el cual se apliquen. Estos nuevos enfoques de la comunicación están liderados por García Canclini y Martín Barbero, entre otros.

Otro de los hechos y enfoques que debemos destacar en la década de los 70 es la Teoría de la Mediación Social, propuesta por Martín Serrano<sup>33</sup>.

---

<sup>33</sup> Serrano Martín es catedrático español de la Universidad Complutense de Madrid. Especialista en cuestiones relacionadas con la

“La Teoría de la Mediación Social ofrece un nuevo objeto para las ciencias sociales: el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de los modelos culturales y de sus funciones” (SERRANO, 1985)

La década de los setenta es importante para América Latina. En varios lugares de la región se aglutinaron y consolidaron agrupaciones y gremios profesionales que buscaban mejorar el quehacer comunicacional y la acción e influencia de los medios en general.

A la par de este proceso, surgieron una serie de medios alternativos. Entre los más destacados constan las radios comunitarias y otras figuras administrativas de carácter colectivo social, cuya bandera de defensa han sido los derechos de la comunicación.

Muchos de los proyectos de administración comunitaria de medios de comunicación no fueron del todo exitosos, como lo argumentamos anteriormente, pero son una prueba de la lucha incansable por el acceso y la democratización de la comunicación.

Otra de las críticas más fuertes, en relación a la comunicación y el desarrollo, está en la poca -o en algunos casos ausente- vinculación con la realidad social y cultural de la región. Pese a la existencia de teorías y planes relacionados con la comunicación organizacional y/o para el desarrollo, que se puedan ajustar y aplicar con éxito en América Latina, no forma parte consistente dentro de las mallas curriculares de las escuelas y facultades de comunicación.

Sin embargo, lo que se ha hecho siempre ha estado emparentado con las dos corrientes más fuertes del pensamiento comunicacional de Europa y Norteamérica, y como parte del efecto colonizador, pero también como un enfoque que permite conseguir recursos económicos para proyectos específicos.

“No existe una sola facultad que forme Comunicadores para el Desarrollo, Comunicadores Científicos, o Comunicadores Pedagógicos. Y en parte, ahí se encuentra la explicación a tanto desastre comunicacional como encontramos en esas actividades.” (CALVELO, 1998)<sup>34</sup>. Y muchas veces lo ajenos y lejanos que están los contenidos aprendidos de la realidad latente.

Paralelamente a estos nuevos enfoques de la comunicación y su vinculación con la cultura y el desarrollo, debemos destacar sobre todo la consolidación de medios de comunicación dedicados y administrados por comunidades/grupos colectivos de estructura ciudadana que generaron respuestas en varios sentidos.

La comunicación popular ha sido y es la bandera de batalla de Latinoamérica, y representa un claro ejemplo de lucha y de liberación. Existe una educación de reproducción de la

---

epistemología de la comunicación, análisis de los medios y los procesos de comunicación

<sup>34</sup> Calvelo Ríos, Manuel: (1998). Los modelos de la información y de comunicación. Disponible en: <http://www.iicd-runa.org/pag5.html>. Acceso. 02/07/11.

sociedad, que es una educación como práctica doméstica, y en el otro extremo, una educación de transformación, que es como práctica de liberación: la educación popular (FREIRE, 1985)<sup>35</sup>.

La radio comunitaria tiene un papel importante en los países en desarrollo, y, en las sociedades industriales; la liberación del espectro y la digitalización de las comunicaciones, crearon nuevos espacios para voces alternativas que suministran el centro, tanto para intereses específicos de la comunidad, como para el contrario y el subversivo (SILVERTONE, 2002)

La década de los 70 fue una etapa donde se consolidaron una serie de organizaciones, agrupaciones y sociedades en pro de la defensa y desarrollo de la comunicación. Entre las más relevantes están:

Consejo Nacional para la enseñanza e investigación de las Ciencias de la Comunicación de México ([www.coneicc.org](http://www.coneicc.org)) fundado en 1976. Este organismo aglutina a más de 53 instituciones educativas dedicadas a la formación de comunicadores.

La Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) que se fundó en 1978 ([www.alaic.net/portal](http://www.alaic.net/portal)); un movimiento activo en pro defensa de la comunicación desde la visión latinoamericana.

Alrededor de este organismo se generó un movimiento que buscó la construcción de políticas democráticas de comunicación, a más de estimular la creación de bases documentales en: Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, México y Panamá, entre otros países.

“Además estimuló la difusión del pensamiento latinoamericano sobre comunicación en nuestras universidades, principalmente en los programas de posgrado, neutralizando la tendencia de valorización exclusiva de las corrientes sedimentadas en los países europeos y norteamericanos” (MARQUES, 1992)

Muchos investigadores, como el mismo Marques de Melo, Martín Barbero, y otros, esperaban que ALAIC asumiese el rol coordinador que CIESPAL tuvo en su época de esplendor, pero ninguno de los dos organismos lo ha logrado hasta la fecha.

“La ALAIC fue un indicador evidente de esa crisis de estructuración gremial; permaneció en estado de hibernación, sin posibilidad de convocar asambleas para renovar sus órganos directivos, y en consecuencia sin legitimidad para representar a América Latina en los foros internacionales de investigadores de la comunicación” (MARQUES, 1989)

Otra de las entidades importantes es la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER), que agrupa más de 40 organizaciones de 15 países, y que en su conjunto ha luchado por los derechos y el acceso democrático de la comunicación.

En 1981 tomando como referencia los procesos organizativos y el camino recorrido por las

---

organizaciones antes mencionadas, se creó la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social [www.felafacs.org](http://www.felafacs.org).

Hasta la fecha FELAFACS ha logrado reunir alrededor de su organismo, a más de 600 universidades e institutos de toda América Latina y el Caribe.

### **c.- La batalla por la reconstrucción (1988- 1992)**

Se reconoce, en cuanto a la organización social alrededor de la comunicación, que CIESPAL y ALAIC son ineficientes al momento de canalizar y coordinar las diferentes corrientes del pensamiento comunicacional latinoamericano, sin embargo, existen investigaciones aisladas, que luchan por independizarse de las corrientes impuestas por Estados Unidos y Europa, en especial, y que han sido movimientos claves en este proceso de reconstrucción social y nuevas visiones de la comunicación.

Este proceso de liberación ha sido auspiciado y democratizado de manera particular por la sola presencia de la red, donde el conocimiento se difunde sin frontera alguna. Lo mejor de la ciencia cada vez más está a disposición de un número mayor de personas; al mismo tiempo, la propia ciencia va incorporando epistemologías múltiples, superando su formalismo anglosajón etnocéntrico (MALDONADO, 2010)

Este proceso de independencia ha estado marcado sin lugar a dudas también por los aportes consolidados que América Latina dio en el campo de la literatura. “... América Latina ha dejado de ser un continente inventado por la literatura, para transformarse en un continente redescubierto por los narradores” ( SAAVEDRA, 2009)

Informes de FND de 2007, ya daban cuenta que la Internet entró con fuerza en América Latina, primero en el mundo de las finanzas y de las ciencias, luego en diversos sectores de la vida social, en especial en las clases medias, y actualmente inicia un camino de penetración en las clases populares <sup>36</sup> sobre todo por lo atractivo que resultan los redes sociales.

En palabras de Habermas, estamos frente a una “*esfera pública*” que a su vez es parte de un nuevo escenario de interacción de la sociedad moderna, considerada como un espacio universal, donde priman, entre otras cosas, una libertad de acceso, y con ello “*la transformación del lenguaje en una mercancía rentable*” tal como lo evidenciaron J. F. Layotard y otros.

La información considerada como un valor de cambio, profundiza el problema del ejercicio de la crítica en el espacio comunicacional. Pero más allá de eso, se afecta de su carácter público en cuanto las fuerzas del mercado adquieren más y más poder de condicionar los contenidos y la calidad de los discursos que circulan, pudiéndose así mismo limitar el acceso a ellos (NAVAS, 2002).

Estos nuevos sistemas de comunicación e información digitales, permiten una interrelación cultural y social, que en un pasado inmediato era inimaginable.

---

<sup>36</sup> Los informes en mención están disponibles en: [www.fnbc.org](http://www.fnbc.org).

## **1.4 LA ESCUELA LATINOAMERICANA DE LA COMUNICACIÓN (ELACOM)**

La Escuela Latinoamericana de Comunicación ha sido catalogada como una agrupación que reúne a los principales académicos e investigadores de la materia en América Latina, quienes aceptaron ser parte de tal iniciativa propuesta por José Marques de Melo (1998) y en parte por Luis Ramiro Beltrán (1976). Este último consideraba que la escuela es un espacio donde puede y debe gestarse una política nacional de comunicación; también que es un conjunto integrado, explícito y duradero de políticas comunicativas parciales, armonizadas en un cuerpo coherente de principios y normas dirigidas a guiar la conducta de las instituciones especializadas en el manejo de la comunicación de un país.

Desde la iniciativa en pro de la creación de la escuela latinoamericana, se habló de la necesidad de contar con políticas nacionales de comunicación, considerando por supuesto que la comunicación no es simplemente un recurso o un objeto para una política, sino un escenario primordial para que la política encuentre un espacio de desarrollo simbólico; pues, a través de los medios se puede representar un vínculo entre los ciudadanos. (BARBERO, 2001)

La escuela como tal tuvo algunos ámbitos de gestión: el primero de corte internacional, que consideró la condición de Tercer Mundo de América Latina, auspiciando una serie de proyectos e investigaciones, entre las cuales se destaca la participación de la UNESCO, en la consolidación de Association of Mass Communication Research (IAMCR) y Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), al cual nos referiremos en detalle más adelante. El segundo momento considerado como un proyecto de carácter regional, que permitió una movilidad de investigadores latinoamericanos hacia los principales centros de formación universitaria de Europa en especial, lo que fortaleció la capacidad crítica e investigativa en nuestra región, aunque evidenció dos problemas colaterales: la fuga de cerebros, y las diferencias abismales entre los procesos investigativos del Primer Mundo y su relación con América Latina.

Los logros más tangibles de la Escuela Latinoamericana de la Comunicación son:

- a.- El desarrollo de líneas de investigación en el área de comunicación. Proceso que estuvo muy relacionado con hibridismo metodológico.
- b.- El rescate y difusión de la memoria del conocimiento comunicacional (mestizaje teórico).

Pese a los esfuerzos que la escuela hizo por establecer y mantener su propia identidad latinoamericana, no ha podido escapar de la influencia excesiva de las escuelas norteamericanas y europeas del pensamiento, olvidando la constante evolución cultural que vive la comunicación y las comunidades en nuestra región.

“Todavía se siente en la mayor parte de las escuelas o facultades de Periodismo y Comunicación Social de América Latina, Asia y África, el peso de los paradigmas generados en las universidades de Estados Unidos durante los años 60 y 70. Los textos teóricos de referencia incluyen sistemáticamente a Schramm o a Lerner, a la escuela de Frankfurt o al estructuralismo francés, pero ignoran a Díaz Bordenave, Beltrán Salmán, Martín Barbero, Prieto Castillo, Reyes Mata, Roncagliolo, Pasquali, Kaplún y tantos otros latinoamericanos que han generado un pensamiento propio sobre la comunicación para el cambio social” (GUMUCIO, 2001), como parte de un proceso de adopción lineal, y sin mayor reflexión de los enfoques antes mencionados.

La influencia norteamericana y europea es fácilmente constatable en el enfoque de las mallas curriculares, así como en las propuestas de estudio que toman como referencia los mecanismos de estudio de los países antes mencionados. “El caso de América Latina es peculiar; el campo académico latinoamericano en comunicación, nace en principio con el modelo del norteamericano, pero prácticamente desde un inicio busca rebelarse a esta sumisión, mirando hacia Europa o hacia otros campos académicos que se definen latinoamericanistas, como el caso de la Sociología Crítica, o la Economía Política, también de referentes europeos casi en todos los casos. Es decir, nuestro campo académico latinoamericano en comunicación ha estado, a través de su historia, siempre construido por influencias extranjeras, en la tensión del campo político de izquierda y las coyunturas políticas regionales” (GALINDO, 2010).

“Aquellos con una posición más radical sostienen que en la actualidad un científico en Latinoamérica no se puede sustraer del compromiso político al servicio del cambio social general que debería emancipar a las masas de las élites nativas que detentan el poder, y a la región del dominio de Estados Unidos” (BONILLA, 1972)<sup>37</sup>, para lo cual se ha inducido una serie de material de formación básica y conocimiento de la realidad local.

Las escuelas e institutos también han dejado a un lado la propuesta impulsada por José Marques de Melo, en relación a la triple dimensión de la investigación en comunicación: autóctono, mestizo y popular, trilogía sobre la cual se formaron las escuelas radiofónicas populares y otros procesos de comunicación popular.

---

<sup>37</sup> Bonilla y otros (1972) suministran ejemplos de propuestas para la investigación sociológica “militante” hacia una «ciencia del pueblo». Para información sobre Ciencia de la Comunicación véase Assman (1973, 1974).

Es importante destacar que Marques de Melo es el primer académico latinoamericano en reconocer e impulsar la existencia de la Escuela Latinoamericana de Comunicación, planteando la necesidad que en el campo comunicacional, rompa fronteras y abandone la dependencia metodológica y tecnológica del llamado Primer Mundo.

Existe, a criterio de este teórico del Brasil, la necesidad de liberar a los investigadores del “síndrome del colonizado”, para que puedan dentro de un marco de libertad, investigar, y que lo que investiguen tenga relación con las dificultades y problemas que enfrentan en la región, en la cual vive y se relaciona el investigador.

La escuela ha intentado trazar la identidad sociocultural de nuestra región dentro de un proceso de liberación de imposturas foráneas; “el reconocimiento de la escuela latinoamericana sigue ascendiendo en los foros internacionales o en los ambientes regionales, donde continúa contribuyendo a la controversia sobre problemas de la actualidad. Además de fortalecer la autoestima latinoamericana, su contribución a la construcción del conocimiento contemporáneo resulta evidente” (GARCÍA, 2011).

La propuesta de esta escuela se enmarcó al interior de los procesos de comunicación alternativa, y dentro de ellos todos los procesos sociales y políticos de resistencia que se ha vivido a lo largo de América Latina.

El caso latinoamericano es demostrativo de cómo -y a pesar de la fuerza de los grandes sistemas mediáticos estadounidenses y las oligarquías locales- la gente construyó medios alternativos en las diversas fases de constitución de dichos medios en el siglo pasado.

## **1.5 PRINCIPALES INVESTIGADORES DE LATINOAMÉRICA**

Los procesos de investigación en relación a la comunicación no son nuevos, sus orígenes se relacionan con el siglo III a de C. En el caso de Latinoamérica, en su primera época estuvieron fuertemente influenciados por las tendencias norteamericanas.

“Uno de las mayores críticas que se hacen a muchos estudios sobre comunicación en Latinoamérica, es la que se adscriben indiscriminada y pronunciadamente a modelos teóricos importados sobre todo de Estados Unidos (...). A los investigadores les ha faltado un esquema conceptual propio” (BELTRÁN, 1985) lo que ha provocado la muerte prematura de los proyectos de investigación, justamente por la escasa relación con el contexto en el cual se desarrollan. Inclusive en algunos casos han confundido la investigación con la especulación.

En la primera década del siglo XXI se evidencia un detrimento del modelo culturalista que estuvo muy de moda en los años 80 y 90 asumiendo la necesidad de estudiar la comunicación desde una perspectiva mucho más amplia e integral, asomando, a su vez, nuevas configuraciones comunicacionales.

Los procesos de investigación en comunicación están definidos por fases históricas que marcaron las formulaciones y fundamentos teóricos, los mismos que estimularon este proceso de carácter científico, que en el caso de América Latina camina muy lento. No obstante debemos reconocer que en la década de los 40 hubo una evolución cuantitativa relevante, impulsada de manera particular por el sector universitario y las ONG.

“La característica distintiva de América Latina es la falta de una tradición crítica, moderna, abierta a la ciencia, al análisis y al cuestionamiento de las propias premisas” (PAZ, 1983), justamente por la adopción lineal de las tendencias y modelos conceptuales norteamericanos que hablamos al inicio.

“Las contribuciones originales de América Latina en torno a las investigaciones de la comunicación social, sobre todo en las últimas cuatro décadas, ha surgido del estudio de la telenovela, el estudio de las mediaciones; y, puntualmente, la educación para los medios” (MARTÍNEZ, 2004).

Los procesos de investigación dentro de la comunicación, y en general en el marco de las ciencias sociales, en su primera etapa fueron influenciados por tres temas de carácter conceptual, conocidos como paradigmas.

Los paradigmas se configuran especialmente después de la década de los años 90 y son:

- 1.- El Paradigma histórico de la globalización (IANNI, 1994)
- 2.- El Paradigma epistemológico de la complejidad del conocimiento (MORIN, 1995)
- 3.- Nuevo paradigma denominado “Institucional” (WALLERSTEIN, 1996)

La introducción del contexto de globalización en el mundo de la formación de comunicadores, ha permitido el debate y la reflexión en relación a la diversidad cultural y la necesidad de analizar las manifestaciones culturales propias de cada región, así como los cambios que han provocado en primera instancia los medios de comunicación y el desarrollo tecnológico actual.

El papel de la Internet y las nuevas tecnologías en el proceso de globalización, han sido fundamentales para comprender mejor los retos que la red plantea, las transformaciones sociales, la relación con otros humanos, y con las mismas denominadas máquinas inteligentes, y la sociedad en su conjunto<sup>38</sup>.

El concepto de globalización ha permitido trazar nuevas visiones de la democracia y del ejercicio del poder, fomentando a su vez procesos universales de respeto y tolerancia a posiciones y seres de concepciones diferentes, todos ellos cohabitando desde visiones y costumbres desiguales, lo que llamamos, en palabras de Manuel Castells, “*aldea global*”.

El segundo paradigma es el de la complejidad o la Complejidad del Conocimiento (BERTALANFFY V, 1976) que se deriva de los efectos de la globalización y la Teoría del Caos, teoría que a su vez se preocupa particularmente por no dar respuesta única, sino al contrario, por mirar todas las visiones que presenta la complejidad del pensamiento humano, con lo cual se confirma el carácter transdisciplinar de la comunicación.

“La nueva ciencia que inaugura el Paradigma de la Complejidad proyecta una visión unificadora de la naturaleza y la sociedad. Y como metodología, el análisis conceptual y del discurso” (GARCÍA, 2005), confirmando el hecho de que la comunicación, como parte de las ciencias sociales, se nutre de otras ramas del conocimiento.

El Paradigma de la Complejidad nos lleva a una nueva visión de la realidad, donde el conocimiento, en primera instancia, es por naturaleza diverso, aunque cada una de sus características sean de carácter particular, ampliando así la visión de la realidad y el futuro de la misma, y como tal, fortaleciendo el proceso de contextualización periodística en general.

“El caos y los sistemas caóticos no implican necesariamente *desorden* en el sentido literal y popular de la palabra; los sistemas no lineales son sistemas irregulares, altamente impredecibles, que se manifiestan en muchos ámbitos de la vida y la naturaleza, pero que no se puede decir que tengan comportamientos *sin ley*, dado que existen *reglas* que determinan su comportamiento, aunque éstas sean difíciles de conocer en muchas ocasiones. Se trata, eso sí, de sistemas muy sensibles...” (LIZCANO, 2002), que permiten a los periodistas incluir otras visiones de la realidad, como un mecanismo válido para la integridad y veracidad de la información, pero también como parte de su responsabilidad profesional.

Y por último, el tercer paradigma, (Paradigma Institucional), forma parte del proceso de

---

<sup>38</sup> Cf. FINQUELIEVICH, 1998; GALINDO, 2000; PISCITELLI, 1998.

reestructuración de las ciencias sociales, y de los diversos enfoques que tiene la comunicación dentro de las ofertas educativas y los pocos procesos de investigación.

La investigación en comunicación social de nuestra región no tiene como objetivo básico el trabajo conjunto e integrado, o mayor incidencia en el mundo; por el contrario, se trata de esfuerzos aislados, como de investigadores solitarios que intentan forjar un mapa de investigación consistente, y el apoyo de una que otra institución educativa.

“La docencia universitaria debe ser el resultado de la investigación científica, y no hay investigación si no existe dentro de la universidad un cuerpo de doctores que estimulen e impulsen esta actividad” (POUSA, 2009). Para lo cual es fundamental dar importancia a la investigación que suma a la extensión universitaria, son acciones concretas de vinculación del claustro docente con la sociedad en particular.

Por ello, es trascendental también que la figura del docente universitario no se centre únicamente en la acción de “impartir clases teóricas”, algunas veces matizadas con salidas cortas de campo. “La imagen de investigador que, aislado en su recinto universitario indaga cuestiones fundamentales sin causar ningún daño, representa cada vez menos la realidad. En la producción del conocimiento intervienen ya una amplia gama de actores, influyéndose mutuamente en forma compleja, y en el proceso se llega a cometer atropellos a la ética” (ARECHIGA 2004). Hemos de afirmar, entonces, que el conocimiento por su propia naturaleza no es neutro.

El alivio de la fuerte carga docente que tienen los profesores universitarios en América Latina, es una gestión clave para que puedan emprender en procesos de investigación aplicada en conexión con su realidad social.

A decir del profesor e investigador Xosé Ramón Pousa la generación de conocimiento a través de la investigación básica, aplicada y el desarrollo, está en función de las necesidades y la demanda científica y cultural de un país. Es un reto que debe responder cualquier universidad que quiera estar a la altura de la demanda institucional.

Hay en la región varios temas que son tarea pendiente para las universidades y los docentes dedicados a la investigación, entre las cuales podemos distinguir los siguientes:

- a.- La creación del sistema de información y comunicación que aglutine las diferentes culturas, en una unidad para la diversidad, como lo explica y defiende Edgar Morín, que permita entre otras cosas compartir conocimiento y crear una sinergia que fomente un crecimiento exponencial.
- b.- El uso de las tecnologías como un potente recurso para implementar los conceptos de educación y comunicación, facilitando la gestión de la información básicamente.
- c.- Las relaciones que existen entre comunicación, democracia, y el ejercicio libre y ético de los medios de comunicación.

A continuación detallamos una lista reducida de los investigadores latinoamericanos que en Comunicación y Periodismo más se han difundido en el país, gracias a sus aportes, y que han abierto un debate interesante sobre los principales temas presentes a lo largo del proceso de investigación en comunidad, en la región.

<b>País</b>	<b>Investigador</b>	<b>Línea temática de investigación</b>
Bolivia	Luis Ramiro Beltrán	Comunicación para el Desarrollo Aportes de la Escuela Latinoamericana de la Comunicación
	Erick Torrico	Comunicación, política e ideología Sociedad de la información
Venezuela	Antonio Pasquali	Comunicación y Cultura de Masas
Perú	Juan Gargurevich	Géneros Periodísticos Funciones de los medios de comunicación
	R. Roncaglioli	Géneros Radial
	Rosa M. Alfaro	Observatorio de medios para Latinoamérica Géneros y Comunicación
Argentina	Eliseo Verdón	Psicología Social y Comunicación
	Néstor García Canclini	Posmodernidad y la cultura desde la perspectiva latinoamericana Nuevas tecnologías comunicacionales
	Mario Kaplun	Comunicación Radial Comunicación para la educación
Brasil	José Marques de Melo	Pensamiento Latinoamericano de Comunicación
Colombia	Jesús Martín Barbero	Comunicación
	Omar Rincón	Televisión e Identidad Narrativas Mediáticas
Chile	Valerio Fuenzalida	Expresiones Culturales
México	Guillermo Orozco	Televisión y Audiencias
	Raúl Trejo	Medios de comunicación, política y Cyber espacio

	Octavo Islas	Comunicación Estratégica Periodismo Digital
Ecuador	César Ulloa Tapia	El poder de los medios de comunicación
	Rubén Darío Buitrón	El ejercicio y la práctica periodista
	Oswaldo León	Periodismo de Opinión
	Hernán Reyes	Comunicación y Cultura

Elaboración: la autora.

Referencias informativas [www.infodesarrollo.org](http://www.infodesarrollo.org) y Wikipedia

## 1.6 LA FORMACIÓN DE CUARTO NIVEL EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN LATINOAMÉRICA

Los estudios de formación de cuarto nivel en comunicación, serían una preocupación que nacieron en los años sesenta, y forman parte -a decir de Fuentes Navarro- del proceso de estructuración científica en el campo académico de la comunicación en América Latina (FUENTES, 1998).

Veamos los números a nivel general, relacionados con la distribución por países de programas de doctorado impartidos por instituciones latinoamericanas. Los mismos que por su cercanía geográfica y políticas de acceso son las instituciones que presentan mayores facilidades para el conjunto de profesionales latinoamericanos.

La ofertas estaría distribuida así:

País	No. de programas de doctorado	No. de instituciones de educación superior
Argentina	147	31
Bolivia	2	2
Brasil	791	68
Chile	56	7
Colombia	33	20
Costa Rica	13	7
Cuba	393	15
Ecuador	3	1

Honduras	1	1
México	380	90
Panamá	1	1
Perú	40	12
Uruguay	9	1
Venezuela	94	13
Total	1963	269

Elaboración: Autora, datos referenciales Asociación Universitaria Iberoamericana de postgrados ( AUIP. 2011)

Refiriéndonos a datos del año 2010 la media de doctores en las universidades latinoamericanas apenas alcanzaba el 9% mientras que en las universidades públicas españolas se superaba el 80%. (LÓPEZ, 2011). Estos profesionales estaban mayoritariamente viviendo en México y Brasil.

Esta información nos permite evidenciar que existen las extraordinarias diferencias en la oferta de programas de doctorado. Tres países producen el 80% de la oferta de doctorado en América Latina: Brasil, México y Cuba, e incluso en estos son muy pocas las instituciones que concentran la capacidad de impartir formación doctoral.

Mientras tanto, en otros países como : El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Paraguay, República Dominicana, la oferta de programas de doctorado es prácticamente inexistente, lo cual explica por sí solo los incipientes niveles de producción científica que tiene los países mencionados.

Un reciente mapeo sobre la enseñanza de comunicación en América Latina y el Caribe realizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS, 2010), con el apoyo de la UNESCO, identificó que existe una escasa oferta de doctorados en comunicación y periodismo en Latinoamérica.

El informe en mención reveló también que la formación en periodismo está englobada por lo general en las carreras de comunicación, las mismas que cubren áreas como el marketing, la imagen o las relaciones públicas.

Aunque esta especificidad de la región de América Latina se justifique por la necesidad de ofrecer una formación plurivalente que permita al estudiante postular para ofertas laborales más variadas, también es cierto que se han perdido los espacios para la investigación teórica y el análisis reflexivo sobre temas de profundo interés social.

La oferta de formación de cuarto nivel no puede escapar por ejemplo, de la necesidad que existen en contar con profesionales especializados en áreas específicas del periodismo, por ejemplo: las vías de expansión del mercado de la comunicación no están tanto en productos generalistas como en los de carácter temático. (DÍAZ,1998). Sin embargo, y como lo señala el propio Díaz Nocí , la respuesta de las facultades de comunicación es “desfasada y escasamente dinámica” lo que se resume en una escasa y débil oferta formativa de cuarto nivel en el ámbito de la comunicación, en general.

En el ámbito educativo es importante mencionar el surgimiento de una ola de estudios de posgrado a nivel de maestrías y diplomados, en especial de la escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de Sao Paulo-Brasil, y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores (ITESO) de México, que son los países latinoamericanos con mayor oferta de formación de cuarto nivel.

Es importante destacar también que la Universidad Metodista de Brasil fue el primer centro de estudios superiores en consolidar la formación de cuarto nivel desde la visión de la comunicación popular. Sus principales motivadores fueron el ex presidente Ignacio Lula da Silva y el profesor Marques de Melo.

Brasil además, realiza el Congreso INTERCOM, que es un espacio mediante el cual se ha logrado incentivar la consolidación de ponencias y procesos de investigación y experimentación, en torno a la comunicación y sus diferentes aplicaciones.

Existen una serie de convenios en toda la región con universidades europeas en relación a la especialización, mediante programas semi presenciales y a distancia (en red), aunque la obtención de un título de cuarto nivel no tiene cifras muy positivas.

Hay que sumar además la presencia de la Asociación Brasileña de Investigadores en Periodismo (en portugués, SBPJor), de grupos y redes de investigación, agrupación que ha contribuido al fortalecimiento institucional del campo. Al mismo tiempo, se observa un esfuerzo de sistematización de estudios y de la creación de un cuerpo teórico específico de esa área del conocimiento.<sup>39</sup>

México, por su parte, cuenta con el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de la Ciencias de la Comunicación (CONEICC), aunque no es un organismo de evaluación, ni acreditación, ha despertado un interesante movimiento de capacitación y actualización de los estudios relacionados con la comunicación.

---

<sup>39</sup> Para entender mejor este punto se pueden revisar los estudios de PENA, 2005; SOUSA, 2000; TRAQUINA, 1993, 2001, 2005.

Según el criterio de Oscar Bustamante Farias ( 2006) , que se publicó en la edición No. 94 de la revista ecuatoriana Chasqui, en 2006<sup>40</sup>, Brasil, México y Argentina concentran 59 maestrías y 22 doctorados, distribuidos en las siguientes áreas del conocimiento:

- Ciencias de la Comunicación
- Comunicación
- Comunicación Social
- Comunicación y Cultura
- Comunicación y Tecnologías Educativas

La oferta de cuarto nivel, al igual que las de tercer nivel, ha respondido a las demandas del mercado en primera instancia, y la decisión sobre todo de la universidad privada de invertir en procesos de capacitación de cuarto nivel. Esto último por la necesidad de cumplir con una de las misiones de la universidad: la investigación y las exigencias legales que se han dado en América Latina, sobre todo en esta última década.

Por otro lado, la oferta formativa de cuarto nivel está influenciada por el modelo conocido como Reserch University, que vincula la enseñanza e investigación a la obtención de grados académicos (SCHWARTZMAN, 1996).

Brasil es el primer y mejor referente en cuanto al crecimiento académico y científico en nuestra región. De manera explosiva en los últimos treinta años se han “institucionalizado numerosos programas de doctorado científico (Ph.D.) y maestría (magíster). Sólo en el caso brasileño se cuenta en 2007 con 32 programas de pos-graduación *strictu sensu* y centenas de cursos *latu sensu*”<sup>41</sup>

La capacitación de cuarto nivel es un ingrediente fundamental, aunque las estadísticas mundiales nos dicen que un porcentaje considerable de las personas con preparación de cuatro nivel, han decidido vincularse con la empresa.

Así como los procesos de investigación tienen problemas que impiden su desarrollo y consolidación exitosa, los estudios de cuarto nivel adolecen de conflictos muy parecidos, como los que hemos comentado en los capítulos anteriores.

En el caso particular del Ecuador, según el informe de Análisis Mediático del Ecuador UNESCO (2011) en el país existen 19 universidades que ofrecen diplomados, especialización superior y maestrías en comunicación y ramas afines.

Las más frecuentes están relacionadas con legislación, derechos humanos, desarrollo democrático de la comunicación entre otras. El mismo informe de la UNESCO destaca que sólo el 50% de los periodistas conoce de las ofertas de programas de especialización para periodistas.

---

<sup>41</sup> La información en detalle está disponible en: ([www.capes.br](http://www.capes.br)). Acceso: 04/01/11

Dada la naturaleza y condiciones particulares de la universidad Ecuatoriana, no existe en el país ninguna universidad que de manera autónoma pueda ofrecer el título de Ph.D.

Manuel Poblete Ruíz, coordinador del proyecto de competencias de la Universidad de Deusto<sup>42</sup> en Madrid, identifica algunas claves que dificultan la formación de cuarto nivel, que prevalecen en el contexto ecuatoriano, que ha sido estudiadas por este experto, por pedido oficial de la UTPL:

#### **a.- Tiempo:**

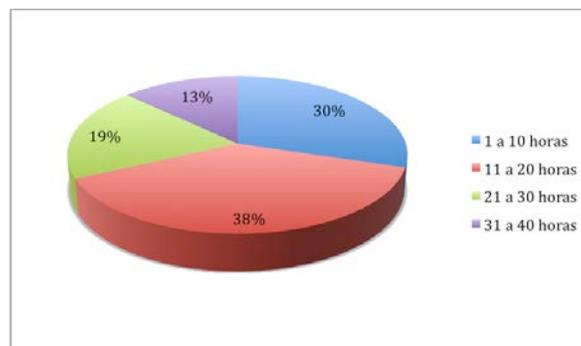
Factor que está intensamente relacionado con una agobiante carga docente que tienen los profesores, sobre todo en la universidad latinoamericana, y en algunos casos con la vinculación del profesional a dos y tres universidades.

Recordemos que la Universidad Latinoamericana con honrosas excepciones es vitalmente docente. Dedicación que ya fue evidenciado por el Gobierno Nacional en el proceso de evaluación y acreditación que se hiciera en el 2008.

El Senacyt ha reconocido y tiene cifras en relación a la dedicación docentes que tiene la planta de profesionales de las universidades ecuatorianas, por lo cual se anunció una política de mejoramiento de sueldos por un lado y por otro, la implementación de mecanismos para transparentar el tipo y las formas de vinculación laboral en general.

Veamos por ejemplo el informe que presenta el Senacyt (2011):

#### **Docentes en las universidades y escuelas politécnicas del Ecuador, según su dedicación**



Fuente: Proyecto Prometeo Senescyt (2011).

Elaboración: Autora

#### **b.- Formación del estudiante:**

Existen vacíos antiguos que al momento de consolidar una tesis doctoral pesan, entre los más relevantes están el desconocimiento del idioma inglés por un lado; y por otro, la falta de hábitos constantes de lectura, lo que impide a futuro una concreta selección del tema y

---

<sup>42</sup> Las versiones recogidas fueron parte de una entrevista personal realizada en la ciudad de Loja, el mayo del 2011. Poblete Ruiz, visitó la UTPL con el objetivo de realizar un seminario de capacitación para la evaluación con competencias académicas.

una búsqueda correcta de bibliografía y la culminación de la tesis.

Este segundo factor está íntimamente relacionado con la figura de vinculación laboral de los profesionales con la universidad, como lo comentamos en el cuadro anterior.

Por otro lado no hay una cifra del todo oficial y al menos que sea reconocida por todas las universidades en el país, en relación al número de profesionales con título de cuarto nivel vinculados con las universidades.

La situación se complicó un poco más, ante la disolución del Conesup, entidad que normalmente generaba este tipo de estadísticas, por lo cual las cifras que circulan son dispersas y diferentes una de la otra.

Esto hace que cada universidad maneje con fines promocionales sus propias cifras en relación a la cualificación profesional de sus docentes.

La SENESCYT, por medio del proyecto Prometeo (2011) presenta las siguientes cifras en relación a los investigadores en el país.

<b>AÑO</b>	<b>No. de PROFESIONALES</b>
2003	845
2004	895
2005	870
2006	1555
2007	1615
2008	2623

Fuente: Senacyt ( 2011) Proyecto Prometeo. Elaboración: Autora

#### **c.- Distancia:**

Uno de los procesos de formación de cuarto nivel se hacen en convenio con universidades del denominado primer mundo, lo cual en algunos casos desconecta al profesional de su entorno social y familiar, y provoca además una fuga de cerebros. Sumado a la inversión económica que deben hacer las universidades para la salida de su personal, subsiste este factor como un riesgo evidente.

#### **d.- Desconocimiento del tema:**

Muchas veces para poder estudiar el aspirante tiene que someterse por una parte a los intereses de las políticas universitarias, y por otra, acceder a fondos económicos del Estado, generalmente, con lo cual asume un tema que desconoce.

## **1.7 LOS SISTEMAS DE ACREDITACIÓN Y CERTIFICACIÓN EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL/PERIODISMO EN AMÉRICA LATINA.**

Los movimientos académicos en busca de procesos de acreditación no son nuevos; de hecho tuvieron su auge en los años 30. Esta idea de darle una certificación-garantía a los estudios, estuvo impulsada por Estados Unidos en su etapa inicial, sobre todo en lo relacionado a los sistemas de evaluación dentro el ámbito educativo, (HARVEY, 1999) (WESTERHEIJDEN, 2001) como mecanismo de control interno, externo y de regulación.

Una de la características particulares de los procesos en Estados Unidos es que no existe la participación del Estado, a diferencia de América Latina, donde los gobiernos han tenido un rol relevante dentro del proceso.

Neave (2001) cuando se refiere a los sistemas de evaluación y acreditación habla de una “instrumentalidad abrumadora” tendiente a inducir a los académicos a cumplir con los objetivos, las metas y los fines de los dirigentes, los mismos que serían evaluados en base a una serie de estándares en todo orden, que representan la evidencia de lo caminado.

En América Latina, los procesos de acreditación son vistos como instrumento de fomento de la excelencia, también de carácter temporal pero voluntario, que pretende que programas e instituciones de educación superior avancen hacia los más altos niveles de calidad posibles” (REVELO, 2003).

La primera agencia acreditadora de estudios de periodismo fue la *American Association of Schools and Departments of Journalism (AASDJ)*. Luego de ello se crearon cuatro agencias acreditadoras: *American Newspaper Publisher Association (MJPA)*, *American Society of Newspaper Editor (ASNE)*; *Southern Newspaper Publisher Association (SNPA)*; *National Education Association (NEA)*; y la *Inland Daily Press Association (INDPA)*.

En total cinco asociaciones aprobaron la creación de un National Council on Professional Education for Journalism. Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMCS). Los estándares son muy exigentes; una de las principales trabas para las escuelas y facultades latinoamericanas serían el idioma inglés, dentro de las mallas curriculares y el dominio del mismo por parte de estudiantes y profesores.

En América Latina hay siete organismos de acreditación regional. Tres son organismos de origen gubernamental, otros tantos son promovidos o auspiciados por organismos no gubernamentales (CASERMERIO, 2011), entre los más conocidos está el Accrediting Council on Education in Journalism and Mass Communications (ACEJMCS), y el Consejo Latinoamericano de Acreditación en Periodismo (CLAEP).

El CLAEP responde a la iniciativa de una asociación de tipo empresarial, no educativa, como es la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP). El Comité Organizador del CLAEP, integrado por cinco miembros académicos, cinco miembros profesionales y dos miembros generales.

El modelo de acreditación del CLAEP se volcó a pedir un 60% de los cursos teóricos y el restante 40% de cursos profesionales, precisamente para promover una formación profesional adecuada a las necesidades de las empresas periodísticas, pero también para responder a la demanda de parte de los estudiantes de periodismo que buscan un mayor peso de los cursos profesionales de la carrera.

Según la información que circula en la página web del referido organismo, a lo largo de estos últimos cinco años, se han logrado las siguientes acreditaciones en Latinoamérica, las mismas que se distribuyen así:

1.	Universidad Católica de la Santísima Concepción	3	Chile
2.	Universidad de Artes y Ciencias de la Comunicación		Chile
3.	Universidad Diego Portales		Chile
4.	Universidad San Martín de Porres	2	Perú.
5.	Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas		Perú
6.	Universidad Técnica Particular de Loja	1	Ecuador
7.	Universidad Autónoma de Asunción	1	Paraguay
8.	Pontificia Universidad Católica Argentina	1	Argentina
9.	Universidad de La Sabana	5	Colombia

10.	Universidad Santiago de Cali		Colombia
11.	Universidad del Norte		Colombia
12.	Universidad Nacional Autónoma de Bucaramanga		Colombia
13.	Universidad Autónoma de Occidente		Colombia
14.	Universidad Anáhuac	2	México
15.	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey		México
16.	Pontificia Universidad Católica do Río Grande do Sul	1	Brasil

Nota: Elaboración la autora tomando con referencia la información que asoma en [www.claep.org](http://www.claep.org) .

La confirmación de datos se realizó con Susana Mitchell, responsable administrativa del organismo mencionado.

# Capítulo II

## La sociedad de la información: una aproximación a la realidad

“El futuro de la información depende de comunicar inteligentemente lo que está ocurriendo en el mundo. El mundo cada vez es más complicado. No se puede comunicar meramente la verdad literal. Hay que explicarla”

***James Restón. New York Times***

## **En síntesis:**

El propósito de este capítulo es pensar si las universidades y sus facultades de comunicación social han asumido los cambios que la sola presencia de la red exige. Haremos una revisión detallada de los paradigmas académicos que deberán considerarse en la formación de periodistas; profesionales que deberán usar tecnología que aún no se ha inventado y desenvolverse en trabajos cada vez más rigurosos y cambiantes.

Concluimos con una serie de reflexiones y apreciaciones de expertos académicos y periodistas del ámbito mundial, latinoamericano y ecuatoriano, en particular, sobre lo que se debe enseñar en la aulas universitarias y las competencias que el periodista del futuro debe cultivar para trabajar con solvencia en los ámbitos relacionados con el periodismo digital.

Se plantean algunas recomendaciones y cambios que deben hacerse a nivel de las escuelas y facultades de Comunicación Social, en el país.

## 2.1 NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Es indudable que el avance de las nuevas tecnologías ha cambiado nuestra forma de comunicarnos, relacionarnos e incluso de expresarnos. Los cambios son de tal naturaleza y profundidad que afectan el comportamiento social y la cosmovisión del mundo.

“Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro, es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad” (CASTELLS, 2000). El mismo Castells, conjuntamente con Tubella, Sancho y Roca, dice que “El sistema tecnológico centrado en las tecnologías de información ha permitido la formación de una nueva economía, un nuevo sistema de medios de comunicación, una nueva forma de gestión tanto en las empresas como en los servicios públicos...” (CASTELLS, et al. 2007).

Estamos hablando de un nuevo proceso de producción y gestión de la información generado básicamente por la flexibilidad y adaptación que presenta la red, que posibilitó el tráfico de los datos. “ Este nuevo sistema mediático engloba todas las formas de comunicación humana en un formato digital donde dejan de tener aflicciones las reglas y constricciones del mundo analógico” (PAVLIK, 2005).

Pero veamos cómo ha cambiado el paradigma comunicacional debido a la presencia inevitable de las nuevas tecnologías. Hasta bien entrado el siglo veinte, los medios eran eso: una forma de hacer llegar un mensaje desde un emisor hasta un receptor; incluso en este modelo se basó, por ejemplo, el modelo clásico de la comunicación propuesto por Harold D. Laswell, y sobre el cual se fundamentan algunas de las teorías básicas de la comunicación.

Bajo el modelo antes mencionado, los medios de comunicación eran lo mismo, pero pensados en las masas. Ahora bien, esto tenía un problema fundamental: el de la interpretación de los hechos que difundían, tarea encomendada a los periodistas, en este caso en particular. Los seres humanos, siguiendo a Kant, tenemos una serie de percepciones que interpretamos como la realidad (Cf. Garagalza 2010)<sup>43</sup>. No se trata entonces de un proceso determinado que se emplea sólo cuando no entendemos algo, sino de un proceso permanente del ser humano que lo acompaña e incluso lo define como tal.

Es decir, el ser humano está siempre realizando una especie de hermenéutica de la realidad. “Esta palabra pertenece a la herencia del romanticismo y su origen se remonta a través de la

tradicción humanista hasta la figura mítica de Hermes, el dios griego del lenguaje y de la

---

<sup>43</sup> Garagalza L. (2010). “H. G. Gadamer. El problema de la interpretación y las ciencias humanas”. Artículo preparado para la Master de Filosofía en el Mundo Global, impartido por la Universidad del País Vasco, en la materia: “El dominio planetario de la técnica: la hermenéutica en un mundo global”. San Sebastián. S/E.

comunicación entre los contrarios, en términos comunicacionales emisor y receptor. Clásicamente, la hermenéutica se ha centrado sobre el problema de la interpretación de lo expresado mediante el lenguaje y, en particular, de lo fijado como texto, ya sea sagrado o literario” (Ibid). Siguiendo a Gadamer (1900), cuando un artista lee una partitura, aunque todas las notas son iguales, su interpretación puede variar con respecto a la de otra persona. Mutatis mutandis, lo mismo nos sucede con lo que consideramos como la realidad. Un hecho puede tener diferentes interpretaciones según el punto de vista, que tiene que ver con el entorno y un sinnúmero de cosas más, de quien lo apalabre. Por tanto, y siguiendo esta lógica, los medios de comunicación que predominaron hasta casi finales del siglo pasado, nos acercaban a la verdad pero desde la perspectiva de quien presenciaba o narraba un hecho. Las masas estaban sujetas al criterio de quien escribía, narraba o filmaba una determinada cuestión.

La hermenéutica no es herencia romántica: La hermenéutica (del griego “ῤηνευτικὴ τέχνη, *jermeneutiké tejne*, es el ‘arte de explicar, traducir o interpretar’) es la interpretación de textos en la teología, la filología y la crítica literaria. En la filosofía es la doctrina idealista según la cual los hechos sociales (y quizás también los naturales) son símbolos o textos que deben interpretarse en lugar de describirse y explicarse objetivamente.

La hermenéutica filosófica se opone al estudio científico de la sociedad: sobre todo, desprecia la estadística social y los modelos matemáticos. Dado que considera lo social como si fuera espiritual, la hermenéutica subestima los factores ambientales, los biológicos y los económicos, al mismo tiempo que rechaza abordar los hechos macro sociales, como la pobreza y la guerra. De este modo, la hermenéutica constituye un obstáculo a la investigación de las verdades acerca de la sociedad y, por tanto, de los fundamentos de las políticas sociales

Pero con el apogeo de la Internet las cosas van cambiando. Estamos pasando de tener una sociedad informada (desde una determinada perspectiva) a tener una sociedad de la información donde todos (los que tengan posibilidad de conectarse a la red) tienen la posibilidad de recibir información pero también de emitirla, lo cual ha transformado de manera evidente el rol del periodismo y de sus protagonistas también.

Basta con ver, por ejemplo la evolución del periodismo ciudadano como [www.wikinews.org](http://www.wikinews.org), o la iniciativa *ohmynews*, que están revolucionando el modelo lineal de producir información. “... Hay una gran afluencia de intercambio cívico de información en el ciberespacio que tiende crecientemente a superar los modelos clásicos de producción y difusión periodística. El modelo tradicional de comunicación de masas de enfoque descendente, TOP-down, está siendo cuestionado en este nuevo entorno mediático, con el aumento de comunicación cívica, horizontal, incluyendo modelos periodísticos” ( DAHLGREN, 2001):

Por tanto, nuestra visión del mundo y de la realidad puede matizarse desde diversos enfoques, pero también las iniciativas a favor del conocimiento se pueden desvanecer rápidamente. Y evidentemente esto tiene que estar presente en la discusión y en la vida universitaria, más aún si hablamos de facultades o escuelas de comunicación social, las cuales siempre deben estar insertadas dentro de la misión universidad e histórica de la

Universidad “ *Buscar la verdad*”, lo cual también es uno de los valores fundamentales del periodismo.

Recordemos que “la función de las universidades como depositarias del conocimiento puro - la búsqueda de la verdad-, pero sin excluir el aspecto práctico, en la convicción de que la adquisición del conocimiento es, en sí misma, un proceso educativo: una educación universitaria que capacita a los estudiantes para adquirir conocimientos y busca producir al mismo tiempo nuevo conocimiento. Se promueve la educación por medio del conocimiento o se forma a los estudiantes a través de la información” (RENAUT, 2005).

Pero no sólo este paradigma de acceso al conocimiento está cambiando. También está cambiando nuestra forma de entender la propiedad la información, proceso en el cual el periodismo tiene mucho que decir, y más aún las facultades y escuelas de la comunicación, que tienen el deber y la obligación moral de responder con innovación y compromiso a este enorme reto.

Existe, desde nuestra perspectiva, una gran corriente de “solidaridad en red” que procura compartir información como una manera de disminuir las brechas que existen entre los diferentes mundos de la Tierra. Grandes ejemplos son la iniciativa del Massachusetts Institute of Technology “*Open CourseWare*” o iniciativas colaborativas como la propuesta por Jimmy Wales con la creación de “Wikipedia”, que es un proyecto para generar una enciclopedia libre, redactada por voluntarios de todo el mundo y que actualmente cuenta con más de dieciséis millones de usuarios<sup>44</sup> o todo el movimiento informativo que se está generando en todo el mundo en el blogs y twitters.

Por supuesto que aún estamos lejos de que todo, y especialmente el conocimiento más relevante, sea compartido de manera gratuita en la red. El proyecto “*creative commons*”, liderado por Lessing Lawrence, que busca dar una mayor flexibilidad a las licencias y derechos de autor, es una prueba tangible, sin embargo el camino a recorrer, que todavía es muy largo y posiblemente muy duro.

A pesar de ser tan evidente el uso de los recursos y tecnologías de la información y comunicación en el mundo, tenemos la impresión de que las universidades latinoamericanas no están aprovechando todo el potencial que esta nueva forma de entender la solidaridad ofrece, y lo útil que podría ser para los procesos educativos para aplicación de un renovado concepto de compartir experiencias; muchas de estas bien podría hacerse en línea.

Paralelamente se ha producido un impresionante desarrollo de nueva tecnología que incluye la posibilidad de estar conectados a la red en prácticamente cualquier parte del planeta. Esto trae como consecuencia que la obsolescencia de los programas informáticos y los instrumentos electrónicos sea igualmente rápida.

Según *The Pew Internet Project*, “la relación de transformación del precio/funcionamiento de la dotación física computacional se dobla cada 18-24 meses y el ancho de banda para las

---

<sup>44</sup> Cf. El artículo “Wikipedia” disponible en Internet en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia> consultado el 24 de noviembre de 2010.

redes físicas se dobla cada dos años”<sup>45</sup>. Pero también debemos reconocer que los costos de conexión han bajado estimulando su consumo.

Ahora bien, no todo es bueno en el paraíso digital. También existe una fruta prohibida. Las posibilidades de fraude académico se han incrementado exponencialmente y, lo más grave, la imposibilidad de garantizar la calidad y veracidad de toda la información que actualmente reposa en la red es también un reto que debe ser considerado en los procesos formativos de los nuevos periodistas y comunicadores sociales, y materia de primera línea dentro de los procesos educativos en todos los niveles. Esto nos lleva a analizar otro problema que es evidente: la formación ética de las nuevas generaciones en el contexto de la sociedad en red.

La ética siempre ha sido el plato fuerte de las ofertas académicas de comunicación/periodismo. “El concepto del periodismo como profesión debe estar apoyado en dos pilares : ética y verdad, y como tal no verdad sin ética. Esta exigencia y/o normativa de orden ético se debe manifestar día a día en una determinada práctica profesional que puede ser descrita como el respeto corporativo a la teoría de los géneros periodísticos” (ALBERTOS, 1999). El lograr que estos valores fundamentales sobrevivan como un eje transversal en un mundo de cambios bruscos, de horizontes mercantilistas.

Una tarea dura a la que no podemos renunciar en América Latina, porque, como dice Omar Rincón<sup>46</sup>, “*el periodismo es uno de los últimos bastiones del humanismo y en el que siempre hallaremos la esperanza de ser libres*”.

A mediados del siglo que pasó era común nombrar a la universidad como nuestra “Alma Mater”. Es decir la universidad era, de alguna manera, nuestra madre psíquica y espiritual. La que nos formaba integralmente y no sólo nos proporcionaba conocimientos. Pero parece que ha cambiado radicalmente. Las nuevas instituciones universitarias se han convertido en meras proveedoras de mercancías para un mercado laboral cada vez más complejo y competitivo. El “*ex - ducere*”, entendido como sacar, llevar, conducir hacia fuera el ser con todos sus valores, se ha olvidado. Pero, paradójicamente, los retos que tiene en la posmodernidad son más grandes. Con todas las posibilidades de información que una persona posee, es fácil caer en la tentación de actuar inmoralmente y utilizar la de manera indebida. Más aún cuando la presión de los tiempos nos obliga a volar para poder llenar las páginas de un diario o el contenido de un noticiario de televisión.

Los procesos de formación de periodistas desde el seno de las universidades deberán estudiar y proveer los posibles cambios y enfoques formativos que la presencia de estos nuevos escenarios comunicacionales presentan, donde existe un mercado laboral aún inexplorado.

---

<sup>45</sup> *The Pew Internet Project* es una organización no gubernamental sin ánimo de lucro establecida en los Estados Unidos de Norteamérica, con la finalidad de realizar estudios sobre el conocimiento y el impacto de Internet. Más información se puede obtener en su sitio Web: <http://www.pewinternet.org>. La información citada está disponible en Internet en la dirección: <http://www.slideshare.net/PewInternet/internet-evolution-where-hyperconnectivity-and-ambient-intimacy-take-us-4737358>

<sup>46</sup> Omar Rincón es un productor y realizador colombiano, profesor de la Universidad Javeriana Colombia.

No se puede cerrar los ojos ante el enorme movimiento que existe en la red, en otras palabras, la multiplicación viral y en otros casos exponencial de mensajes, que está generando una o varias formas de ejercicio periodístico, un cambio que nos permitirá hacer del periodista “un humanista a la altura de nuestros tiempos” ( MOSTAZA, 1970).

Las redes y sobre todo las sociales están construyendo procesos de relación y contacto, basados principalmente en el suministro de datos claves que el usuario de una manera un tanto sutil es capaz de proveer información “Porque la red es como un animal afectivo. Capta a la gente por el afecto. Decides salir de la red y aparece de repente un mensaje Ud. va a abandonar a una persona que ama” (MATTERLART, 2011) <sup>47</sup>.

Expertos como M. Castells afirman que la sociedad de la información no tiene un modelo definido y que, por el contrario, está sujeta a sistemas económicos, sociales y en algunas veces hasta políticos, pero, sin duda alguna, es la respuesta a un cambio tecnológico que estamos viviendo y que fuera advertido en su momento por Marshall McLuhan o Harold Innis, entre otros. Y, más recientemente, Nicolás Negroponte también nos advirtió de la presencia de mundo marcado por un entorno digital que, sumado al fenómeno de la globalización, lo están cambiando todo, nuestra forma de comunicarnos, de pensar e incluso de actuar, además de revolucionar todos los esquemas y procesos de comunicación e información conocidos.

Vuelvo a referirme a M. Castells para afirmar que la revolución tecnológica presenta un cambio total. Este cambio ha provocado la consolidación y el impacto de un nuevo escenario mediático, que José Luis Orihuela considera, está caracterizado por 10 principios básicos, de los cuales destacamos los cuatro siguientes:

- 1.- La consolidación de una audiencia activa, comprometida y dinámica, capaz incluso de producir contenidos, aunque muchos de estos en la mayoría de los casos no se ajusten al rigor y las reglas básicas del buen periodismo.
- 2.- Hemos pasado de contenidos mono media aburridos y lineales a formatos múltiples en un mismo soporte, muchos de ellos concentrados en una sola y gran red, la Internet.
- 3.- Un cambio fundamental en la periodicidad y temporalidad de apareamiento de los medios, renovando el concepto de que la noticia es ahora. Los consumidores de productos periodísticos tienen una urgencia y utilidad comunicativa inmediata, necesidad que está siendo satisfecha por una diversidad infinita de dispositivos electrónicos de fácil acceso, principalmente teléfonos inteligentes.
- 4.- Un crecimiento muy acelerado de la información, que requiere un proceso serio de clasificación como mecanismo válido para salir la “infocontaminación” que circula

---

<sup>47</sup> Entrevista a Armand Matherlart en su visita a Ecuador en marzo del 2001. Diálogo con A Matterlart. El mundo de la ciberseguridad por Oswaldo León . En América Latina en Movimiento. Redes Social ni tanto ni tampoco. Revista No. 463

en la red y que tiende a crecer cada vez más.

La consolidación y desarrollo de la sociedad de la información representan uno de los puntos más fuertes de estudio y teorización de la comunicación como ciencia y objetivo de estudio, sobre todo aquellos que están relacionados con el consumo, generación de contenidos y cambios de comportamiento en la audiencia, en especial.

Estamos hablando de una sociedad que produce mucha información, pero esta de manera muy lenta se transforma en conocimiento útil y pertinente, lo cual ha provocado una sobre información; incluso se habla ya de un proceso de intoxicación informativa. Es por ello que nos interesan las miradas reflexivas, como la de Martín Barbero cuando dice: “La sociedad de la información no es entonces sólo aquella en la que la materia prima más costosa es el conocimiento, sino también aquella en la que el desarrollo económico, social y político, se hallan estrechamente ligados a la innovación, que es un nuevo nombre de la creatividad y la invención” (BARBERO, 2002). Un escenario en el cual la gestión de la información es fundamental, proceso en el cual el periodista que sepa enfrentar el reto jugará un rol

Las Tics, según el criterio de N. Negroponte, permitirán que cada persona sea un transmisor en potencia, dejando de lado el carácter unidireccional de los medios de comunicación y el poder absoluto de los periodistas en cuanto a la transmisión de mensajes. No obstante, hay que recordar que “la sociedad de la información es un concepto ambiguo”, según las expresiones de Jesús Martín Barbero, puesto que no basta que los individuos gocemos de información, hoy por hoy abundante; se requiere con urgencia el criterio para seleccionar, digerirla y transformarla en conocimiento útil.

Es necesario dos tipos de sociedades: la de la información y la del conocimiento; esta última compuesta por tres ingredientes fundamentales: la creatividad, la investigación y la gestión de procesos; caso contrario, la información no tendría mayor utilidad práctica.

Esta introducción nos permite ir enfocando por los menos cuatro competencias que los nuevos comunicadores sociales o periodistas deberían tener en el contexto de esta sociedad “en-red-ada”, a los cuales la universidad deben prestar atención:

- 1.- Entenderse en una sociedad donde todos pueden ser emisores y receptores
- 2.- Entenderse en el contexto de una sociedad donde la información puede ser compartida pero que, a su vez, dificulta contrastar las fuentes, así como la autenticidad de las mismas
- 3.- Poder asimilar los vertiginosos cambios tecnológicos y las nuevas aplicaciones. Entender la profunda connotación ética que este mundo plantea para un comunicador social o un periodista.

## 2.2 CONECTIVIDAD EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

El problema de la pobreza, siguiendo el hilo de razonamiento de Amartya Sen<sup>48</sup>, no es un problema de posesión de bienes, sino una cuestión de equidad de oportunidades. Uno de las principales es la oportunidad de educación y con ella la posibilidad de acceso a la información. Si hay una ventaja en los tiempos que corren con respecto a los siglos que nos presidieron, está radica en la conectividad. Claro, hay que recordar lo que nos decía el colombiano Jesús Martín Barbero cuando afirmaba que “la sociedad de la información es más un asunto de políticas públicas que de la repartición y renovación de aparatos”. No importa cuanta inversión se realice por parte del Estado, gobiernos seccionales, ONG y otros; los beneficios de la sociedad de la información solo se verán en momento que las políticas de acceso a la educación mejoren de manera sustancial.

Pero la mejor de las políticas educativas no es una cuestión sencilla de lograr. Primero hay que revisar las políticas sociales, que nos lleven a mejorar los niveles de vida de la gente en general. No podemos olvidar que, “según la Comisión Económica para América Latina y Caribe (CEPAL, 2009). 194 millones de personas (el 36.5% de la población) viven en situación crítica. La pobreza absoluta- una renta inferior a US \$1 por día- alcanza a 78 millones de personas (13.4 en total)”<sup>49</sup>.

Lejos de estas estadísticas frías y nada alentadoras para nuestra región, queda el ideal educativo propuesto por la UNESCO de “Educación para todos en el 2015”; ambicioso ideal, frente al cual el mismo organismo afirma que “uno de cada cinco adultos- y una de cada cuatro mujeres- son mantenidas en la ignorancia, al margen de la sociedad”<sup>50</sup>. El mismo informe señala además que sólo 51 países, sobre un total de 129, han logrado la universalización de la enseñanza primaria, la alfabetización de los adultos, la paridad entre los sexos y la calidad de la educación, parámetros que sin duda influyen en la calidad y el desarrollo de la educación en general. Es decir, que estamos aún lejos de conseguir que la conectividad sea la panacea para el desarrollo; sin embargo es innegable que puede convertirse en un catalizador muy importante para conseguir las metas del milenio.

Hay una serie de grandes transformaciones, muchas de las cuales se generaron en torno a lo que hoy llamamos nuevas tecnologías, el gran acierto es la democratización del acceso a la información.

Este acceso y democratización aun está limitado por los índices de pobreza y educación. “En el siglo XX han habido avances gigantescos en todos los campos del conocimientos científico, así como en todos los campos de la técnica; pero simultáneamente ha producido

---

<sup>48</sup> Amartya Sen es un filósofo y economista bengalí, ganador del Premio Nobel de Economía de 1998.

<sup>49</sup> Comisión Económica América Latina y el Caribe ( Cepal) Balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe 2008; disponible en: [http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/de/agrupadores\\_xml/aes251.xml&xsl=/agrupadores\\_xml/agrupa\\_listado.xsl](http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/de/agrupadores_xml/aes251.xml&xsl=/agrupadores_xml/agrupa_listado.xsl) último acceso: 3 de mayo de 2009).

<sup>50</sup> Informe de seguimiento de la EPT en el mundo ( 2008)

una nueva ceguera ante los problemas globales, fundamentales y complejos, y esta ceguera ha generado innumerables errores e ilusiones, empezando entre los científicos, técnicos y especialistas” (MORIN, 2001).

No todo lo que circula en la red es cierto, ni está correctamente fundamentado y contextualizado, produciéndose un símil con el quehacer periodístico, sin embargo, el crecimiento emergente de repositorios de la información especializada, sin duda es un gran avance. No el vano en profesor venezolano Antonio Pasquali (1995) decía:

*Hemos ingresado globalmente, y por de pronto sin retorno, en la era de la plutocracia, hay cola para pos ternarse ante el dinero. El desinterés, la solidaridad social y la mística del servicio público son enviados al archivo muerto de los valores obsoletos. La guardia pretoriana del posmodernismo tilda de jurásicos a quienes osan de invocar verdad y razón, justicia o valores.*

Pero veamos un poco como hemos evolucionado en cuanto a conectividad en América Latina. Actualmente hay cerca de dos mil millones de personas que utilizan la internet alrededor del mundo<sup>51</sup>. Veamos esto en una relación por continente:

### Usuarios de Internet en el Mundo

Usuarios de Internet en el Mundo	
Asia	825094396
Europa	475069448
Norte América	266224500
Latino América	204689836
África	110931700
Oriente Medio	63240946
Oceanía	21263990
Total	1966514816

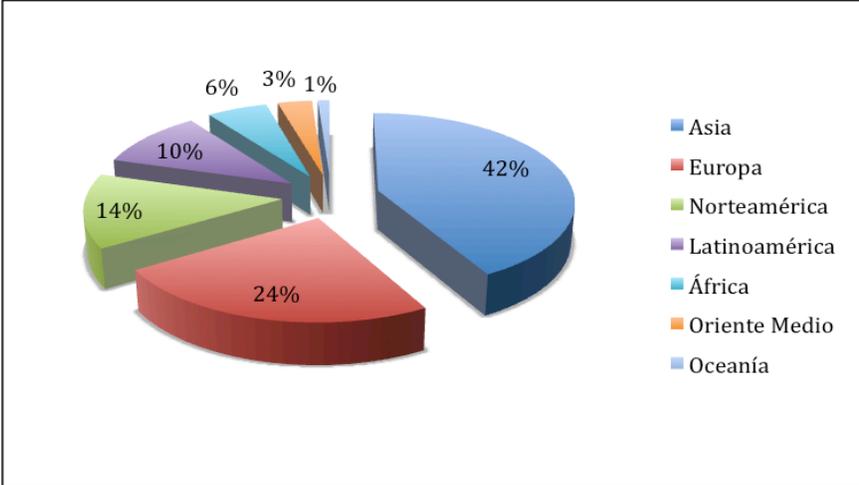
<sup>51</sup>

Disponible en Internet en: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> consultado el 28 de noviembre de 2010.

Según la misma fuente, de los casi siete mil millones de personas, la Internet ya tiene una penetración del veinte y ocho punto cinco por ciento. Es decir, que casi un tercio de la población mundial está actualmente conectada a la Internet.

Veamos algunas gráficas que nos van a permitir ilustrar mejor el estado de usuario de la red mundial:

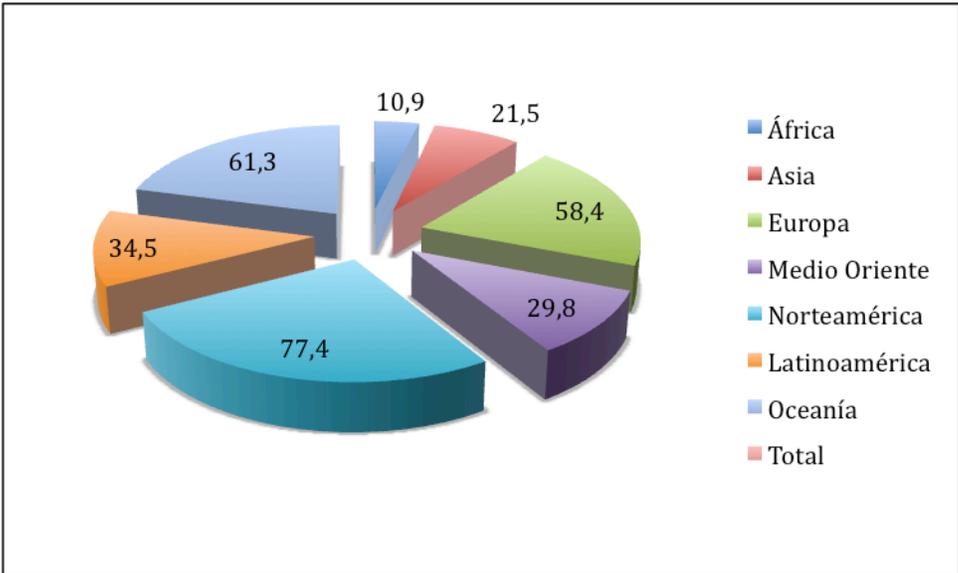
### Porcentaje del total de usuarios por continente



Fuente: *Internet Word Stats* Elaboración: Autora

Es decir, que la décima parte de los usuarios de la internet en el mundo está en América Latina. El siguiente paso es relacionar esto con la población por continente para encontrar los niveles de penetración:

### Índices de penetración de internet por continente



Fuente: *Internet World Status* Elaboración: Autora

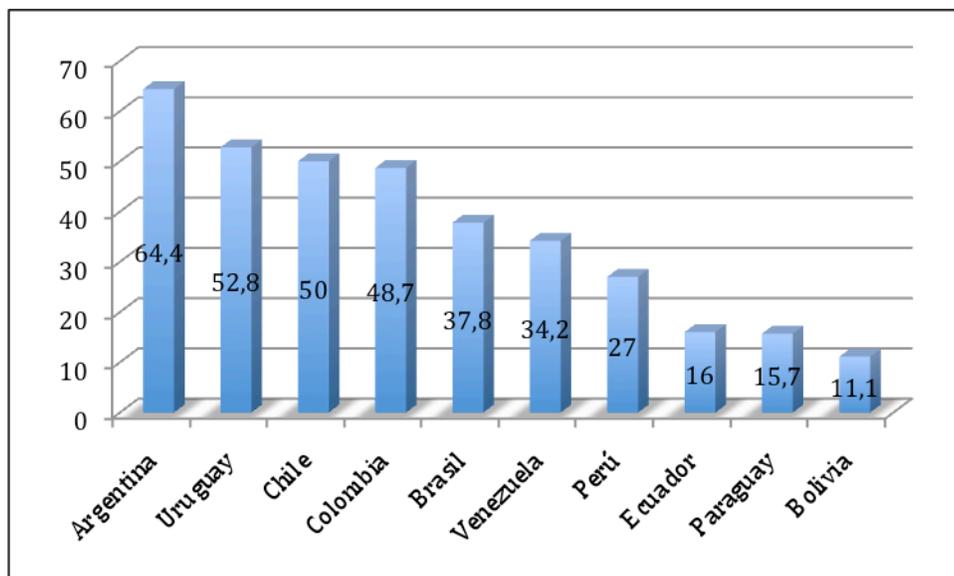
Esto nos clarifica mucho el panorama. Mientras en Norteamérica casi el setenta y ocho por ciento de sus habitantes tiene acceso a internet, en África ni siquiera el once por ciento pueden acceder a red mundial. Por su parte, América Latina tiene un panorama medio, con casi el treinta y cinco por ciento, pero que, sin embargo, está alejado de Asia, en donde más de la mitad de sus habitantes pueden acceder a esta poderosa herramienta posmoderna. De alguna manera, el panorama entre norte y sur del planeta se refleja por los niveles de penetración de internet.

Pero concentrémonos en nuestro continente. La misma fuente, *Internet World Stars*, nos indica que el crecimiento de Internet en América Latina durante los últimos diez años ha sido de un poco más del mil por ciento (1,032.8 %) Es decir, que las posibilidades de acceder a información diferente han crecido sustancialmente en los últimos diez años. Pero ahí nos surge nuevamente la pregunta:

*¿Las escuelas de comunicación del continente se han percatado de esta realidad? ¿Están preparando a sus futuros profesionales para trabajar de cara a esta nueva realidad?*

Antes de contestarlas veamos cómo van las cosas, comparativamente hablando, en el *Continente de la Esperanza*:

### Penetración de Internet en América Latina



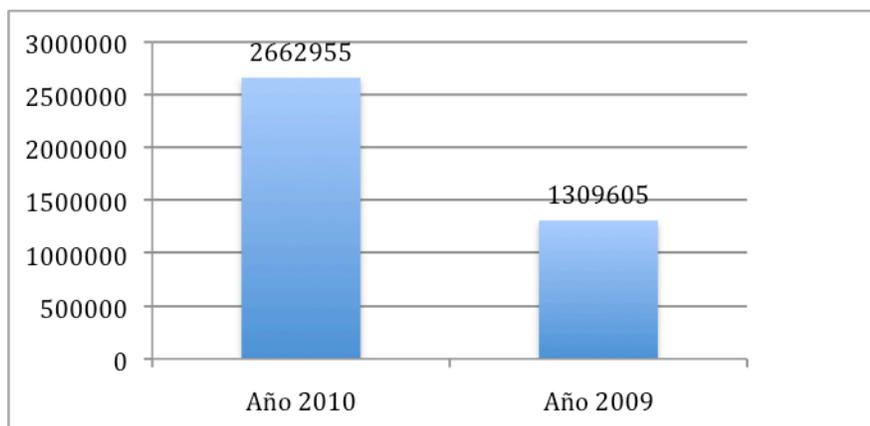
**Fuente:** Internet en el Ecuador 2010. **Elaboración:** Autora

Como se ve, América Latina es también un continente desigual. Si bien es cierto hay países que pueden ser comparable con la media europea.

En cuanto a la penetración de Internet hay otros, como Bolivia, que no superan la media africana. En el caso del Ecuador, está prácticamente un tercio por debajo de la media

latinoamericana. Esto pone sus “bemoles” a la idea de la masificación de los medios utilizando las tecnologías de la información y la comunicación. Sin embargo, evidentemente, crecerá y se democratizará cada vez más el acceso a la red. Esto se demuestra con las cifras del Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) que indica un crecimiento en el año un millón trescientos cincuenta y tres mil nuevos usuarios:

### Crecimiento de usuarios de Internet en Ecuador



Fuente: Internet en el Ecuador 2010<sup>52</sup>

Elaboración: Autora

Como vemos, las cosas están cambiando de manera acelerada en el Ecuador. Los medios de comunicación empiezan a jugar su futuro en nuevos escenarios para los que los periodistas del futuro deberán estar capacitados. Uno de estos escenarios son las redes sociales. Pensemos un poco sobre ellas.

---

<sup>52</sup> CARRIÓN G. Hugo. (2010) *Internet en Ecuador*. Op. Cit.

## 2.3 REDES SOCIALES EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

El catedrático de la Universidad Santiago de Compostela Francisco Campos Freire (2008) sostiene que “el rápido y exitoso debut en los dos o tres últimos años de las llamadas redes sociales ha encendido las alarmas en los medios de comunicación tradicionales. El nuevo fenómeno de las redes sociales suma audiencias millonarias, incrementa su publicidad, logra la personalización de los usuarios y rompe con algunas de las barreras de las viejas organizaciones mediáticas” (CAMPOS, 2008). Lastimosamente, las escuelas de comunicación social no responden con la misma velocidad que los medios. Que la universidad sea más reposada y se tome un tiempo para analizar los fenómenos se entiende, pero que no actúe sobre la realidad es inconcebible.

Pero tratemos de entender un poco lo que son las llamadas “*redes sociales*” en el contexto de la famosa “Web 2.0”. En primer lugar, la transformación de la internet en 2.0, no se da porque la tecnología haya cambiado radicalmente. Se produce porque la concepción de emisor-receptor se rompe de manera dramática. Con la Web 1.0, al igual que con los medios de comunicación tradicionales, existía un solo emisor (*Webmaster*) que tenía una función hermenéutica para traducir la realidad desde su particular percepción para el resto del mundo. Las nuevas formas de entender los medios, y especialmente los que están en red, nos lleva a que todos, como dijimos anteriormente, seamos al mismo tiempo emisores y receptores.

El nuevo paradigma se da a partir del desarrollo de la llamada “Ética Hacker” frente a la “Ética Protestante”, que describiera Max Weber<sup>53</sup>. Profundicemos sobre este tema que es fundamental. “En primer lugar la ética protestante y el espíritu del capitalismo incluyen la noción del trabajo como un deber”<sup>54</sup>. Como sabemos, “se trata de una obligación que se supone el individuo debe sentir y siente hacia el contenido de su actividad profesional, independientemente de cuál sea esta en concreto, sin importar si es producto de la utilización de sus capacidades personales, o sólo de sus posiciones materiales (como capital)” (WEBER, 1904)<sup>55</sup>. Para Himanen, “un segundo elemento de la ética protestante y del espíritu del capitalismo es la disciplina temporal” (HIMANEN, 2006)<sup>56</sup> y recuerda las palabras de Benjamín Franklin “el tiempo es dinero”, tiempo que debe estar sujeto a un determinado estilo de vida. El tercer elemento de esta ética, es el de las ganancias monetarias como fin en sí mismo.

Frente a esto se produjo, con la misma idea inicial de la *World Wide Web*, la llamada ética “hacker”, que no se refiere a la concepción de delincuentes informáticos, sino “a personas entusiastas de la programación que creen que compartir información es un bien positivo

---

<sup>53</sup> Cf. HIMANEN, Pekka. (2006). *La ética hacker como cultura de la era de la información*. Publicado en el libro *La Sociedad en Red : Una Visión Global* CASTELLS Manuel. Ed. Madrid. Alianza Editorial.

<sup>54</sup> Ibid

<sup>56</sup> HIMANEN, Pekka. (2006). Op. Cit.

poderoso” (HIMANEN, 2006). La nueva cultura rompe con el paradigma anterior porque, en primer lugar, no se trata de una *obligación* y comparte incluso el capital intelectual de los seres humanos. En segundo lugar, se desprende de la máxima que el tiempo es dinero porque al compartir precisamente no genera dinero, pero sí muchas posibilidades de contacto; y, finalmente, termina con la idea de las ganancias monetarias como fin en sí mismo y pone como finalidad la mera posibilidad de compartir.

En principio la idea sirvió para los desarrolladores de software. Con el tiempo se ha ido extendiendo hasta llegar a las llamadas redes sociales.

Aunque se ha teorizado sobre el hecho de que las redes sociales puedan ser caracterizadas por su *uso*, en la práctica se diferencian más bien por la *forma* en que se colocan los contenidos en ellas. Vamos al génesis de las redes. En el principio se empezó con los blogs, que son “un sitio Web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El nombre *bitácora* está basado en los cuadernos de bitácora, cuadernos de viaje que se utilizaban en los barcos para relatar el desarrollo del viaje y que se guardaban en la bitácora. Aunque el nombre se ha popularizado en los últimos años a raíz de su utilización en diferentes ámbitos, el cuaderno de trabajo o bitácora ha sido utilizado desde siempre”<sup>57</sup>.

Pero el problema de éstos es que son direcciones, generalmente bastante largas, que un usuario debe recordar, y digitar para acceder a la información. Frente a esto se piensa en la idea del *microblogging*, es decir, de textos mucho más cortos que uno puede colocar en un solo sitio Web al que se suscriben las personas. Con ello se evita que el usuario recuerde cientos de direcciones y que, al contrario, revise el pensamiento de mucha gente en un solo sitio. Con el pasar de los días (porque su evolución ha sido fantásticamente rápida y no ha requerido de años), estos sitios a los que la gente se *conecta* fueron ofreciendo otras posibilidades como las de generar enlaces con otros incluyendo blogs.

Entonces, las llamadas “*redes sociales*” no son otra cosa que sitios Web a los cuales uno debe suscribirse para tener acceso. Sin embargo, ofrecen la posibilidad de compartir, sólo con quien uno lo permita, la información que el usuario coloque en el sitio (*postee*).

Una vez que hemos, de alguna manera, hecho una aproximación a la definición de estas redes, volvamos al tema de forma y contenido. Decíamos que se diferencian más por la forma porque en realidad ninguna de ellas se especializa en contenidos propiamente dichos. Una prueba: *You Tube*, el famoso sitio de vídeos, que permite que se suban todo tipo de contenidos, menos pornográficos. El sitio es libre y la gente denuncia los abusos que se den en él. Puede llegar a realizar una clasificación de contenidos e incluso a permitir tener *canales* dentro del sitio, pero la red es abierta a todos los contenidos. Lo mismo sucede con *Slideshare*, que permite compartir presentaciones de *Power Point* sin discriminar su contenido; o con *Flicker*, sitio en el que uno puede subir cualquier clase de fotos.

---

<sup>57</sup> Información disponible en Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Blog> consultado el 28 de noviembre de 2010.

Es decir, todas las redes permiten subir contenidos de diferente forma sin importar su uso. Con todo, aún no se ha desarrollado ninguna red social cuya especialidad sea, por ejemplo, los informativos de televisión o las noticias de la prensa. Estos contenidos se pueden hallar por igual en redes como *facebook* o *twitter*.

Ahora bien, todos estos sitios no están libres de censura. Pero esta también ha cambiado de manos. En los medios de comunicación tradicionales la censura podía estar o en manos del propietario o del editor del medio de comunicación o simplemente en manos del gobierno y sus agencias. Una de las grandes ventajas de las redes sociales es que la censura se ejerce de manera colectiva. Uno es libre de colocar cualquier información pero cualquier otra persona está en la libertad de denunciar un abuso del sitio Web y con ello pedir que la información sea retirada de la página.

Pero los grandes medios lo entendieron rápidamente y se pusieron a trabajar para tener presencia de una determinada forma en las redes sociales. Por ejemplo, en Ecuador, de los grandes diarios nacionales, podemos encontrar en *Facebook* a diarios “El Comercio”, “El Universo” “Expreso” “La Hora” “Hoy” y al estatizado “El Telégrafo”. De igual forma, se encuentran todas las cadenas nacionales de televisión, con excepción de la estatizada “Gamavisión”.

Esto nos habla claramente de la importancia que tiene este tipo de redes. Sin embargo, aún no se ha trabajado en la formación periodística para estos medios. Hay cosas tan elementales que se descuidan como la misma ortografía. Aunque por otro lado, este tipo de redes están generando también su propio idioma que debería ser estudiado en el futuro. De todas maneras, dejemos planteadas algunas inquietudes:

- Se puede tener un manual de “redacción y estilo” para los medios en las redes sociales?
- Se puede pensar en una ética propia de los medios en las redes sociales?

Pero la cosa no queda aquí. Nuestra tradicional clasificación de medios “escritos”, “hablados” o “televisados” también cambia con la aparición de estas redes donde para comunicarse usan indistintamente estas tres tradicionales categorías. Ahora no es raro ver periódicos invitándonos a *ver* y *escuchar* una noticia, y tampoco debemos sorprendernos si alguna radio o estación de televisión nos invita a *leer* una determinada nota. Es decir, que los ámbitos de competencia también han cambiado. Hasta hace diez años, cada uno de estos sectores tenía su espacio perfectamente delimitado. Hoy en día una estación de televisión es competidora directa de un diario y este a su vez compite con la radio y, lo que es más serio, cualquier persona que posea un teléfono celular medianamente moderno puede convertirse en teórico competidor de los grandes medios de comunicación.

Y seguimos. Hasta hace una década la posibilidad de autorizar el funcionamiento de un nuevo medio de comunicación era exclusivamente del Estado. Hoy en día los gobiernos han perdido esa facultad. Nadie necesita pedir una autorización para emitir información en línea.

Otro factor extremadamente importante que ha cambiado con la llegada de las redes sociales

es el de la cobertura. Una década atrás sólo las grandes cadenas norteamericanas o las cadenas estatales europeas tenían a capacidad de tener una cobertura global. Hoy por hoy cualquier ciudadano conectado a la internet está en capacidad de cubrir con su información todo el planeta. El requisito es que la vuelva interesante.

Por otra parte, los medios perdieron la posibilidad de ser los únicos con capacidad para difundir. Ahora eso es otra posibilidad del ciudadano. Por ejemplo, en el campo musical, el ecuatoriano Delfín Quishpe logró llegar a la cadena MTV sin haber pasado por ningún medio nacional. Sólo tuvo que grabar su video, subirlo a *You Tube*, donde ha tenido con su canción “Torres Gemelas” más de seis millones cien mil reproducciones<sup>58</sup>. Con un presupuesto totalmente básico, según la revista colombiana Soho en la producción del vídeo se invirtió 1.500 dólares<sup>59</sup>; este joven cantante ha logrado imponerse a transnacionales multimillonarias. De alguna manera este fenómeno está obligando a repensar todo el escenario de la industria del entretenimiento.

Entonces, las facultades y escuelas de comunicación social deben preparar a su gente para entender fenómenos como:

La posibilidad de que todos somos emisores y receptores de información y comunicación

1. El hecho de que la censura ya no radica en el Estado, ni en los propietarios del medio, ni en sus editores, sino en la comunidad de la red social.
2. El idioma va cambiando con el avance de las nuevas redes o simplemente se trata de jergas que con adecuada reglamentación podrá ser controladas.
3. El Estado ya no tiene el poder que tenía en el pasado sobre los medios para permitir su funcionamiento.
4. La idea tradicional de medios y una determinada forma de llegar al público se ha roto. Hoy todos los medios pueden ser hablados, escritos o televisados ¡al mismo tiempo!
5. La cobertura global no es propiedad de las grandes cadenas privadas ni de los poderosos medios públicos sino de quien se lo proponga.
6. La difusión masiva dejó de ser propiedad exclusiva de los medios tradicionales de comunicación para caer en las manos de los cibernautas.

Pero todo esto no quiere decir que los medios estén perdidos y no tengan futuro. Al contrario, tienen una inmensa posibilidad porque las redes sociales carecen del proceso periodístico que otorga la credibilidad y la confianza a los medios tradicionales. No es lo mismo recibir información de una fuente que de otra. Por instinto clasificamos fuentes en *confiables* y generalmente estas son las que han desarrollado un determinado proceso para verificar su información y contrastar sus puntos de vista.

---

<sup>58</sup> Video disponible en Internet en: <http://www.youtube.com/watch?v=NecoBo0BhEk>. Acceso: 28/07/10.

<sup>59</sup> La notas se puede revisar en esta dirección: <http://www.soho.com.co/testimonio/articulo/el-coreografo-de-delfin-quishpe/9381>. Acceso: 11/07/10.

## Inmediatez y diversidad de fuentes

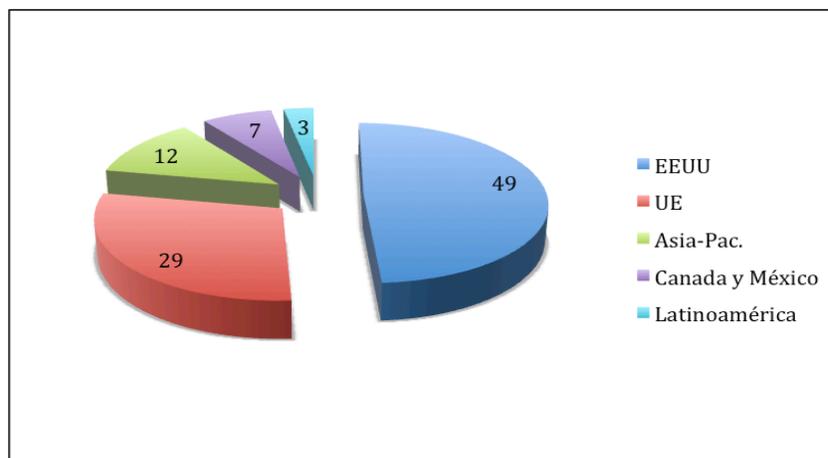
Los tiempos cambian y hay hechos puntuales que lo advierten con claridad. Así, cuando redactábamos este acápite, se produjo uno de los mayores “escándalos” mundiales desde una red social, Wikileaks. Esta red empieza a publicar cables enviados desde diferentes embajadas de Estados Unidos de Norteamérica aportados por no se sabe cuántos colaboradores anónimos sobre temas que pueden ser cruciales para la seguridad o permanencia de personas e instituciones. Esto nos da pie para plantearnos algunas interrogantes que deberán ser debatidas en el contexto de la formación de los nuevos comunicadores sociales.

Fue Ludwig Wittgenstein (1918) quien aseguró que *“todo aquello que puede ser dicho puede decirse con claridad: y de lo que no se puede hablar mejor es callarse”*<sup>60</sup>. Claro, lo decía en el entorno de la falta de lógica para plantear los problemas filosóficos; sin embargo, es una máxima que perfectamente puede ser aplicada para los comunicadores sociales del siglo XXI. La llegada de la denominada “Web 2.0” ha traído grandes ventajas y grandes retos para la comunicación de masas. Empecemos viendo las ventajas.

### a.- Inmediatez

Las redes sociales permiten, actualmente, conectarse desde casi cualquier teléfono celular y postear información con casi al mismo tiempo en que se producen los acontecimientos. Según Technorati<sup>61</sup>, el tres por ciento de todos los blogs que se generan en el mundo provienen de Latinoamérica, sin tomar en cuenta los que se producen en uno de sus países más grandes de la región: México.

Distribución del Blogs en el mundo



Fuente: Techorati. Elaboración: Autora

<sup>60</sup> WITTGENSTEIN, Ludwig. (1918). Tractatus Logico –Philosophicus. S/E. p. 11.

<sup>61</sup> Disponible en Internet en : <http://technorati.com/blogging/article/state-of-the-blogsphere-2010-introduction/> consultado el 2 de diciembre de 2010.

Por otra parte, el crecimiento de los usuarios de internet en Ecuador es impresionante. Según la Superintendencia de Telecomunicaciones, y como se refleja en el gráfico cuatro, nos enfrentamos a un crecimiento exponencial. Pero detengámonos a pensar un momento en el uso de esa conectividad. En un estudio realizado por la Nielsen Wire y difundido por la Social Video Marketing<sup>62</sup>, se asegura que el veinte y cinco por ciento (25%) del tiempo que los usuarios dedican a internet está dedicado a redes sociales y blogs; eso es un 66% más de tiempo que el año anterior. Según la misma fuente, a la red social *facebook* accede un 54% de los usuarios de internet.

Todos estos datos sólo nos sirven para afirmar nuestra creencia. La conectividad de las personas es cada vez mayor y con ello crece la posibilidad de que se conviertan en emisores de información de manera prácticamente inmediata.

Esto lo empiezan a entender muy bien los medios de comunicación y por ello la aplicación de renovadas estrategias, que están permitiendo su crecimiento en las redes sociales. Sin embargo, no ocurre lo mismo *formalmente* con las escuelas de comunicación social, aunque sus estudiantes tengan desarrollada ésta capacidad de manera *natural*. Pese a esto, los formadores de los nuevos comunicadores tienen un papel y responsabilidad moral importante para que el uso y la fidelidad de un comunicador no se pierdan.

## **b.- Diversidad de fuentes**

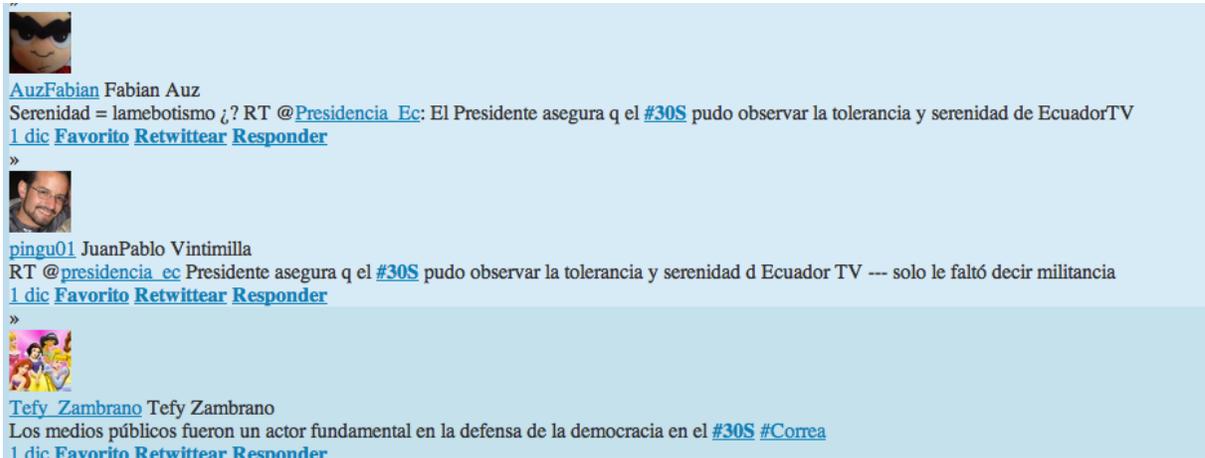
La segunda gran ventaja de las redes sociales, que va de la mano con la inmediatez de la información, es la diversidad de fuentes. Por ejemplo, en los recientes episodios del 30 de septiembre de 2010 ocurridos en Ecuador, donde un grupo de policías encarnó una “¿sublevación? ¿golpe de estado? ¿lucha salarial?”, el Estado tomó el control de los medios televisivos del país, pero la gente pudo seguir los acontecimientos desde redes sociales como *Twitter*. Esto ayudó a que los cibernautas se fueran formando su propia apreciación de la realidad, ante la acción de suspender los canales comerciales.

A manera de ensayo consultamos el 2 de diciembre la misma página, buscando el tópico “#30s” y como una forma de graficar nuestros dichos, en el tema de la imparcialidad de la televisión pública encontramos diversos enfoques. Por ejemplo, “Fabián Auz” acoge la versión del presidente de la República cuando anuncia que en la televisión pública se “pudo observar tolerancia y serenidad”. Por su lado, Juan Pablo Veintimilla asegura que se observó “militancia” respecto a las ideas del presidente. Tefy Zambrano también acoge los dichos del presidente y asevera que “los medios públicos fueron un actor fundamental en la defensa de la democracia”.

---

<sup>62</sup> Disponible en: <http://socialvideomarketing.es/facebook-tiene-una-cuota-de-mercado-del-54-de-la-poblacion-total-de-internet/2010/11/24/> . Acceso: 02/12/10.

## Diversidad de enfoques en twitter



Fuente: Twitter<sup>63</sup>

Es decir, que un mismo hecho nos proporciona diversidad de enfoques. Se puede decir que en los medios tradicionales esto también ocurre; sin embargo estos no pueden recoger todas las opiniones, sino es de manera agrupada y “reductiva”, con lo que se pierde gran parte de su riqueza. En cambio, las redes sociales recogen la opinión, válida o no, de una gran cantidad de actores e incluso de aquellas personas que realmente están viviendo un hecho noticioso.

Pero clarifiquemos un poco más el punto. Veamos cuál fue la percepción sobre el supuesto golpe de Estado de tres personas y lo que finalmente dijo la transnacional noticiosa CNN:



Elaboración: Autora

<sup>63</sup> Disponible en Internet en: <http://twitter.com/#!/search/%2330s> . Acceso: 02/12/10.

Para Loretolsa, se trataba de un claro intento por desestabilizar la democracia y pedía fervientemente que se defiendan el estado de derecho. Librepensador consideraba que era el propio Gobierno quien controlaba todo e incluso era capaz de cambiar los hechos para controlar la historia. Nopiedra, de su lado, percibía que era un gran espectáculo y que por ello se habían montado pantallas gigantes para recibir al presidente Correa frente al palacio de Gobierno en Quito. Finalmente, CNN decía que “había un muerto y varios heridos por la protesta policial generada por un malestar con sus pagos”. Nuevamente el problema hermenéutico que presentan las redes sociales es un reto para los comunicadores de esta parte del siglo XXI.

Nos referimos a un desafío para las escuelas de Comunicación Social, que tendrán que formar a sus estudiantes pensando en la diversidad de fuentes con las que seguramente se encontrarán a lo largo de su carrera profesional. Se puede considerar que siempre ha existido este problema en la vida periodística, y es verdad, pero nunca como ahora las fuentes son inmediatas y provienen desde las más diversas interpretaciones que sobre la realidad se puedan tener.

### **c.- Verificación**

Uno de los retos que plantean las nuevas redes a los medios “*tradicionales*” es la verificación de las fuentes. Si bien es cierto que la información puede provenir prácticamente en el momento en que se produce el hecho, y las fuentes pueden ser diversas, el gran reto está en verificar la veracidad de la información e interpretar tratando de apegarse a la verdad.

Pero, al parecer la falta de una teoría mejor, el mejor camino sigue siendo la contrastación de un hecho directamente en las fuentes. Es decir, que aunque todas las personas puedan darnos su personal interpretación de la realidad, los medios aún necesitan que un miembro de su equipo acuda al lugar de los hechos, contraste las fuentes, verifique lo acaecido, como fundamento periodístico elemental.

Wittgenstein (1918) sostenía que:

- El mundo es todo lo que acaece.
- El mundo es la totalidad de los hechos, no de las cosas.
- El mundo está determinado por los hechos y por ser *todos* los hechos.
- Porque la totalidad de los hechos determina lo que acaece y también lo que no acaece.
- Los hechos en el espacio lógico son el mundo<sup>64</sup>

Entonces, los nuevos comunicadores sociales deberán ser más agudos que sus antecesores para contrastar fuentes informativas, pero tendrán una ventaja sustancial sobre sus predecesores: la posibilidad de tener diferentes percepciones de la realidad hechas desde diferentes ópticas y con distintos criterios. Volvamos al ejemplo del 30 de septiembre para graficar esto. Loretolsa es una chilena cuya vida se tuvo que realizar en Ecuador cuando su padre se exiló a causa del golpe militar contra Salvador Allende. Librepensador es un lojano

de clase media alta con una fuerte percepción antigubernamental. Nopiedra es un profesional de clase media con muy buenas posibilidades de conectividad electrónica. A lo mejor estas tres vertientes son las que influyen en su lectura de los hechos y con ello en su interpretación de la realidad.

Por tanto, lejos de desaparecer la figura del reportero, seguramente salga muy fortalecida con el uso masivo de las redes sociales pues como hemos sostenido la única posibilidad de acercarse a la verdad sigue siendo por el camino viejo: contrastando y acercándose directamente a las fuentes. Claro que eso también se facilita con las nuevas tecnologías, pero eso es tema para otra discusión.

Claro, siempre estarán las sabias palabras de Ortega y Gasset (2006): “si quiere usted ver bien su época, mírela usted desde lejos” Pero, parece que nuestra misma naturaleza no permite que nos alejemos en todo momento lo suficiente en el tiempo para juzgar las cosas. Es como si nuestra memoria fuera cada vez más frágil y nos obligara a producir juicios de valor prácticamente el mismo momento en que ocurren las cosas. Por ello otra capacidad que deberán tener los nuevos comunicadores sociales es tener un pensamiento crítico fuerte bien formado.

Siguiendo a Silvio Funtowicz, la comunicación social se vuelve con estos antecedentes algo parecido a una ciencia “pos normal” al tener “una pluralidad de perspectivas legítimas”( FUNTOWICZ, 2002)<sup>65</sup>.

Los problemas comunicacionales que se enfrentan con las redes sociales contienen un alto grado de complejidad, si “los sistemas complejos son distinguidos como aquellos que no pueden ser captados por una perspectiva única”<sup>66</sup>. Entonces, siguiendo la misma lógica de Funtowicz, los problemas complejos no pueden ser resueltos de manera simple. Los problemas complejos exigen pensarse de manera compleja. Y esa debe ser una de las capacidades de los nuevos comunicadores sociales.

Entonces, resumiendo, los nuevos comunicadores también están obligados a:

- Hablar sobre aquello que se sabe
- Verificar con la fuente
- Contrastar fuentes
- Tener pensamiento crítico – discerniente
- Pensar de manera compleja.

---

<sup>65</sup> Funtowicz Silvio. (2002). Ciencia post normal, complejidad reflexiva y sustentabilidad. Publicado en *La Complejidad Ambiental* LEEF, Enrique (coord.). Editorial Siglo Veintiuno. Madrid. p. 60.

<sup>66</sup> Ibid. p. 61

## 2.4 LAS PERSPECTIVAS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LA FORMACIÓN DE PERIODISTAS COMUNICADORES SOCIALES

En el transcurso de este capítulo planteamos algunas competencias que desde nuestro análisis y estudio debería tener el comunicador social o el periodista de inicios de la vigésima primera centuria.

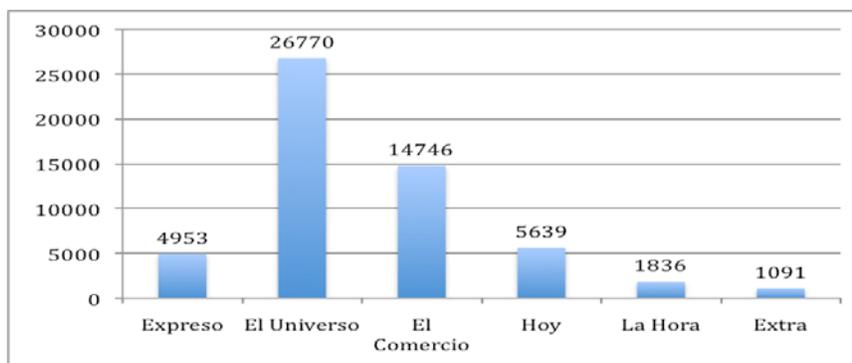
Resulta interesante también ver cómo evolucionan los medios de cara a este informatizado siglo, puesto que los medios son una de las principales fuentes de empleo tradicional de los futuros comunicadores sociales, por lo cual, creemos de vital importancia conocer cuales es su destino en relación al uso de estas nuevas plataformas tecnológicas.

### 2.4.1 Los nuevos medios

Anteriormente decíamos que los medios tradicionales “han desaparecido”, en cuanto a su concepción original. Un periódico, señalábamos, está en la obligación de emitir video y un canal de televisión debe aportar texto escrito para su *ciberaudiencia*<sup>67</sup>, a la que entendemos como la posible cantidad de seguidores en torno a una red social. Hoy por hoy, el número de seguidores y de personas que vuelvan a postear lo que un medio de comunicación señala, es una forma de medir la popularidad de un medio de comunicación social.

Ilustremos lo dicho, veamos lo que pasa en twitter que, de alguna manera, puede ser un referente interesante. Tomemos el hecho del número de seguidores, comparando los seis medios escritos más importantes del Ecuador, según su número de seguidores en esta red social<sup>68</sup>

**Seguidores de diarios nacionales en twitter**

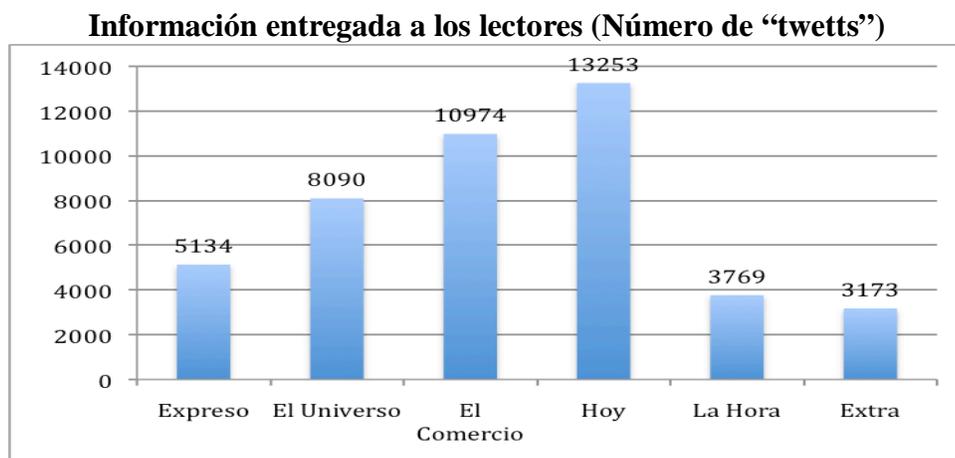


**Fuente:** Twitter. **Elaboración:** Autora

<sup>67</sup> Empezamos a desarrollar el concepto de Ciberaudiencia, entendiendo la palabra como número de seguidores de un medio de comunicación (o de una persona) en una determinada red social. Lo ejemplificamos con los seis periódicos más importantes del Ecuador y su seguidores en Twitter.

<sup>68</sup> Toda la información de este acápite proviene de [www.twitter.com](http://www.twitter.com) y fue consultada el 7 de febrero de 2011.

Como se puede apreciar, diario El Universo sigue siendo el diario más popular en esta red social, aunque en papel el de mayor tiraje es diario Extra. Esto puede relacionarse con los niveles de penetración de internet y el tipo de lectores de los medios. Mientras Extra es más bien un diario centrado en crónica roja y de circulación en los estratos bajos de la sociedad, El Universo es un medio considerado “serio” y cuya circulación está más bien en los estratos medios y altos de la sociedad. Sin embargo, aquí hay material para toda una tesis. Ahora bien, podemos indagar un poco más sobre la presencia de los medios en esta red social. Veamos cuanta información entregan a sus lectores a través de esta red social:

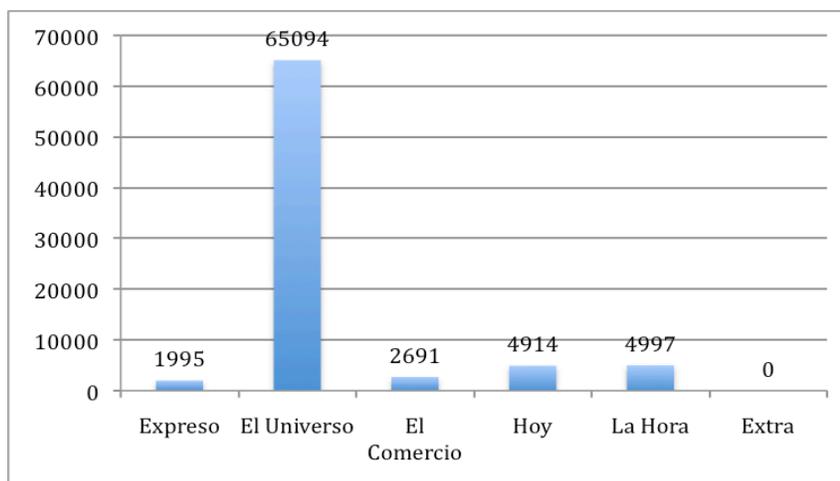


Fuente: Twitter Elaboración: Autora

Claramente podemos apreciar que no hay una relación directa entre la cantidad de información que se entrega a los lectores y el número de seguidores en la red. Hoy es el tercero por número de seguidores, pero tiene un 38,95% más de *twetts* a disposición de sus lectores. Sin embargo, El Universo tiene 78,93% más seguidores que el periódico capitalino. Es decir, que, posiblemente, todavía los lectores en la red están influidos por ciertos atavismos mediáticos.

Todo esto sólo nos habla de números pero no puede decirnos nada sobre la calidad de los materiales que los medios ponen en la red y los niveles de credibilidad de los lectores, peor aun de la calidad del periodismo. A lo mejor estos son otros dos factores para los seguidores de los medios. Bien, pero esta no es la única red social en la que aparecen. Veamos qué pasa en *facebook* con estos seis mismos medios de comunicación.

## Participación de medios de comunicación en facebook



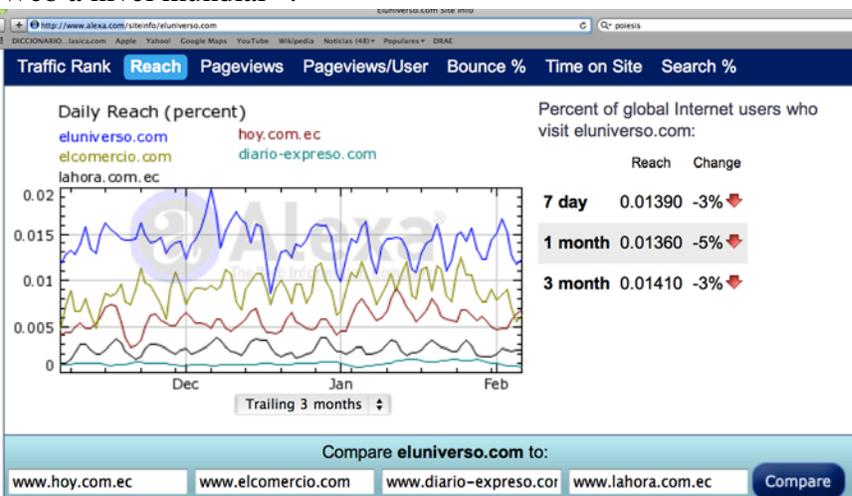
**Amigos en Facebook**

Fuente: Facebook Elaboración: Autora

En esta red social diario El Universo se dispara a sesenta y cinco mil amigos, seguido por diario La Hora, que no llega a ser ni el diez por ciento del diario guayaquileño.

Sin embargo esta es solamente un parte de lo que podríamos llamar “periodismo digital”, pero que en realidad se trata de “micro periodismo”, pues en el caso de *Twitter* la red social sólo permite hasta 140 caracteres. Esto exige una buena capacidad de síntesis para quienes administran esta parte del diario. En estos 140 caracteres deben estar incluidos los del enlace con la Web del medio.

Las redes sociales son un enganche para que el lector llegue a la hoja Web del medio de comunicación. Ahora analicemos como están las visitas a las versiones electrónicas de estos mismos periódicos, con excepción de diario Extra, por ser el de menor número de visitas en *Twitter* y *Facebook* y porque *Alexa* sólo permite comparar cuatro sitios a la vez. *Alexa* es una herramienta virtual que permite comparar el número de visitantes de diferentes hojas Web a nivel mundial<sup>69</sup>.



Fuente: Alexa Elaboración: Alexa

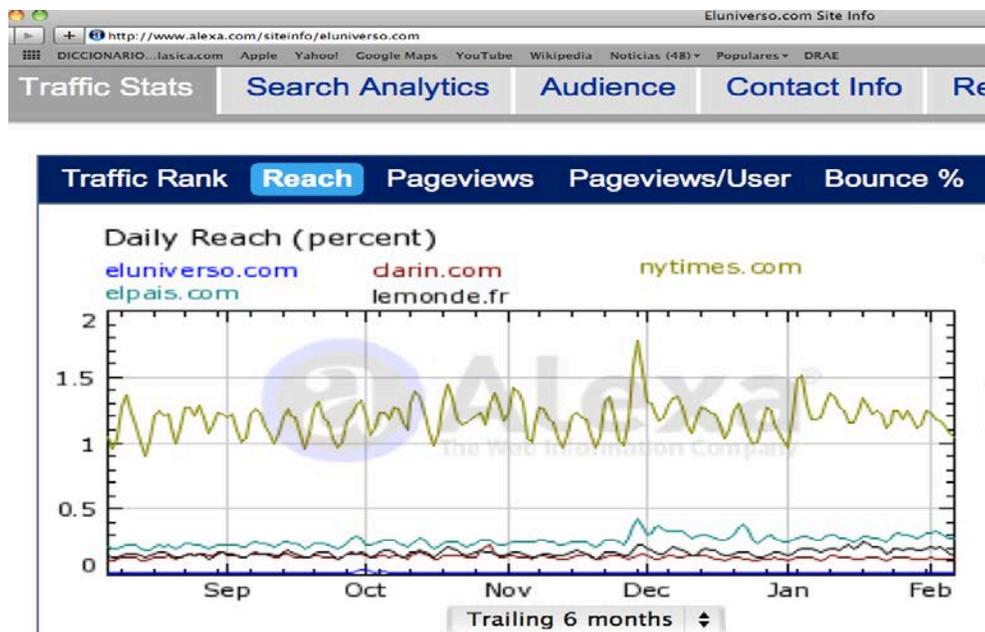
<sup>69</sup> La información está disponible en: <http://www.alexa.com>, para la comparación es necesario sólo digitar la dirección Web de los sitios. Lastimosamente sólo permite comparación entre cuatro direcciones electrónicas.

Como vemos, el sitio Web del Universo ([www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)) sigue siendo el más visitado de los diarios nacionales, pero su influencia mundial es muy pequeña: en promedio sólo el 0,015% del total mundial de usuarios de Internet visitan esta página.

Esto nos permite otra reflexión. La competencia de los medios de comunicación empieza a no circunscribirse únicamente a su ciudad y país de origen, sino que empieza a ser mundial. Un “ciberlector”, “cibervidente” o “ciberoyente” no necesariamente irá a un medio de su localidad. Por tanto, la comparación debe ser mundial y el pensamiento de los nuevos “ciberperiodistas” debe ser global o, al menos, contemplar esta perspectiva, aunque su trabajo sea local.

Hagamos el mismo ejercicio con *Alexa*, pero esta vez basados en los diarios El Universo de Ecuador, El País de MADRID España, *The New York Times* de Estados Unidos de Norteamérica y *Le Monde* de Francia y El Clarín de Argentina, considerados como diarios de referencia en cada uno de los países.

### Diario El Universo en relación a diarios de circulación mundial



Fuente: *Alexa* Elaboración: *Alexa*

Como vemos, *The New York Times* duplica el número de visitantes mundiales con referencia los otros diarios. Le sigue El País y a continuación *Le Monde*, que está ligeramente por encima de El Clarín. Sin embargo, el número de visitantes promedio del periódico norteamericano no supera el 1,25% del total de visitantes mundiales. Esto nos lleva a una reflexión: La influencia mundial de estos periódicos no se ve reflejada por los visitantes que tienen sus sitios Web.

Por otra parte, si vemos con detenimiento la gráfica, observaremos que las tendencias son

más bien a mantenerse y no a crecer como sería de esperar en un mundo que cada vez está más conectado. He aquí un fenómeno para pensar: ¿decrecen los lectores de periódicos tanto en papel como virtuales? ¿Los nuevos medios y posibilidades están afectando a los “tradicionales” medios? Por no ser tema de esta tesis, simplemente dejamos planteadas las interrogantes.

Ahora bien, como habíamos dicho, los “cibermedios” son una mezcla de audio, televisión y texto. Desde esa perspectiva resulta interesante compararlos con Alexa. En la siguiente gráfica hacemos una comparación entre la cadena noticiosa CNN, *The New York Times* y la BBC de Londres.



Fuente: Alexa Elaboración: Autora

Como vemos, el impacto de BBC, medido por el número de visitantes de su hoja Web es mayor que el de la cadena y periódico norteamericano. Sin embargo, todo esto sólo pretendía ilustrar un poco como está cambiando la realidad de los medios y esgrimir razones sobre las nuevas competencias que deben tener los comunicadores sociales de cara al siglo XXI. De este análisis podemos colegir que los nuevos comunicadores requieren:

- Capacidad de síntesis
- Buen manejo de tecnología
- Pensamiento basado en una sociedad globalizada
- Formarse integralmente y no sólo con perspectivas de un medio tradicional.

## 2.4.2 Las nuevas fuentes

Como hemos visto, a lo largo del capítulo, el destinatario de un medio de información posee una gran variedad de opciones gracias a las nuevas tecnologías. De igual manera, el periodista. La información ahora está disponible desde las más diversas perspectivas. “*Una forma avanzada de periodismo es la que enfatiza en la conectividad pública y la apertura al exterior para conseguir un periodismo más dialogante, que no es exclusivo de la red, pero que en este entorno dispone de especiales facilidades para su realización*”<sup>70</sup>. (LÓPEZ, 2011). Es decir, se cuenta con las fuentes tradicionales de información, pero, además, tenemos todas las nuevas posibilidades que nos ofrece la red mundial.

Un caso que debería ser susceptible de analizar es Wikileaks: una red mundial construida por cientos de actores anónimos que se dedica a hacer pública información de gobiernos y grandes empresas y que la filtra a la prensa para su difusión. Según su hoja Web<sup>71</sup>, proveen materia de importancia ética, política y social que no podría salir a la luz por las injusticias de la censura. El tema está a debate y abre nuevas vías. Sin embargo, en lo que nos ocupa, lo interesante es que se conforma una red mundial de informantes anónimos con un fin determinado. Es decir, las redes sociales ofrecen la posibilidad de trabajo colaborativo como fuentes de información.

La red nos ofrece una posibilidad muy grande de fuentes alternativas. Sin embargo, siempre estará presente el problema de creencia en la fuente. Se requiere que, como dice Fernando Rielo, tengamos un cierto *criterio de credibilidad* sobre la fuente de la que estamos obteniendo información, y que viene dado básicamente desde tres perspectivas.

La información: el hecho de que la información haya sido publicada, y por tanto atestiguada por alguien nos da un indicio de que puede ser verdadera. Es decir, si proviene de una persona con nombre y apellido concreto, tenemos mayor posibilidad de que la información sea real.

La posibilidad de comprobar: Una buena fuente debe dejarnos la posibilidad de que sus dichos sean evidenciados. Vamos a ejemplificar esto. En *twitter* se debe poner la información en no más de ciento cuarenta caracteres. En este espacio, se puede o no dejar escrita la dirección electrónica de la que se toma la información. El lector tiene dos opciones: creer en lo que el *twitterero* ha citado o ir a la fuente y verificarlo, proceso que no es del todo habitual.

Matemático: El tercer camino puede ser de carácter estadístico. Cuando un hecho de importancia sucede, es muy probable que se produzcan varios *tweets* sobre eso. Por ejemplo, en el caso de Mubarak en Egipto, cuando las manifestaciones en la Plaza eran gigantescas, esto se evidenciaba por la cantidad de *tweet* que se ponían al respecto. Es decir, muchas personas ven un hecho y lo informan y lo comentan a través de sus cuentas, pero esto también forma parte de las rutinas del periodismo tradicional.

---

<sup>70</sup> López Xosé. (2011). “*La Metamorfosis del periodismo*” Universidad Técnica Particular de Loja. Loja. P 141

<sup>71</sup> Desde que se hiciera público el escándalo de los “*cablegates*” el sitio ha sido forzado a cambiar de dirección y servidores. Esta consulta se hizo en la hoja: <http://213.251.145.96/> el 10 de febrero de 2011 a las 13h30, hora de Ecuador.

## 2.4.3 El nuevo lector

Evidentemente el perfil del lector ha cambiado. Existe diferencia entre los “emigrantes” y los “nativos” digitales. Los hábitos de lectura también han cambiado. El nuevo lector es mucho más inmediatista y no gusta de los textos largos. Vamos a fundamentar esto. Para ello recurriremos nuevamente a la herramienta *Alexa*.

Vamos a comparar el número de usuarios en *twitter* de la BBC frente al número de visitas de su sitio web.



Fuente: *Alexa* Elaboración: Autora

Mientras los sitios Web de CNN y BBC no superan el dos por ciento del total de *ciberanautas*, *twitter* se aproxima al 10% del total mundial de personas en la red. Es decir, la gente empieza a buscar, como dice la BBC en su versión en esta red social, “mensajes cortos y actualizados”<sup>72</sup> que leer, ver o escuchar una versión completa en un medio. Esto no implica que no tengan la posibilidad de verla.

Es evidente la necesidad de que los nuevos comunicadores sociales tengan una buena capacidad de síntesis y un adecuado manejo tecnológico.

La presencia de la tecnología en los medios debe llevarnos a lo que Martín Barbero, llama *mediaciones culturales*, caso contrario el consumidor de información será sometido a un laberinto sin salidas claras e inútiles, remarcando aun más la desprofesionalización del periodismo.

Cabe entonces preguntarnos ¿Dónde está la sabiduría que se nos ha perdido en conocimiento? ¿Dónde está el conocimiento que se nos ha perdido en información?” (ELLIOT, 1934)

<sup>72</sup> Cf. <http://twitter.com/bbc>. Acceso:10/02/11.

Desde la visión de Barbero el comunicador tiene en primer lugar y sobre todas las cosas una clara conciencia de su oficio: «Mediador será entonces el comunicador que se tome en serio esa palabra, pues comunicar, -pese a todo lo que afirmen los manuales y los habitantes de la postmodernidad,- ha sido y sigue siendo algo más difícil y largo que informar; es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros, y ello en «doble sentido»: les reconozcan el derecho a vivir y pensar diferentemente, y se reconozcan como hombres en esa diferencia. Eso es lo que significa y lo que implica pensar la comunicación desde la cultura» (BAREBERO, 1990)

Hay ahora mismo tanta información en la red que se habla de procesos de intoxicación informativa, pero también hay cientos de experiencias de aprendizajes y cooperación en la red, que llenan de optimismo el horizonte.

Basta recordar el caso conocido como “Desafío de Goldcorp”<sup>73</sup> que pidió públicamente métodos y estimaciones para encontrar oro, ahorrando tiempo y dinero a la empresa, aumentando de manera exponencial evidencias de donde se podría encontrar nuevos depósitos de oro.

La sola publicación en la red de información técnica y confidencial hizo que cientos de personas de todo el mundo trabajen en un mismo objetivo, encontrar nuevos yacimientos. (...) las empresas no pueden colaborar con eficacia si mantienen oculta todas su propiedad intelectual. Contribuir a la propiedad común no es altruismo, a menudo suele ser la mejor manera de construir ecosistemas empresariales activos que utilizan una base tecnológica y saber compartidos para acelerar el crecimiento y la innovación (TASPCOTT, 2007)

El proceso de intermediación tecnológica tiene muchos aciertos pero también algunos desaciertos, que nos están llevando a anular la posibilidad de vernos, tocarnos como parte del proceso básico de la comunicación interpersonal – física- que valida nuestra condición de seres humanos.

En conclusión, hemos llegado a un exceso de imágenes, un exceso de individualismo y un exceso de información, cuya salida es aún incierta, como incierto es también es futuro del periodismo. “*No hay periodistas a secas o periodistas digitales. [...] todo lo que producen*

*es propiedad intelectual, no importa en qué medio se publique*” (BULLÓN, 1999), lo que realmente importa es la calidad y la conciencia ética del ejercicio.

“El exceso de información nos da la sensación que la historia se acelera. Cada día somos informados de lo que pasa en el mundo. Naturalmente esta información siempre es parcial y quizá tendenciosa: pero, junto a la evidencia de que un acontecimiento lejano puede tener consecuencias para nosotros, nos refuerza cada día el sentimiento de estar dentro de la historia, o más exactamente, de tenerla pisándonos los talones, para volver a ser alcanzados por ella durante el noticiario de las ocho o durante las noticias de la mañana” (AUGE, 2007) .

La cercanía al hecho nos ha llevado a vivir en palabras del mismo Augé en los no-lugares,

---

<sup>73</sup> Goldcorp Inc, es una empresa minera radicada en Toronto, que tomó la decisión que colocar en la red toda la información tomando como referencia los protocolos de información de Linus Torvalds

como espacios comunes para el desencuentro. Los centros comerciales no son sitios de relación, sino por el contrario son espacios de exhibición únicamente.

Una revolución de múltiples transformaciones que se evidencian en la comercialización y demanda masiva de ordenadores y con ello la expansión del imperio de Bill Gates, y de la expansión de la internet, y una serie de cambios fundamentales en la educación, que partieron del reconocimiento y certeza de que, como lo afirmó en su momento J. Martín Barbero :

*“la escuela ya no es la depositaria privilegiada del saber,  
o al menos no lo es del saber socialmente relevante”.*

“ No debemos olvidar que el éxito de cualquier medio de comunicación está relacionado con el tiempo, pero va a ser la credibilidad la que va a permitir la supervivencia y el éxito de unos periódicos digitales frente a otros” (PINTO, 2001), por lo cual es emergente trabajar en esta línea.

Este escenario mediado por la tecnología, plantea por sí solo una independencia del periodista y los intereses de la empresa periodística en particular, y la obliga a un procesos de auto preparación contante, que una tarea implícita de su profesión.

Vuelvo a citar a Ma. Pinto Lobo, que sostiene que el rol de periodista se amplía a distribuidor de información y/o proveedor de contenidos. No se dedica de forma exclusiva a generar mensajes periodísticos sino que también orienta a los usuarios sobre los recursos existentes en la red (PINTO, 2001), con lo cual su profesión tiene un verdadero sentido y se constituye por naturaleza en un servicio social.

## **2.5 EL ESTADO DEL ARTE EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIAL/ PERIODISTAS EN EL ECUADOR**

La sola presencia de la red ha cambiado los roles función papel trabajo, de los comunicadores y de las comunicaciones en general, con frecuencia hablamos de un cambio de paradigma<sup>74</sup> entre otros, miran el proceso como un cambio total, marcado por: desintermediación, hipertextualidad y la abundancia de información, pero también la ruptura de privacidad y el inicio de nuevos conceptos de seguridad.

“El final del siglo XX situó las escuelas, y la enseñanza en general, ante un nuevo escenario tecnológico: repleto de satélites de comunicación, de fibra óptica, de información digitalización, de ordenadores personales cada vez más potentes, de realidad virtual” (PEREZ, 2000), lo está provocando un cambio lento aún en las prácticas profesionales en las escuelas de comunicación, así como en las mallas curriculares.

Hay un evidente cambio entre los autores y generadores de noticia. “La venerable profesión del periodismo se encuentra en un raro momento de la historia donde, por primera vez, su hegemonía como guardián de las noticias es amenazada no solo por la tecnología y los nuevos competidores, sino, potencialmente, por la audiencia a la que sirve” (BOWMAN, 2003) .

Veamos un poco el estado de arte de la formación de comunicadores en el Ecuador, como el escenario más próximo de esta investigación. Para ello comparemos los planes académicos de la Universidad Técnica Particular de Loja, de la Pontificia Universidad Católica de Quito, la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Nacional de Loja. Como se podrá ver hemos tomado como referencia a dos de las universidades que han sido tomadas dentro de nuestro estudio de caso. La primera evidencia para determinar qué se enseña y como se están enseñando, es hacer un análisis detallado de la malla curricular.

### **¿Qué se enseña en las escuelas y facultades de comunicación del Ecuador**

#### **Currículo**

Empecemos por casa. La escuela de Comunicación Social de la UTPL en su modalidad presencial propone la siguiente malla<sup>75</sup>:

---

<sup>74</sup> Cfr. CASTELLS, 2001; ORIHUELA, 2003; FLICHY, 2003.

<sup>75</sup> Disponible en Internet en: <http://www.utpl.edu.ec/utpl/comunicacionsocialmalla> consultado el 10 de febrero de 2011.

## Plan de estudios de la carrera de Comunicación Social UTPL

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL									
UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA									
MALLA CURRICULAR ECTS									
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - Mod. Presencial.									
LOJA, 15 de enero 2010									
Semestre	Asignaturas						Total de créditos	Total de Asignaturas	
8	Optim. Póliza Sc	Comunicación Organizacional Sc	Legislación Sc			GP 4.2 PROYECTO F.C. 13cr	28		4
7	Administración de Medios Sc	Ética Periodística Sc	Marketing Sc	Investigación Sociológica Sc	Libre Configuración Sc	GP 4.1 F.C. 12cr	37	C	5
6	Periodismo de Investigación Sc	Cine Sc	Periodismo Digital Sc	Liderazgo y Desarrollo de la Inteligencia 4cr	Libre Configuración 4cr	Complementaria Sc	GP 3.2 Sc	r	5
5	Relaciones Públicas Sc	Diseño Gráfico Sc	Publicidad Sc	Desarrollo Espiritual III 4cr	Libre Configuración 4cr	Complementaria Sc	GP 3.1 Sc	e	6
4	Televisión Sc	Estadística Sc	Teoría de la Comunicación Sc	Desarrollo Espiritual II 4cr	Libre Configuración Sc	Inglés IV 4cr	GP 2.2 4cr	i	6
3	Radio Sc	Teoría de la Imagen Sc	Sociología 4cr	Estilo y Redacción Sc	Libre Configuración Sc	Inglés III 4cr	GP 2.1 4cr	o	6
2	Medios Impresos Sc	Lingüística Sc	Géneros Periodísticos Sc	Expresión Oral y Escrita 4cr	Realidad Nacional 4cr	Inglés II 4cr	GP 1.2 4cr	s	6
1	Introducción a la Comunicación Sc	Literatura Sc	Historia de la Comunicación 4cr	Computación 4cr	Desarrollo Espiritual I 4cr	Inglés I 4cr	GP 1.1 4cr		6
							285		44

Bloques de Materias	Identificación	Suma de Créditos	
Troncales 35 %		89	Créditos
Genéricas 15%		38	
Libre Configuración 9%		23	
Formación Básica 11%		28	
Complementarias 10%		26	
Gestión Productiva 20 %		51	

Un 35 % corresponde a materias denominadas “troncales” entre las que destacan: medios impresos, radio, televisión, relaciones públicas, periodismo de investigación, entre otras y se tiene una materia que otorga cinco créditos llamada “Periodismo digital” cuyo objetivo general es: “Producir contenidos periodísticos en formatos multimedia (texto, audio, video o fotografías) en sus propios sitios periodísticos vinculados a empresas de comunicación. El estudiante deberá ser capaz de interactuar con el público, como parte de una responsabilidad compartida en la formación de inteligencias colectivas o redes sociales”<sup>76</sup>. Es decir se está trabajando en el tema que nos ocupa.

Si revisamos el plan de clases se evidencia como un requisito la consolidación de un blog sobre una arista específica del periodismo: Los temas más recurrente de los blogs son: periodismo en Ecuador, la televisión en el país, farándula y periodismo, entre otros.

Veamos ahora qué pasa en la Universidad Central del Ecuador. En el plan de formación que se imparte en la Facultad de Comunicación Social<sup>77</sup> no se contempla ninguna materia relacionada con las nuevas tecnologías.

<sup>76</sup> La información ha sido tomada del documento: “Plan docente de Materia preparado por las profesoras: Catalina Mier Sanmartín, profesora principal, y Gabriela Coronel, profesora de apoyo. Reposa en la Secretaría de la Escuela de Comunicación Social de la UTPL.

<sup>77</sup> Información disponible en Internet en: <http://www.uce.edu.ec/carreras.php?facscarr=76&facsc=6&fac=6&FN=Comunicaci%F3n%20Social&EN=&CN=Periodismo> consultada el 10 de febrero de 2011

Se establecen seis talleres optativos en los que, asumimos, se podrían tocar materias de tipo tecnológico y que enfrenten al estudiante con la cambiante realidad de los medios de comunicación. El decano de dicha facultad justifica esta ausencia por problemas relacionados con el presupuesto y el elevado número de estudiantes que acude a las aulas universitarias.

En cuanto a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, su carrera de Comunicación Social, con mención en Periodismo para Prensa Radio y TV<sup>78</sup>, contempla la materia de “Nuevas Tecnologías de la Comunicación” en el primer semestre que oferta sólo tres créditos “teóricos” y ningún crédito “práctico”.

En la Universidad Nacional de Loja se ofrecen dos módulos obligatorios para los estudiantes sobre “Comunicación electrónica” con 31,25 créditos cada uno, pero que están enfocados a radio y televisión. No se hace ninguna mención de medios digitales<sup>79</sup>, aunque algunos elementos de la producción se han digitalizado, y la universidad cuenta con una radio automatizada.

Este breve sondeo por cuatro importantes carreras de comunicación social en el Ecuador nos permite colegir que la universidad ecuatoriana aún no le da mucha importancia a la formación de sus comunicadores sociales de cara al uso de las nuevas tecnologías y los famosos “*cibermedios*”

### **Formación empírica**

Existe un largo debate universitario sobre el tipo de formación de los nuevos profesionales. Mucho se ha insistido en la necesidad de formar académica y empíricamente a quienes van a ejercer una profesión.

El más reciente avance en este sentido viene dado de la mano del proceso de Bolonia que propone el paradigma de formar por competencias, entendiéndose éstas como aquellas capacidades elementales que un estudiante debe tener al culminar con su proceso de formación universitaria. Esto no necesariamente es un fenómeno mundial. En este acápite trataremos de ver que clase de modelos son los que se aplican en el Ecuador.

### **¿Cómo se enseña en las escuelas y facultades de comunicación del Ecuador?**

Durante todo el capítulo hemos insistido en la creciente importancia que las nuevas tecnologías, principalmente la idea de la Web 2.0 y las redes sociales, va teniendo en el mundo de las comunicaciones. La mejor forma de entender una red social, si se nos permite el criterio, es estando en ella. Sin embargo, tenemos la impresión, a partir de la revisión

---

<sup>78</sup> Información disponible en Internet en: <http://www.puce.edu.ec/index.php?pagina=plancarreraC03> . Acceso: 10 /02/11

<sup>79</sup> Información disponible en Internet en: <http://www.unl.edu.ec/educativa/oferta-academica/carreras-de-pregrado/carrera-aa/> . Acceso: 10 /02/11

curricular trabajada, que las escuelas de comunicación social no le prestan la importancia debida.

La formación de periodistas capacitados para trabajar en la red, asoma como una preocupación constante a partir de los años 90, cuando la presencia de los ordenadores y de la red, produjo una serie de cambios sustanciales a nivel de la industria mediática, provocando lo que hoy conocemos como convergencia, estimulada en gran medida por Estados Unidos. “Nos movemos en un periodismo de dos direcciones” (BROWN, 2005).

Dentro del ámbito universitario, la necesidad y emergencia formativa de comunicadores y periodistas en relación a las nuevas tecnologías, asoma en la Declaración de Praga (2001), muchos de los cuales fueron retomados dentro de la propuesta de Bolonia, donde se expresa de manera puntual la necesidad de fomentar el uso de dichas nuevas tecnologías en el Espacio Europeo de Educación Superior ( EEES).<sup>80</sup>

Hay que partir de una premisa básica, el periodismo en red o caber periodismo se realiza sobre un plataforma virtual en constante evolución, y como tal, sin estructura definida, cuyo crecimiento aún no se ha completado.

Michael Cobden de la *University of King's College, Halifax* – Canadá, que estuviera de visita por Ecuador, a finales del julio del 2011, habló sobre los desafíos que enfrentan los periodistas y quienes enseñan periodismo. Algunos de estos desafíos-dijo- provienen del contexto político y cultural, pero también de los cambios tecnológicos que han impuesto nuevas estructuras en los medios y han supuesto cambios en los recursos y mallas curriculares en las universidades.

Si bien la revolución digital implica que las escuelas se adapten a los nuevos formatos y recursos, es vital que la formación del periodismo no quede atrapada en una vorágine de cambios y se olvide lo que es fundamental en la enseñanza periodística. ( HOLM, 2010).

Es decir, que los docentes, más allá de preparar a los estudiantes para utilizar las nuevas plataformas multimedia, deben transmitir a sus estudiantes la verdadera misión del periodismo, que es la de descubrir y revelar los abusos del poder, así como la obligación de poner su quehacer profesional al servicio de la sociedad.

En esta línea, las universidades deben motivar a sus estudiantes, brindar el conocimiento y las herramientas para realizar este escrutinio de manera eficaz.

Recordemos que el verdadero valor del periodismo como profesión no está en el soporte en el cual se difunda su trabajo, “ La razón principal del poder y la de influencia de los periodistas radica en su capacidad para definir la realidad, para construirla a partir de las representaciones que de ella se hacen” ( ORTEGA&HUMANES 2000).

---

<sup>80</sup> El contenido puntual de la propuesta se puede revisar en [http://www.eees.es/pdf/Praga\\_ES](http://www.eees.es/pdf/Praga_ES). Pdf. Acceso: 05/05/11

Por otro lado, tomamos como referencia el criterio de Moragas Spa M., que se publicó en el artículo de la revista Chasqui (2000): “*Las facultades de comunicación en el umbral de la era de Internet*” que sostiene, algunas pautas claves para este proceso:

“ Es necesario definir y contextualizar históricamente el nuevo modelo de sociedad. De la sociedad de los mass media” a la “ sociedad de la información” , como contexto básico para interpretar las nuevas formas de comunicación, pero también las nuevas funciones y nuevos usos de los medios de comunicación”.

Una vez puntualizados estos tópicos es importante que la academia realice un acercamiento puntual con la empresa periodística que es donde se concentran los expertos en entornos y plataformas digitales, para absorber para sí esta importante experiencia.

Un informe de la UNESCO 1998, sobre la comunicación, evidencia que el periodista no es ya el profesional de un solo medio de comunicación. Está llamado a convertirse en un profesional polivalente, de modo que puede evolucionar de un medio a otro<sup>81</sup>. Sin embargo, y pese a los cambios sustanciales y evidentes que existen en relación a la gestión de información, las características particulares de un buen periodista siguen vigentes, y como tal deben seguirse cultivando dentro de las aulas universitarias.

Ninguna computadora por moderna y potente que sea puede sustituir a un buen y riguroso informador, que sumado a una correcta selección y verificación de fuentes, hacen del periodismo una profesión destinada al servicio social.

Por otro lado, debemos reconocer también que la respuesta del ámbito universitario ha sido lenta y muy poco eficaz, por lo lento del recambio generacional. La didáctica del siglo XX y de las centurias anteriores ha quedado desbordada por todo lo que ofrecen las nuevas tecnologías y ahora el aula es el mundo globalizado e interconectado por la gran autopista de la información. (VILLALOBOS, 2005).

“cambiarán los soportes, pero lo que nunca cambiará será la técnica periodística capaz de moldear los contenidos para que resulten atractivos, inteligibles, responsables e independientes para quienes los lean o los escuchen, no importa si es papel o en una pantalla. La técnica de emitir mensajes no se improvisa” (VILAMOR, 1997)

El periodismo en esencia es un ejercicio de carácter intelectual, más allá de la presencia de la generación bit (SARTORI, 2002) que requiere siempre de la intermediación y participación lúcida de su autor, muchas de las cuales están fundamentada en el periodismo de precisión ( MEYER, 1993) ( DADER, 1997) y otros elementos fundamentales dentro del ejercicio profesional.

El nuevo enfoque sobre la función, posición y tratamiento de las fuentes, y la función social del periodismo, por ejemplo, que se plantea desde el periodismo cívico (ROSEN, MERRIT,

---

<sup>81</sup> Esta conclusión se extrajo del informe sobre Comunicación. Los medios ante el desafío de las nuevas tecnologías, publicado en el 1999 por la Fundación Santamaría.

1994), el periodismo de servicio (DIEZHANDINO, 1995), y por último el tema del periodismo de soluciones (BENESCH, 1998) y la emergente necesidad de la especialización en periodismo.

Todas estas tendencias y nuevas formas de hacer periodismo son prueba de una relación positiva y proactiva de la academia con los periodistas y aficionados a la comunicación, llámese blogger's y otros. Falta trabajar de manera intensa y sistemática en la implementación habitual de los procesos antes citados sobre todo en aquellos sectores donde el oficio de periodismo es tomado como una afición.

No en vano Linda Foley, ( FOLEY, 1998)<sup>82</sup>presidenta del New Paper Guild decía:

*“ La capacidad de los periodistas para ser fieles a su conciencia  
es mucho más importante que cualquier otra cosa  
en la que pueden creer o que cualquier otra fe que puedan aportar a su trabajo”*

Pendiente está la búsqueda e implementación de los mecanismos para validar la autenticidad de la información, y la validación de fuentes, entre otros temas. Como lo afirmará en su momento Alejo Carpentier:

*“ El periodismo es una maravillosa escuela de vida”*

La formación dentro del ámbito digital es un fenómeno de naturaleza amplia, que la academia latinoamericana está tratando de enfrentar, aunque no existen muchas ni evidentes señales.

Para tener líneas más claras, organizamos, en primera instancia, una exploración en la red, para llegar a precisiones sobre cuales son las exigencias formativas que la sola presencia del periodismo digital plantea para las escuelas y facultades de Comunicación Social, esto como una acción puntual que nos permita diseñar con pertinencia un perfil genérico ideal para la formación de comunicadores sociales, considerando un campo tan emergente e importante.

Y dentro de ello determinamos que es fundamental conocer y central nuestra investigación y análisis en estos dos escenarios:

- 1.- Exigencias formativas**, es decir las áreas temáticas que se deben impartir en las escuelas y facultades, y que en alguna medida deberían estar reflejadas dentro de la malla curricular y los planes de estudio.
  
- 2.- Las competencias académicas**, que los futuros profesionales deberán adquirir en su paso por la universidad para poder desenvolverse con solvencia en el mundo digital, que además es un escenario en donde se está volcando todo el mercado laboral.

---

<sup>82</sup> Estas expresiones están atribuidas a Foley Linda (1998). Fueron expresadas en el Foro del CCJ en Ann Arbor.

## 2.5.1 El estado del arte en la formación de comunicadores sociales/periodistas digitales en el Ecuador

La profesión del comunicador social está en constante cambio, las rutinas de producción han sido modificadas de manera sustancial por la presencia de las nuevas tecnologías y la convergencia mediática en la que viven los grandes medios de comunicación.

El negocio del periodismo, en particular, está siendo migrado hacia el periodismo digital, donde el profesional requiere una serie de conocimientos y habilidades de orden práctico, muchas de las cuales no están contempladas dentro de las mallas curriculares, ni han sido asumidas por la academia.

Para conocer de primera mano cuáles son las exigencias formativas necesarias dentro de este nuevo horizonte profesional, así como las competencias requeridas consultamos a académicos y periodistas, sobre los tópicos antes mencionados.

Los criterios fueron recogidos, en algunos casos mediante correo electrónico, vía telefónica y en otros por medio de entrevistas directas.

### CONTEXTO INTERNACIONAL

Autor	Institución vinculada	Exigencias formativas	Competencias
<p><b>Sergio Llano</b></p> 	<p>Profesor de convergencia multimedial Universidad de la Sabana</p>	<p>Aspectos teóricos del periodismo digital y la realidad del periodismo.</p> <p>Una formación instrumental que incluya aspectos relacionados con los cambios en la producción de contenidos y narrativas.</p> <p>Conocer las características de los nuevos medios y particularidades comunicativas de cada uno; los procesos de integración, convergencia y otros fenómenos relevantes de la industria; lo relativo al papel de las audiencias en el nuevo modelo de comunicación (periodismo participativo).</p>	<p>Uso del lenguaje, redacción, ortografía, expresión verbal.</p> <p>Poder reconocer el papel que juega en la sociedad y en la comunidad</p> <p>Capacidad de análisis y argumentación,</p> <p>Conocimientos de géneros periodísticos, nuevos lenguajes, producción de contenidos para un entorno digital.</p> <p>- Competencias digitales: alta alfabetización en el manejo de herramientas digitales, software y herramientas de edición de</p>

		Herramientas digitales que contribuyan a la formación de competencias para la producción en los nuevos entornos.	textos, hipertextos y contenido multimedia.
<p><b>Michael Cobden</b></p> 	<p>Consultor UNESCO, formación de periodistas. Universidad of Kings Collage. Halifax- Canadá</p>	<p>Preparar a los estudiantes para utilizar las nuevas plataformas multimedia.</p> <p>Las universidades deben motivar a sus estudiantes, brindar el conocimiento y las herramientas para realizar este escrutinio de manera eficaz de la sociedad usando las nuevas tecnologías</p>	<p>Comunicadores y periodistas integrales</p> <p>Usar las nuevas tecnologías para transmitir e imprimir la verdadera misión de periodismo que es descubrir y revelar los abusos del poder.</p>
<p><b>José Alberto García Avilés</b></p> 	<p>Profesor de periodismo digital. Universidad Miguel Hernández (Alicante/España)</p>	<p>Convergencia multimedia no solamente tecnológica, sino gerencia y profesional.</p> <p>El proceso de producción de información en línea y las dinámicas de actualización y verificación de contenidos</p>	<p>Conocer y dominar la convergencia tecnológica</p> <p>Capacidad para trabajar en redacciones multimedia ticas bajo estrategias cooperativas y colaborativas</p>
<p><b>José Luis Orihuela</b></p> 	<p>Periodista Profesor de Comunicación Multimedia y documentación informativa. Universidad de Navarra</p>	<p>Digitalización en todos los formatos ( Texto, audio, video, imágenes, animaciones)</p>	<p>Dominio del lenguaje multimedia se convierte en una exigencia común.</p> <p>Hoy lo que se espera de un periodista es que se capaz de comunicarse de manera eficaz usando cualquier formato de información.</p> <p>Entender y asumir las dimensiones sociales, culturales, políticas, económicas y éticas de la información pública en la era digital, y optar por alguna especialidad temática</p>

<p><b>María José Pérez Serrano</b></p>	<p>Profesora de la escuela de comunicación. Universidad Complutense de Madrid.</p>	<p>Conocimiento de los entorno digital o impreso. Conocimiento de las técnicas de análisis y interpretación de resultados.</p>	<p>Competencias básicas vinculadas a la tecnología (de carácter más instrumental). Una sólida base formativa en géneros y ética periodística. Capacidad para lograr una separación taxativa entre la opinión y la información</p>
<p><b>Pedro Rojo</b></p>	<p>Docente de periodismo digital Universidad de Murcia ( Madrid)</p>	<p>Nociones de documentación Manejo de programas multimedia Capacidad de redactar en diversos soportes y escenarios Dirección, gestión y planificación de trabajo en equipo</p>	<p>Capacidad de trabajo en equipo Poseer sólidos conocimientos de la gestión y producción multimedia.</p>

### CONTEXTO LATINOAMERICANO

Autor	Institución vinculada	Exigencias formativas	Competencias
<p><b>Pablo Mancini</b></p> 	<p>Periodista. Es Gerente de Servicios Digitales en el Grupo Clarín. Además es profesor del Magíster Internacional en Comunicación y Periodismo Digital de la Universidad Mayor en Chile.</p>	<p>Domino de software: ya sea en la producción, en la circulación y/o en el consumo. La relación de la profesión con la cultura digital ya es inseparable.</p>	<p>Lo básico: escribir, editar video, audio e imágenes. Generar contenido propio sin importar el soporte. Remixar contenido disponible de otras fuentes.</p>

<p><b>Esther Vargas</b></p> 	<p>Master en periodismo digital (Universidad Carlos III de Madrid, Autónoma de Barcelona y profesora de Periodismo Digital del Instituto San Ignacio en Lima, Perú.</p>	<p>Los periodistas tienen que entender que la audiencia ha cambiado, por lo tanto deben saber comunicarse con los potenciales lectores, radioescuchas, y televidentes. Un grupo importante está en las redes sociales, por lo que es importante que lo formen en la gestión de comunidades online.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Deben tener conocimiento sobre el valor de los móviles como herramienta informativa.</li> <li>-Deben publicar en Web en tiempo real.</li> <li>-Deben saber de diseño Web. Sin ser diseñadores Web, tener los conceptos para saber dirigir proyectos Web.</li> </ul>	<p>Escribir para la Web.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Editar audio y video</li> <li>-Usar un smartphone para informar.</li> <li>-Transmitir en tiempo reales</li> <li>-Usar las redes sociales</li> <li>-Tener una marca digital</li> <li>-Manejar un blog</li> </ul>
<p><b>Ricardo Trotti</b></p> 	<p>Sociedad Interamericana de Prensa SIP</p>	<p>Conocimiento de las nuevas tecnologías y del marco legal que rige en cada país para su uso y difusión. Una sólida formación dentro de los ámbitos relacionados con la ética y la deontología periodística.</p>	<p>Capacidad para emprender en proyectos de investigación periodística, usando plataformas digitales de todo tipo. Capacidad constantes de análisis, síntesis de la coyuntura social, el marco legal y los otros fundamentos del periodismo</p>
<p><b>Matias Zibell</b></p> 	<p>Periodista argentino Corresponsal de la BBC Londres en Ecuador</p>	<p>Historia Idiomas Redacción y expresión oral</p>	<p>La conciencia de que el periodismo digital es un área aparte, como fue en su momento la información radial o las noticias televisivas. Capacidad de redactar de forma concisa, sean notas o entradas de Twitter. Fotografía y video.</p>

## CONTEXTO ECUATORIANO

Autor	Institución vinculada	Exigencias formativas	Competencias
<p><b>Fernando Astudillo</b></p> 	<p>Editor Diario El Universo            Profesor de periodismo Digital. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil</p>	<p>Necesitamos que la Universidad enseñe a los periodistas a que dejen de pensar en que son “periodistas de prensa”, “periodistas de TV”, “periodistas de radio” o “periodistas digitales”. Somos periodistas productores de contenido para distintas plataformas.</p> <p>Un periodista debe saber escribir bien (materia prima), pero también debe tener nociones de cómo tomar bien una foto, manejar códigos HTML, hacer y subir un video a YouTube y ponerlo en línea o hacer una cobertura vía streaming con un teléfono celular.</p>	<p>De escritura en la Web. De entender que no es lo mismo escribir en la red que en el papel. Que sean flexibles y que tengan cabeza fría para, pese a la instantaneidad y rapidez en que hoy se mueve todo, hacer la pausa en medio de toda la adrenalina. No importa informar primero en la red, con segundos antes que la competencia (algo por lo que los lectores no se interesan) sino informar mejor.</p>
<p><b>Hugo Burgos</b></p> 	<p>Director del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas. Universidad San Francisco de Quito</p>	<p>Un periodista capaz de trabajar en multi plataformas, convergencia de contenidos, industrias y tecnologías.</p>	<p>Capacidad de emprendimiento con una amplia visión del mundo ( artes liberales)            Capacidad para generación de proyectos, creación e innovación</p>

<p><b>Diego Cornejo M</b></p>	<p>Presidente de la Asociación de Editores del Periódicos AEDEP</p>	<p>Derecho constitucional para periodistas y legislación internacional sobre DDHH y libertad de expresión. Historia crítica de la República del Ecuador. Teoría de la democracia o Sociología de la democracia.</p>	<p>Redacción periodística y expresión oral periodística. Manejo de géneros periodísticos. Conocimientos básicos de fotografía e infografía</p>
<p><b>Jorge Durán</b></p>	<p>Editor Nacional de Diario El Mercurio Profesor de periodismo ciudadano en la Universidad de Cuenca</p>	<p>Principios sobre fotografía para Internet, infografías exclusivas para la red, soporte en mapas y otras aplicaciones como avances noticiosos para las distintas redes sociales.  Conocimiento de los formatos periodísticos pensados para las redes sociales.</p>	<p>Manejo de principios de redacción para formatos digitales y herramientas multimedia Conocimiento de programas para retoque de fotografía, edición de audio, edición de video; Realización de infografías periodísticas.</p>
<p><b>Christian Espinosa</b></p> 	<p>Director del blog Cobertura Digital Profesores de nuevas tecnologías en varias facultades de comunicación social</p>	<p>Investigación en internet. Si no se sabe reportear y contrastar fuentes menos producir Producción de Contenidos pensados para internet desde hipertexto hasta multimedia. Community Manager.</p>	<p>Si no se sabe reportear y contrastar fuentes en Internet menos producir Experiencia como bloguero para entender como funcionan las nuevas narrativas Saber producir pero sobre todo dinamizar fuentes en Redes Sociales y en forma diferenciada en cada una.</p>
<p><b>Pablo Escandón</b></p>	<p>Director de la revista Chasqui Profesor de periodismo digital de la Universidad Católica de Quito</p>	<p>Escritura hipertextual y multimedia. Cobertura móvil y reportería on line. Estructura de un cibermedios.</p>	<p>Conocimiento de estructuras narrativas digitales y de herramientas para contarlas. Capacidad de trabajar en equipo con diseñador, fotógrafo, redactor, etc.</p>

			<p>Pensar la historia para ser visualizada y oída: gráficos animados, fotografía, video, audio. Manejo de bases de datos y listas electrónicas en redes sociales y microblogging.</p>
<p><b>Fernando Larenas</b></p> 	<p>Editor General del Diario El Comercio (Quito)</p>	<p>Cómo y para qué usar las redes sociales Mecanismo para garantizar la diversidad y pluralidad de las fuentes Conocimiento de las normas de estilo y reacción para las redes sociales</p>	<p>Capacidad para contar y verificar un hecho de manera inmediata y sin errores Domino de la escritura digital</p>
<p><b>Fernando Ortiz</b></p> 	<p>Periodista Decano de la facultad de comunicación de la Universidad del Azuay</p>	<p>Dominio de todos los entornos virtuales que le permitan tener eficiencia en todos los escenarios</p>	<p>Capacidad de adaptación a las nuevas tecnologías.</p>

<p><b>Gabriela Muñoz</b></p> 	<p>Editadora de la Agencia de Noticias del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. Ex corresponsal de diario El Comercio en Loja y Riobamba</p>	<p>La ética, la transparencia y sobre todo esas ganas de oler la calle, de ponerse en el lugar del otro, de contar, de utilizar los cinco sentidos son requisitos importantes y básicos en el periodismo. la información que publicas es fiable, contrastada y puesta en escena con un correcto uso de los géneros periodísticos. Textos de calidad, conocimiento de sinónimos y antónimos Identificar rápidamente lo novedoso, lo interesante, el qué, el cómo y para qué</p>	<p>Saber sintetizar las noticias Escribir sin faltas de ortografía y de una forma clara y precisa Conocer a detalles las funciones de un blog, de una cuenta en twitter, en facebook y de un portal digital Identificar las potencialidades de las redes sociales y saberlas aplicar</p>
<p><b>Albertina Navas</b></p> 	<p>Periodista y editora independiente</p>	<p>Fundamentos del periodismo Gramática, ortografía y sintaxis Códigos de los distintos soportes electrónicos Cultura general del inglés y de preferencia una tercera lengua Fundamentos de diseño y manejo de Géneros Periodísticos.</p>	<p>Reconocer, organizar, analizar y procesar información Expresarse con fluidez y adaptar contenidos a distintas plataformas con estilo propio Comprender hechos en sus propios contextos Estructura contenidos con coherencia y unidad gráfica Trabajo en equipo y bajo presión</p>

# Capítulo III

## Horizontes Formativos de las Facultades y Escuelas de Comunicación Social

“ Las facultades de comunicación,  
enseñan muchas cosas útiles para el oficio;  
pero muy poco del oficio mismo”

*Gabriel García Márquez*

### **En síntesis:**

El presente acápite pretende hacer una revisión cronológica del recorrido de las principales escuelas y facultades de Latinoamérica y del Ecuador, su aporte al mundo académico y su lucha por consolidar líneas de investigación firmes, que contribuyan de manera sustancial, a nutrir a la sociedad de la información y el conocimiento.

El objetivo del presente capítulo es conocer por dentro y fuera las carreras de comunicación social/ periodismo; proponer un perfil académico ideal para el Ecuador, partiendo de los criterios de sectores fundamentales: la académica, los periodistas en ejercicio y la empresa periodística, y por último de los estudiantes de periodismo de las universidades seleccionadas.

En el caso de Ecuador se analizarán los perfiles profesionales propuestos por las 26 escuelas y facultades de comunicación social que existen en el país, como elementos de análisis en relación a la trayectoria formativa en comunicación.

### **3.1. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LAS FACULTADES Y ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL MUNDO**

La historia da cuenta del inicio de las primeras escuelas de periodismo de corte universitario en Estados Unidos y Europa, en la primera década del siglo XX. En los años veinte era vista como una profesión poco seria (LANGENBUCHER, 1993).

Hay evidencias, poco claras, a lo largo de la historia en relación a la defensa del periodismo como profesión y el nacimiento de la empresa periodística que impuso sus propios intereses y exigencias de orden particular, "La profesionalización del periodismo es una realidad muy reciente: comienza en Estados Unidos hacia 1920 y en Europa después de la Segunda Guerra Mundial" (HOHENBERG, 1962).

Una de las evidencias del proceso de profesionalización está en el intento fallido de Roberto Lee, héroe de la Guerra de Secesión de los Estados Unidos, quien presenta ante la Junta Administradora del Colegio de Washington en 1869, una propuesta recomendando conceder becas para preparar profesionalmente de generar condiciones especiales para la clase periodística, en busca de su formación y rigor profesional.

Existen otros intentos aislados para formar a periodistas vinculados con el ámbito norteamericano; en 1873 *Kansas College*, que ofreció un curso de prácticas de impresión y otras conferencias relacionados con la formación periodística. Todos estos cursos no tuvieron mayor éxito, pero fueron la base para la formación posterior de las escuelas de periodismo, que se impulsaron desde el ámbito anglosajón.

“La primera escuela que mereció este nombre se abrió en París en 1899. Desde 1890 formó parte de la escuela de Altos Estudios Sociales. Historiadores y periodistas, en su mayoría extranjeros, fueron los principales alumnos” (WEIL 1962).

Las primeras manifestaciones periodísticas se dieron alrededor de 1850, época en la cual el periodismo era considerado un oficio cercano a la literatura el ensayo y propaganda política. La orientación europea clásica se caracteriza como histórica, intuitiva, filosófica, especulativa y escolástica y se hace presente, sobre todo, en los estudios de historia del periodismo y legislación de la comunicación ( FUENTES, 2009)

Consideradas como escuelas y facultades pioneras están: la Escuela Superior de Periodismo de París, fundada en 1899; Universidad de Missouri (EE.UU), en 1908 y Universidad de Columbia (EE.UU) en 1909. En 1980 liderado por Walter Williams se funda la escuelas de periodismo de Missouri.

En la Universidad de Columbia, el célebre personaje Joseph Pulitzer lideró la licenciatura que lleva su nombre. Uno de los mejores legados de Pulitzer fue su preocupación por la formación académica de los profesionales del periodismo, preocupación que se hizo

tangible en actos como la donación de dos millones de dólares a la Universidad de Columbia en Nueva York, centro pionero en la profesionalización del periodismo.

Hoy Columbia es un referente mundial en cuanto a la especialización del periodismo desde la visión norteamericana.

Una de las banderas de Pulitzer fue considerar que el periodismo es un negocio, y que éste puede ser muy rentable si está respaldado por la credibilidad. No obstante no logró en la práctica escapar del mal endémico del periodismo: el sensacionalismo.

Como lo expresan Bill Kovach y Tom Rosenstiel, en su libro “ *Los elementos del periodismo*”, Pulitzer utilizó las primeras páginas de sus publicaciones, para asombrar a sus lectores, pero en sus páginas editoriales pretendía enseñarles a ser ciudadanos norteamericanos, aunque no pudo liberarse de la enorme carga de sensacionalismo que imprimió a sus trabajos, pero que a su vez fue una estrategia válida para consolidar su negocio periodístico. Luego de esto asoma la escuela oficial de periodismo, entidad educativa que contó con el apoyo de la Agencia EFE. El instituto de Estudios Generales, inaugurado en el seno de la Universidad de Navarra y la escuela de periodismo de Iglesia.

El modelo norteamericano, en relación a la formación de periodistas, se centra de manera particular en la interpretación y los límites de la objetividad, marcado por la pasión por informar. Es el más famoso y exitoso, lo cual nos conduce al principio de básico que marca a la profesión: la libertad de expresión.

Recordemos que la libertad de expresión fue una conquista de los Estados Unidos “ En Estados Unidos el sistema socioeconómico está diseñado para que el control de los medios esté en las manos de una minoría, dueña de las grandes corporaciones.(...) y el resultado es que debajo de la -libertad de expresión- están siempre los intereses financieros de estos grupos” (CHOMSKY, 2006) modelo y limitaciones de orden empresarial y geopolítico que también se replican en América Latina.

Entonces, la libertad de expresión debe ser entendida como un bien y un derecho supremo, más allá del poder de los medios y/o poderes establecidos; citando al mismo lingüista y politólogo diremos que:

*“Si crees en la libertad de expresión entonces crees en la libertad de expresión para puntos de vista que te disgustan. Por ejemplo, Goebbels estaba a favor de la libertad de expresión para los puntos de vista que compartía, igualmente Stalin. Si estás a favor de la libertad de expresión, eso significa que estás a favor de la libertad de expresión precisamente para los puntos de vista que no compartes, de otra forma, no estarías a favor de la libertad de expresión”.*

El modelo, fundamentado en la objetividad periodística, que tuvo un fuerte impacto, de manera particular dentro de los medios de comunicación, provocó entre otras cosas, un bloqueo de la información y la consolidación de la ideología del régimen.

M. Bastenier nos decía la objetividad no existe, lo que sí existe es la honradez, que además traducida dentro del marco de la ética es uno de los valores universales del periodismo independientemente del modelo que se siga, con lo cual queda justificado, por ejemplo, la presencia de esta materia dentro de las mallas curriculares.

Es importante, además, mencionar que mucho antes de la consolidación de estos centros de estudio, los practicantes de oficio -periodistas- habían logrado constituir algunas organizaciones gremiales como la *American Newspaper Guild* (1983) en Chile; y la Asociación Nacional de Prensa (1951), entre otros órganos colegiados, cuyos modelos organizativos se replicaron en América Latina, emulando los principios de objetividad que han marcado al periodismo norteamericano.

Otras agrupaciones, por su lado, se enmarcaron en la defensa profesional y los derechos de la comunicación, provocando todo un debate en el ámbito legal que ha permitido visibilizar la importancia de la profesionalización del oficio.

El modelo de formación de periodistas de la Universidad de Columbia tuvo una enorme influencia en la escuela madrileña, *Debate* (1926) y *L'école Supérieure de Journalism* (1898) inspiradas en *The School of Journalism de Columbia*, cuyo modelo final fue una especie de híbrido adaptado a las necesidades del momento.

En el mundo anglosajón, sobre todo en Estados Unidos, el periodismo se constituyó como un ámbito independiente de la literatura. Mucho antes en 1785 John Walter inicia lo que se conoce como prensa de negocio, estimulando la existencia de escuelas de periodismo dentro del seno de las empresas, lo cual ha permitido un contacto real y frecuente con el ámbito laboral.

No podemos olvidar que en el escenario laboral de los periodistas hay ahora mismo una sobre oferta que ha redundado en la precariedad del empleo del comunicador, transformándose en un profesional pluriempleado, con sueldos escasos, contratos inestables.(LÓPEZ, 2005) (MELLADO, 2006).

La historia da cuenta de algunos nombres, a quienes se los considera como los padres del pensamiento comunicacional de larga influencia en los Estados Unidos, y que han marcado la formación de comunicadores sociales en Latinoamérica.

#### **A continuación algunos de dichos nombres:**

- 1.- Kurt Lewin (1890-1947): Polaco que trabajó de manera particular en la teoría del Gestalt y la influencia que el medio ambiente tiene en relación a la actuación y desarrollo del hombre, y otros conceptos vinculados con la teoría social.
- 2.- Paúl F. Lazarsfeld (1901-1976): Sociólogo estadounidense que se preocupó de manera fundamental por la influencia de los medios de comunicación, y la formación de la audiencia (*The People Choice*).

El concepto de opinión pública estaba unido más a la propaganda y a la investigación en comunicación de masas. Las masas era entendidas como colectividades pasivas, receptivas y fácilmente manipulables desde aquellas instancias que tienen poder, de manera particular por el accionar de los medios de comunicación.

- 3.- Harold D. Lasswell (1902-1978): Estadounidense impulsó la sociología de la comunicación de masas y los niveles de persuasión, lo que hoy se conoce como visión omnímoda del poder de los medios, tomando como referencia los fundamentos de la ciencia política.

Sus estudios más difundidos, entre 1914 y 1917, se centraron de manera especial en el análisis de la propaganda norteamericana, francesa, inglesa y alemana y la relación con la comunicación de masas.

La Universidad de Columbia tiene el honor de haberse constituido en la primera en ofrecer estudios formales de periodismo, y a más de ello en organizar un master (1921), un doctorado (1934), y poseer algunos medios de comunicación que son una excelente bolsa laboral para sus estudiantes.

Luego se destaca la Universidad Católica de Lille (España) creada por Paúl Verachave en 1926, y el Instituto de Periodismo de la Universidad de Pamplona, establecido en 1958 por Antonio Fontán.

En relación al nacimiento del comunicador como profesional, no hay un consenso absoluto (Carey, 1969), (Langenbucher 1975), (Rohde, 1979) quien sostiene que existe un antecedente anterior con Max Weber, quien en 1910 hace una aproximación a la profesión periodística.

La profesión de periodista es el resultado de la emergencia de un modo autónomo de producir el discurso noticioso. En este sentido, será un hecho fundamental la aparición, durante los años veinte del siglo pasado, la figura del reportero (CHABALY, 1996). Cuyas tareas muchas de las veces están extralimitadas, pero que se identifican como funciones profesionales.

En palabras de L. Gomis “ No es el medio quien persigue las noticias, sino las noticias que asedian al medio. El periodista no es esencialmente el hombre que busca las noticias, sino el que las selecciona” (GOMIS, 1991), remarcando el deber y sentido profesional.

Según Weil, los países que más multiplicaron sus escuelas fueron Estados Unidos y Alemania. En 1927 habían más de 230 universidades y colegios que tenían cursos de periodismo y que en su conjunto le dieron fuerza y sentido al periodismo informativo y a la teoría de la objetividad periodística.

Estos centros de formación intentaron que el periodismo cumpla un rol social, misión para la cual ha trabajado el mundo universitario dedicado a la formación de comunicadores

sociales y periodistas, en algunos casos con mucho acierto, en otros no.

Philip Meyer decía que uno de los puntos más débiles del periodismo es que “el periodismo carece de una certeza de criterio para calibrar las fuentes en conflicto y se ve forzado a utilizar el tradicional objetivismo, el cual implica la temeraria suposición de que todas las voces profesan un equivalente afán por la verdad”, una debilidad que está dentro los periodistas titulados y aquellos que ejercen por afición también, que nos conduce a reflexionar también en un vacío dentro del proceso formativo.

En cuanto al periodismo como un ejercicio de corte profesional, debemos afirmar que es el producto de la revolución industrial del siglo XIX, alrededor de 1850, época en la cual los periodistas no eran más que meros aprendices, influidos por la literatura, pero con una enorme valía intelectual y ética. Basta recordar el ejemplo de Walter Lippman, y su intento por crear una metodología específica para el periodismo, en relación a la búsqueda, tratamiento de la información, y la codificación profesional, en general.

Con el transcurso del tiempo este oficio entró en crisis, en gran medida por las presiones de monopolios mediáticos, la imposición violenta de una agenda mediática, y el surgimiento de las nuevas tecnologías, cuyos cambios han sido rápidos y en algunos casos hasta inesperados.

En el caso particular de Latinoamérica, las ofertas académicas han sido marcadas por la demanda del mercado, por un lado, y por otro, la improvisación docente, que en su conjunto no ha podido enfocar de manera integral la transdisciplinariedad de la comunicación y de las otras disciplinas y ciencias afines.

Según Díaz Nocí, las facultades de periodismo 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 ocupacional (DÍAZ, 2000) y en casi todos los casos las ofertas son una colcha de remiendo forzados de realidades ajenas.

A continuación veamos un esquema que nos permite examinar de manera cronológica la evaluación que tuvieron las escuelas y facultades de periodismo de los Estados Unidos, España y Francia, regiones que marcaron la pauta de todo el proceso educativo que en esta línea se vivió en América Latina. La región tomó como referencia dichos modelos.

### **CRONOLOGÍA DEL SURGIMIENTO DE LAS ESCUELAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL / PERIODISMO DE ESTADOS UNIDOS, ESPAÑA, FRANCIA Y AMÉRICA LATINA**

<b>ESCUELAS Y FACULTADES DE COMUNICACIÓN DE ESTADOS UNIDOS, ESPAÑA, FRANCIA Y AMÉRICA LATINA</b>	
<b>UNIVERSIDAD</b>	<b>AÑO DE FUNDACIÓN</b>
Washington College	1869

Tale University	1871
Miscourt University	1880
Ecole Sup Journalisme, Paris	1889
Michigan University	1890
Indiane University Philadelphia University	1893
Universidad de Nebraska	1894
Harvard University	1904
Wisconsin University University of Nort Dakotta	1905
The University of Waneington	1907
Missouri	1908
Oklahoma University	1909
New York University De Paut. University	1910
Universidad Nacional Autónoma de México	1910
COLUMBIA UNIVERSITY	1912
University of Washington	1918
Univ. Cat. Talle	1924
ESCUELA DEBATE	1926
Universidad de Rio de Janeiro	1930

Universidad de la Plata Argentina	1934
Escuela oficial	1941
Universidad de la Habana Cuba	1942
TECNOLÓGICO DE MONTERREY	1943
C. F. P. J. PARÍS	1944
Universidad Central del Ecuador	1945
Facultad de Ciencias Sociales Universidad del País Vasco	1952
C. U. E. J. Estrasburgo	1958
Instituto Navarra	1958
E. de la Iglesia	1960
Ley General de Educación España	1971
Facultad de Ciencias de la Universidad Complutense Madrid	1971
Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Santiago de Compostela	1990
Facultad de Comunicación Social UTPL	1999

Nota: para la elaboración y selección de universidades se tomó en primera instancia la historia y trayectoria académica, se consideró a las universidades que asoman dentro de los ranking mundiales e iberoamericanos como webometrics. Además de las referencias que aportan autores como Pizarroso J, Bernedo P, Bordenía E entre otros.

Los sistemas universitarios citados -importantes en su tiempo- encajaron muy bien en la primera época de la universidad, en la cual el Alma Mater estaba considerada como ente de servicio de las élites nacionales, y que además tenía la posibilidad de acceder a nuevas corrientes culturales y generar, como tal y en algunos casos, conocimiento relevante.

Este conocimiento nuevo le permitía a la universidad vincularse de manera directa con la sociedad, bajo la figura de extensión universitaria. Esta relación ha sido uno de los pilares de desarrollo universitario en Latinoamérica. Hablando, de un modelo universitario napoleónico dedicado a la formación del hombre. Robert Hennart, Director de la Escuela Superior de Periodismo de la Universidad Católica de Lille, considera que todo plan de estudios digno debe perseguir "dar a sus alumnos una visión clara de su vocación profesional y de las exigencias que lleva consigo", "extender y profundizar la cultura general del futuro periodista", "aplicar prácticamente el conjunto de estos conocimientos en el ejercicio del quehacer periodístico, en sus diversas funciones y bajo sus diversos modos de expresión" y "desarrollar en los estudiantes las aptitudes psicológicas, la rectitud moral y la fuerza de carácter que les permitirán ser agentes conscientes y activos de la promoción profesional" (HENNART, 1967).

Los futuros profesionales de la comunicación se enfrentan al reto de cursar unos estudios universitarios, enmarcados en la tradicional cultura del texto y de la clase magistral (MESO, 2003) que a su vez está combinada con un desorganizado sistema de prácticas profesionales, que ha dejado de lado las transformaciones y exigencias profesionales que plantean los nuevos escenarios virtuales. En algunos casos han hecho que la enseñanza de la comunicación sea marcadamente técnica.

“El profesional en comunicación considera que le faltó más práctica al momento de iniciar la profesión, centrándose sus sugerencias en incorporar más prácticas empresariales, así como el fortalecimiento de las bases teóricas, el desarrollo de las capacidades reflexivas y el pensamiento crítico” (HURTADO, 2010). Sin embargo, no es el único campo profesional al cual hay que prestar atención.

Debemos reconocer que el periodismo sigue aún en busca de una identidad sólida que norme su función social; papel y reto que en alguna medida está en manos de las facultades de Comunicación Social y Periodismo. Por lo tanto, el futuro está marcado por la incertidumbre y la expectativa que genera la convergencia mediática, y todos los cambios que alrededor de la tecnología se han producido.

La totalidad de la empresa mediática está sumida en un proceso de convergencia; uno de los cambios más tangibles de este proceso ha sido la convergencia redaccional, fusionando el papel y la red, sobre todo a nivel de los periódicos del ámbito anglosajón.

Esta fusión de contenidos y funciones laborales en el ámbito periodístico, en especial, ha provocado y están provocando una enorme y marcada precariedad laboral. Los periodistas pueden asumir tareas que hasta hace 10 años estaban separadas, tales como redacción, grabación, fotografía, edición..... (GARCÍA, 2006).

### **3.2. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LAS FACULTADES Y ESCUELAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LATINOAMÉRICA**

“El origen de la formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina, puede situarse entre 1934 y 1935, cuando se comenzaron a impartir cursos de periodismo a nivel superior en La Plata - Argentina”<sup>83</sup>.

Tal como bien cita Roveda (200) “no debemos olvidar que las Facultades y Escuelas de Comunicación Social y Periodismo de América Latina son un invento muy interesante y propio del continente. Nacieron desde el modelo clásico de las escuelas de periodismo norteamericano, donde el esquema de formación se orientaba a capacitar personal en respuesta a la demanda concreta del mercado laboral desde un concepto de comunicación sólo vinculada con los medios masivos”.

Estas escuelas consideradas como pioneras, trabajaron particularmente en la formación de un modelo periodístico cuyo horizonte laboral serían los medios de comunicación. De allí que cuando se mencionan ofertas educativas en comunicación, inmediatamente se relaciona con un profesional dedicado a la radio-locución, o a presentarse en la pantalla de televisión, por citar un ejemplo.

La primera escuela de periodismo en América Latina está en la Universidad de La Plata, en Argentina (1934); el esquema de formación en este país, era marcadamente práctico”, es decir, capacitar personal en respuesta a la demanda concreta del mercado laboral desde un concepto de comunicación solo vinculado con los medios masivos” (LLOBET, 2001)<sup>84</sup> luego podríamos decir que los estudios de comunicación y periodismo tiene dos vertientes natales: Argentina y Brasil.

Estos dos países aprovecharon en gran medida la era industrial, que dejó el intermedio de la Primera y la Segunda Guerra Mundial, y que hoy gozan de niveles considerables de calidad en la Educación Superior; es decir, han dedicado su quehacer universitario a la investigación aplicada, como un mecanismo de resolución de los diversos y complejos problemas sociales.

“En América Latina las escuelas de comunicación nacen en Brasil y Argentina en los años treinta, y responden primeramente a la necesidad de formar profesionales para la industria periodística, y posteriormente para laborar en los medios en general”(KARAM; CANIZALEZ, 2010).

---

<sup>83</sup> La formación universitaria de comunicadores sociales en América latina. FELAFACS. Análisis 10/11. 1986- 291-298.

En cuanto a Ecuador, “es uno de los países que tiene una amplia tradición de formación profesional. Las dos primeras escuelas de periodismo fueron creadas en 1945; la una en Quito (Universidad Central) y la otra en Guayaquil (Universidad Estatal)”<sup>85</sup>. Ambas se fundaron en el mismo año.

Los programas universitarios de formación de comunicadores se desarrollaron en América Latina paralelamente al proceso de industrialización. La Escuela Argentina adoptó el modelo profesionalizante de EEUU, mientras Brasil acogió el patrón académico europeo. Después, como un brote, surgirían las Escuelas de formación en Cuba, México, Ecuador, Venezuela y Colombia. ( MARQUES, 1997)

La proliferación de las escuelas de comunicación va acompañada de diversas menciones profesionales, en un claro intento por responder a las demandas del mercado. “La creación de escuelas y programas educativos en los campos de estudio aledaños al periodismo, comunicación general, comunicación social, comunicación organizacional, publicidad, relaciones públicas, diseño audiovisual, entre otros, se ha aumentado de manera exponencial” (REBEIL, 2011).

En toda la región la carrera de comunicación y sus diferentes derivaciones, están en casi todas las ofertas privadas de educación superior.

“ ... La perspectiva dominante del campo de la comunicación en el ámbito de la formación académica y profesional, ha sido la de tratar de adecuar la formación a los requerimientos del mercado de trabajo, y muy especialmente del sector de los medios” (FUENTES, 1999) . Ello ha reducido el campo de acción de la comunicación y permite además que se reduzca a la comunicación, al periodismo, o viceversa.

Estos profesionales de amplias destrezas periodísticas, alimentaron al reciente desarrollo de un monopolio mediático mundial, sin poder librarse del modelo hegemónico impuesto de manera particular por Estados Unidos.

A los dos países pioneros se sumaron más de una docena de universidades e institutos de todo tipo, destinados de manera particular a la enseñanza de la comunicación en Latinoamérica. Este proceso tiene ya más de medio siglo.

El tiempo ha permitido volcar el plan de estudio y el enfoque profesional, pero aún sobrevive una debilidad epistemológica, criterio que ha sido ampliamente argumentado por José Marques de Melo (1985) y Jesús Martín Barbero (1987), entre otros.

Como bien lo resume Marques de Melo: “La enseñanza de la comunicación cuenta ya con

---

<sup>85</sup> Los datos citados se publican en el Informe sobre campos profesionales y mercados laborales de los comunicadores sociales en Quito. Investigación desarrollada por el Instituto Superior de Investigaciones de la Facultad de Comunicación Social. ISICS ( 1999) .

medio siglo de experiencias acumuladas desde las iniciativas pioneras que se dieron simultáneamente en Argentina y Brasil, en la década de los años 30. Las primeras instituciones que se fundaron correspondían a la demanda social que surgían en las empresas periodísticas”. En Ecuador por ejemplo, alimentaron con mano de obra a los periódicos, El Comercio y El Universo.

En la década del 30 y a finales de los 40, la Comunicación Social dentro de la profesión universitaria tenía como objetivo supremo la consolidación de un obrero de la comunicación con una capacidad intelectual media, pero con habilidades operativas (técnicas) a fin de que pueda cumplir con rigor las exigencias de los medios.

El rigor académico de la época podría resumirse en los tres enfoques que citamos a continuación:

**1.- El análisis del contexto histórico:**

Que se relaciona con las materias de formación y cultura básica, y que en algunos casos supera más del 20% de toda la malla curricular, esto especialmente en el ámbito europeo.

**2.- Las necesidades sociales, políticas y económicas de la región.**

Es decir, una visión ampliada e integral de la geopolítica mundial. Conocimientos que en la actualidad también están contemplados dentro de la materia de formación básica, y relacionados con lo que llamamos competencias disciplinarias (saber).

**3.- Incorporación de las nuevas tecnologías**

El inicio e incipiente desarrollo de la época de lo que más tarde serían las nuevas tecnologías, consideradas como materias de formación profesional (saber-hacer), como tal obligatorias y parte fundamental de la malla curricular.

Este tipo de modelo formativo genérico se halla enmarcado dentro de cuatro tipos de conocimiento (McQuail, 2000) que detallamos de inmediato:

Un primero relacionado con el saber operativo, y como tal, eminentemente práctico. Ideas básicas en relación al desempeño y normas que rigen la profesión, es decir, el cómo ser instrumentos prácticos al servicio de las necesidades exclusivas de los medios de comunicación.

Una segunda fuente de conocimiento está en las teorías de carácter normativo, que reflexionan sobre cómo deberían operar los medios de comunicación, tomando como referencia toda la teoría y discusión que existe en relación a los códigos deontológicos, muchos de los cuales quedan como enunciados teóricos, frente a las políticas e intereses de la empresa periodística, que por cierto, están siempre distante de la universidad y de sus líneas formativas.

La tercera fuente de conocimiento está relacionada con el sentido común de las personas, las visiones e imágenes que el solo consumo de los medios de comunicación provoca, no resulta muy complejo que el consumidor evidencie el tipo de género y la circunstancia que

rodea al hecho periodístico en particular.

Una tarea que a nivel de la práctica periodística se denomina contextualización, la misma que debe ir acompañada de la verificación y otros fundamentos periodísticos. No debemos olvidar que el sustento del periodismo está en la investigación.

Y por último, aquel conocimiento relacionado con una teoría científica social y como tal con todo el rigor y la metodología que exige la ciencia en general, sustentada básicamente en métodos cuantitativos y cualitativos<sup>86</sup>

La dedicación exclusiva a la formación periodística fue -y en algunos casos sigue siendo- el horizonte formativo de las escuelas y facultades de comunicación y periodismo, esquema en el cual la figura del periodista, como un activista político, puede ser muy común, sobre todo en el caso de América Latina.

“El papel central de la comunicación en la sociedad del siglo XXI ha despejado el camino para un conjunto de titulaciones, donde el periodismo sigue ocupando un lugar destacado” (LÓPEZ,2009) pese a la crisis que soporta el sector relacionado con los medios tradicionales de comunicación, en especial.

Es importante mencionar que la tradición en relación a la formación de periodistas en América Latina, es anterior a la formación de comunicadores sociales. A principios de la década de los años 40 del siglo pasado, ya hubo escuelas dedicadas a la formación de periodismo en Cuba (1942), México (1947), y Ecuador en donde la Facultad de Comunicación Social perteneciente a la Universidad Central del Ecuador, se funda en (1945) y simultáneamente se crea otra escuela en la ciudad de Guayaquil.

“Al inicio de los cincuenta existían trece escuelas en América Latina, localizadas precisamente en Argentina, México, Perú y Venezuela. Diez años más tarde, el número se había triplicado” (MARQUES, 1985). Este ritmo de crecimiento se ha incrementado en algunas regiones, atendiendo de manera particular a las demandas del mercado, más que a una estructura o disciplina seria y sistemática de estudio e investigación, por parte de la universidad.

“El periodismo latinoamericano que tuvo sus raíces en el viejo y lento sistema informativo colonial, reclutaba sus animadores de la política y la literatura, porque éstas eran las funciones principales que se adjudicaban a la prensa. Luego de las batallas independentistas, un activo y hasta violento periodismo participó en las construcciones nacionales, identificando, definiendo características que lo alejaron para siempre de la homogeneidad colonial” (GARGUREVICH, 2010).

No es raro, por ejemplo, que en algunos gobiernos de países como Venezuela, Colombia y

---

<sup>86</sup> Cfr. BERGER, 1998 ; SIERRA BRAVO, 1995; WINNER y DOMINIK, 1996.

Ecuador, hayan sido los gobiernos de turno los que, vía decreto presidencial, emitieron títulos a las personas que por un determinado tiempo estaban trabajando en los medios de comunicación, exonerándolos de acudir a la universidad.

En el caso de Ecuador, como lo recuerda el académico José Villamarín Carrascal<sup>87</sup>, en 1975 el general Rodríguez Lara emitió la Ley del Ejercicio Profesional del Periodista, documento con el cual todo practicante de dicha rama, que avale 5 años de experiencia, podía acceder a un título profesional.

La citada Ley de Ejercicio Profesional, promulgada en el Registro Oficial No. 900 de 1975, expresa de manera textual en el Art. No. 1, lo siguiente: “Es periodista profesional literal c.) Quien obtuviera un certificado de profesionalización otorgado por el Ministerio de Educación Pública, en razón de hacer ejercicio la profesión, con anterioridad a la fecha de vigencia de esta Ley, y de acuerdo con sus disposiciones...” (SALVADOR, 2006).

La ley recordada como “*Ley de la Dictadura*”, fue impulsada básicamente por los gremios periodísticos, de manera particular por la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador<sup>88</sup> y la Federación Nacional de Periodistas. A estos dos organismos colegiados se les dio la responsabilidad de certificar y valorar la experiencia de los periodistas, hasta entonces sin título.

En el proceso de calificación también participaron las universidades Central del Ecuador y Estatal de Guayaquil, consideradas como los primeros centros de formación de periodistas en Ecuador.

Según la investigación realizada por el periodista ecuatoriano Milton Salvador, en este marco legal, la comisión organizadora recibió, tramitó y resolvió un total de 1.537 solicitudes, provenientes de diversas provincias del país.

Es importante comentar que 851 solicitudes provenían de profesionales sin título universitario, pero con amplia vinculación y ejercicio en los medios de comunicación del Ecuador.

Bajo este marco se titularon periodistas de renombre como: Diego Oquendo, Alfredo Pinargote, Jorge Ortiz<sup>89</sup>, el académico Alberto Maldonado, ex decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, entre otros.

---

<sup>87</sup> Los datos atribuidos al académico José Villamarín, son el producto de una entrevista personal, realizada el 8 de febrero 2011 en la Unidad de Investigación de Ciespal- Quito, entidad donde el profesional presta sus servicios.

<sup>88</sup> La UNP es un organismo gremial que se formó en 1940, uno de sus objetivos ha sido la defensa profesional y la capacitación. Cuenta con núcleos en 16 provincias del Ecuador

<sup>89</sup> Diego Oquendo fue durante la década del 70/80 uno de los periodistas más influyentes de la TV Ecuatoriana, su posición, fue siempre de una clara oposición a los gobiernos de turno. Hoy es el propietario de Radio Visión Quito, donde mantiene segmentos informativos y de opinión. Alfredo Pinargote es un periodista vinculado con la grupo Alvarado Roca, y como tal figura como periodista de la Cadena Ecuavisa y Revista Vistazo, Jorge Ortiz fue durante más de 20 años del periodista más emblemático de la cadena Teleamazonas, hoy se encuentra fuera del aire.

Tal mecanismo de titulación ha sido un blanco fuerte del ataque que el actual presidente Correa en contra de los periodistas, cuestionando incluso su ética profesional<sup>90</sup>.

Sin embargo, existen otros que defienden la pertinencia de la ley, como el jurista Milton Álava: “Con la Ley fue superada en nuestro país la era de la improvisación y del espontaneismo en la actividad periodística, pero no para todo tipo de publicaciones, sino exclusivamente para los medios de comunicación. Esto significaba el reconocimiento de que el periodismo se había tornado una profesión que requería de conocimiento científico y técnico especial, y además que el periodista profesional es un trabajador como cualquier otro” (ÁLAVA 2000). Por otro lado un hecho relevante dentro del escenario formativo es la creación, en Ecuador, del Centro de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina ( CIESPAL) en 1960, que lideró procesos de capacitación y formación de periodismo con éxito por casi dos décadas, a la cual se dedicara un amplio espacio en esta investigación.

“Bajo los auspicios de la UNESCO; la OEA y algunas fundaciones internacionales (entre ellas la Ford y la Friedrich Ebert) se funda CIESPAL como organismo promotor que se atribuye la tarea de difundir en la región Latinoamericana un “*Plan tipo*” de escuela de ciencias de la información colectiva. El objetivo explícito era la de subsanar la brecha existente entre las escuelas tradicionales de periodismo y las necesidades teórica y práctica derivadas de la emergencia de los medios electrónica de comunicación” (CIESPAL, 1960)<sup>91</sup>.

El organismo ecuatoriano lideró la propuesta de una formación polivalente, centrada básicamente en las siguientes áreas del conocimiento:

- Ciencias de la comunicación
- Técnicas y prácticas profesionales
- Investigación y comunicación y desarrollo
- Materias generales
- Teoría y la práctica (investigación, comunicación y desarrollo, los análisis sociológicos, de campo y de laboratorio)

“En los años cincuenta existían en América Latina trece escuelas de periodismo. En 1988 aumenta a 207 el número de facultades, y en 1990 existían 224 escuelas; México ocupa el primer lugar en cuanto al número de escuelas y Brasil el segundo” (CASTILLO, 1999). Brasil y México tienen a su vez un puesto bien ganado en cuanto a la producción científica relacionada con la comunicación.

El crecimiento puede tener diversas lecturas, que a su vez están correlacionadas con las

---

<sup>90</sup> La declaraciones oficiales de Presidente Correa en relación a este tema pueden verse en: [http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news\\_user\\_view/a\\_diego\\_oguendo\\_jorge\\_Ortiz\\_y\\_alfredo\\_pinoargote\\_la\\_dictadura\\_militar\\_les\\_ldquoortorgo\\_rdquo\\_el\\_titulo\\_de\\_periodistas--106938](http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/a_diego_oguendo_jorge_Ortiz_y_alfredo_pinoargote_la_dictadura_militar_les_ldquoortorgo_rdquo_el_titulo_de_periodistas--106938). Acceso: 08/02/11

<sup>91</sup> CIESPAL. La enseñanza del Periodismo y los medios de información. Ciespal(1960)

realidades latinoamericanas, que intentaremos exponer desde la visión de los autores más relevantes en nuestra región:

“El crecimiento de las facultades de comunicación en la Región Andina sigue siendo explosivo desde mediados de los años noventa. Este crecimiento puede explicarse por la demanda de nuevas competencias y habilidades del mundo laboral, debido al mayor reconocimiento de la comunicación en la vida pública, al desarrollo económico y a la necesidad de profesionalización del estudiante en la carreras de actualidad” (QUIROZ, 2009) <sup>92</sup> basta con revisar el número de miembros que registra la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), para deducir el crecimiento de este sector.

“El crecimiento acelerado de las Facultades de Comunicación responde básicamente al incremento del número de estudiantes que terminan el nivel secundario. Ello se vuelve contra una Universidad que no tiene posibilidades de atender a tantos estudiantes, de manera tal que se crean Facultades para dar oportunidad a aquellos que deseen seguir una carrera universitaria. Asimismo se explica por una cierta moda de estudiar la carrera y de manejar los medios de comunicación, y por el propósito de algunas entidades universitarias de crear programas no con un criterio académico serio, sino con un afán comercial de graduar profesional y de mejorar su rentabilidad” (SÁNCHEZ, 1987).

En muchas facultades los estudios de comunicación tienen menciones cada vez más diversas, como la publicidad, el marketing, la comunicación organizacional, entre otras más espíritu administrativo.

Estas divisiones han ampliado el marco laboral de los comunicadores, pero también a veces han minado el rigor científico que la comunicación, que como parte de las Ciencias Sociales, debería tener. La falta de una definición clara de los alcances y contenidos de estudio, es un problema de fondo en el proceso formativo, pero no lo es únicamente en América Latina “... nuestros licenciados son más un producto del pragmatismo empresarial que del espíritu universitario y del conocimiento” (BENAVIDES, 2006)

“Para la década de los 60, con la aparición de la primera facultad de comunicación en América Latina, su campo educativo se constituye más sólido; sin embargo, esto no significa que también se consolide el campo de las prácticas profesionales, ni mucho menos define la existencia de los comunicadores. Esto sólo muestra la objetivación de ciertos saberes y conocimientos que ya existían y que fueron traducidos a un plan de estudios específicos”.(OROZCO,1999), sin lograr una armonía entre los saberes técnico/profesionales.

Esta falta de armonía académica es una prueba de un constante proceso de incomunicación que existen entre cada una de las facultades; no hay armonización en las capacidades y perfiles profesionales.

Hoy se cuestiona el papel que las escuelas de periodismo y comunicación adquieren en

torno a las dinámicas que dan forma a la profesión, producto de su falta de definición académica; su escasa vinculación con la sociedad (BARBERO, 1989) y su incapacidad de conjugar su proyecto de identidad con las salidas profesionales de sus egresados (HERNÁNDEZ & SCHWARZ, 2008). Como una debilidad frecuente y constante en las ofertas formativas, lo que se estudia no es lo que el mercado demanda.

Dan Schiller (1996) nos convoca a repensar la comunicación desde los medios hacia todas las sociedades, desde la académica a la comunidad, considerando todos los fundamentos epistemológicos que la forman, y como tal al servicio social al cual están llamados.

“Hoy la extensión y el significado de la comunicación se ha vuelto virtualmente incontenibles. Estudiar comunicación, como se evidencia cada vez más ampliamente, no es sólo ocuparse de los aportes de un conjunto restringido de medios.....(...). Ni solo involucrarse con la legitimaciones ideológicas del Estado moderno. Estudiar comunicación consiste, más bien, en elaborar argumentos sobre las formas y determinaciones socioculturales como tal. El potencial del estudio de la comunicación, en suma converge directamente y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades” (SCHILLER, 1996).

A esto se suma un escenario sin definiciones claras como es el relacionado con la comunicación y los cambios que la sola presencia de las nuevas tecnologías genera. Cambios que en la mayoría de las veces dejan de lado la profundidad y cultura que requiere el estudiante universitario, y que sociedad espera de un profesional.

“El número de facultades de Comunicación Social afiliadas a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) es de aproximadamente 450 facultades en 22 países de América Latina y muchas de ellas aún no están afiliadas” (LÓPEZ, 2009), por lo cual esta afiliación no refleja el volumen de las que efectivamente existen, pero es una de las pocas cifras globales que existen.

La FELAFACS, que es Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación, que se consolida en la década de los ochenta y que agrupa en su seno a más de 200 facultades y escuelas de Comunicación, de 23 países de América Latina y otras regiones. La federación es reconocida por la UNESCO.

Actualmente se considera que existen más de cien mil estudiantes en más de 250 escuelas de la Región, la mayor concentración de estudiantes de comunicación y ciencias afines la tienen México y Brasil; este último país concentra a un gran número de investigadores y reconocidos teóricos de la investigación en comunicación, como lo evidenciamos en el capítulo I.

Según los Anuarios publicados por la UNESCO, los estudios formales y universitarios de comunicación y/o periodismo asoman hace más de 70 años. La FELAFACS reportó que en el año 2005 había 1.027 programas de Comunicación Social –Periodismo, de tercero y cuarto nivel.

En México se habla de aproximadamente 240 escuelas, y se calcula que hay unos 50 mil estudiantes, mientras que Brasil tendría alrededor de 60 mil estudiantes, y Colombia tendría unos 15 mil estudiantes más. Las cifras citadas evidencian lo atractiva que resulta la carrera para los jóvenes bachilleres, aunque los puestos de trabajo no crezcan a igual ritmo.

En Ecuador existen 26 facultades y escuelas de periodismo y comunicación. Existen universidades como la modalidad abierta de la UTPL, que supera los 600 alumnos, seguida de la central del Ecuador que tiene más de 150 alumnos de comunicación cada año.

Otras son las universidades muy pequeñas, como la universidad del Azuay que no tiene más de 30 alumnos por año. Esta universidad tiene un campo muy selectivo para asignar cupos. Este número de alumnos es muy frecuente dentro de las universidades privadas en el Ecuador.

En cuanto al crecimiento de la tasa de matriculación, podemos afirmar lo siguiente: En la década de los ochenta se puede notar un crecimiento constante de la tasa de matriculación en las diferentes escuelas y facultades de Comunicación y/o Periodismo; pese a esto no se ha podido llegar a acuerdos mínimos universales en relación a las competencias profesionales básicas, las disciplinas fundamentales de estudio, como si lo han logrado en el primer mundo.

Si bien es cierto y como lo hemos evidenciado en estas páginas, la oferta dentro del ámbito de la comunicación es bastante amplia en el país, y atiende de manera particular la textura interdisciplinaria de la comunicación. Consideramos de vital importancia, dentro de esta investigación, medir las fortalezas y debilidades de los programas formativos a nivel general.

Es pertinente comentar, como un dato relevante de la investigación de campo, que hubo una marcada resistencia por parte del decano de Comunicación de la Universidad Central, quien consideró que este tipo de aspectos deben debatirse a lo interno del alma máter por un lado; su otro argumento fue el respeto a la autonomía universitaria, considerando además, poco objetivo medir una universidad pública frente a dos privadas. En las otras dos universidades hubo una amplia acogida e interés por la investigación en general.

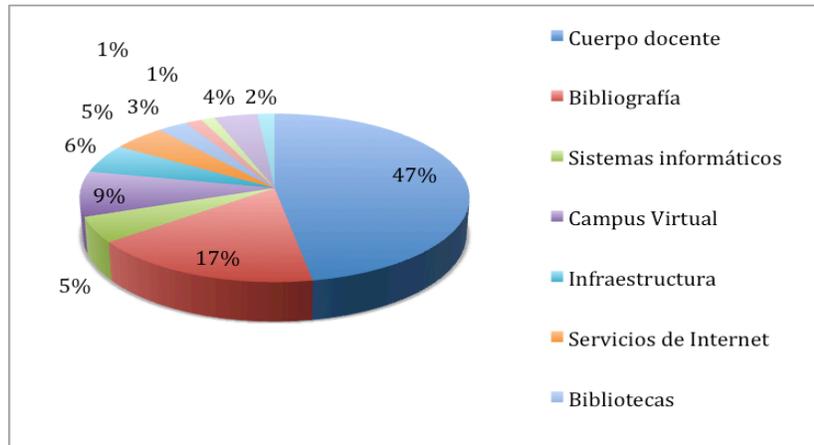
Se presentó a los estudiantes un listado compuesto por once fortalezas dejando, al igual que en las otras preguntas de la encuesta, planteada a los estudiantes, la posibilidad de elegir tres opciones de acuerdo al grado de importancia.

Dentro de la primera opción señalada por los estudiantes, está el cuerpo docente que pese a que no tiene una vinculación a tiempo completo, como lo detallamos dentro del marco teórico, su labor y preparación académica es apreciada por los estudiantes.

En segundo lugar, con una notable distancia asoma la bibliografía que alcanza el 17% y con porcentajes inferiores al 9% asoman las otras opciones, como lo vemos gráficamente

expresado en el siguiente cuadro:

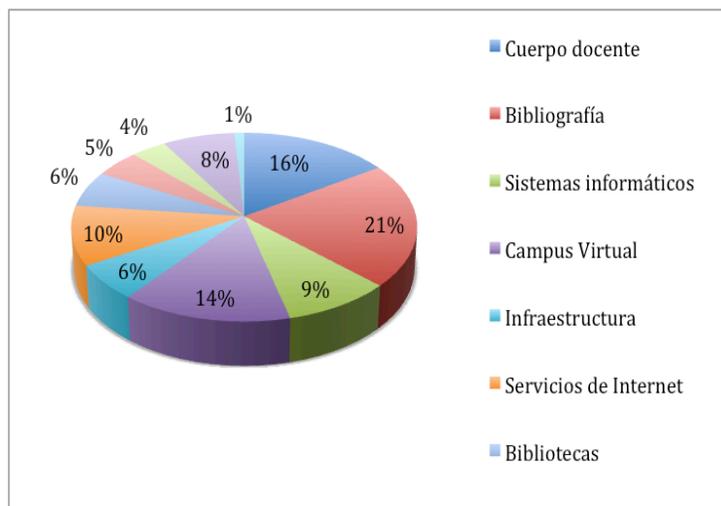
### Fortalezas de los programas formativos de las tres universidades seleccionadas



Cuadro en relación a la opción Nro. 1

En relación a la opción No. 2 señalada por los estudiantes, los resultados fueron los siguientes: la bibliografía alcanza el 21%, seguida por el cuerpo docente que tiene un porcentaje del 16%, mientras que al campus virtual le asignaron el 14%.

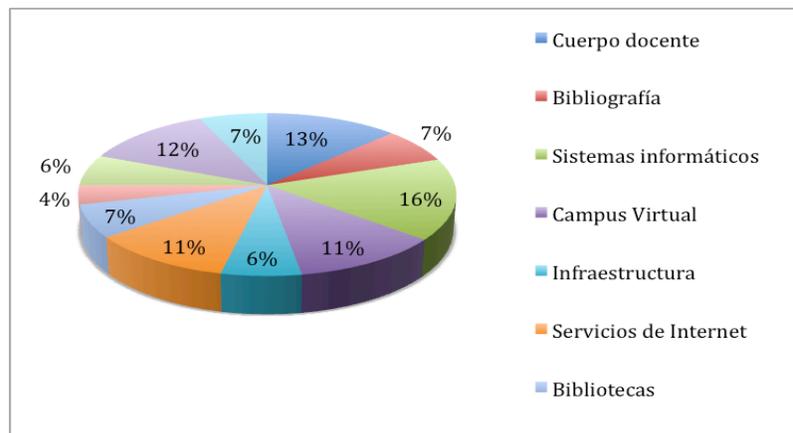
### Fortalezas del programa formativo de las tres universidades seleccionadas



Cuadro resultado opción Nro. 2

La tercera opción, expresada por los estudiantes presenta los siguientes resultados: En primer lugar figura una fortaleza que fue poco valorada dentro de la primera y segunda opción, los sistemas informáticos con un 16%, vuelve a aparecer como fortaleza nuevamente el cuerpo docente que alcanza en 13%, seguida del campus virtual.

### Fortalezas del programa formativo de las tres universidades seleccionadas



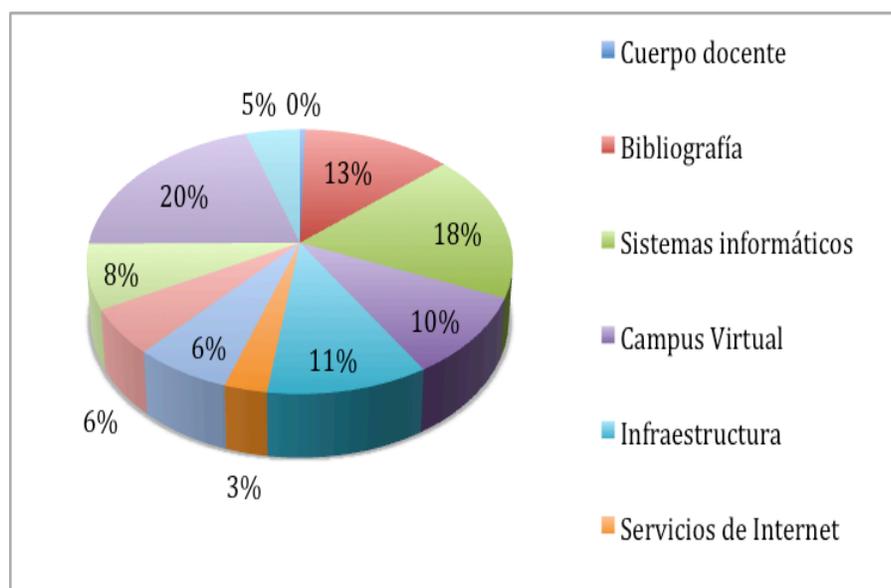
Cuadro resultados opción Nro. 3

Sin embargo, pese a las características propias que presenta cada una de las universidades en estudio, las fortalezas señaladas de manera independiente no difieren demasiado entre una universidad y la otra, por lo cual solo se cita el análisis condensado de la opinión de los estudiantes de las tres universidades.

Para identificar las debilidades que presentan los programas formativos en estudio se incluyó dentro de la encuesta, un listado compuesto por once opciones, dejando al igual que en las otras preguntas la libertad de seleccionar tres opciones.

Los resultados considerados por los estudiantes como la primera opción:

### Debilidades del proceso formativo de las tres universidades seleccionadas



Cuadro de resultados de la opción nro. 1

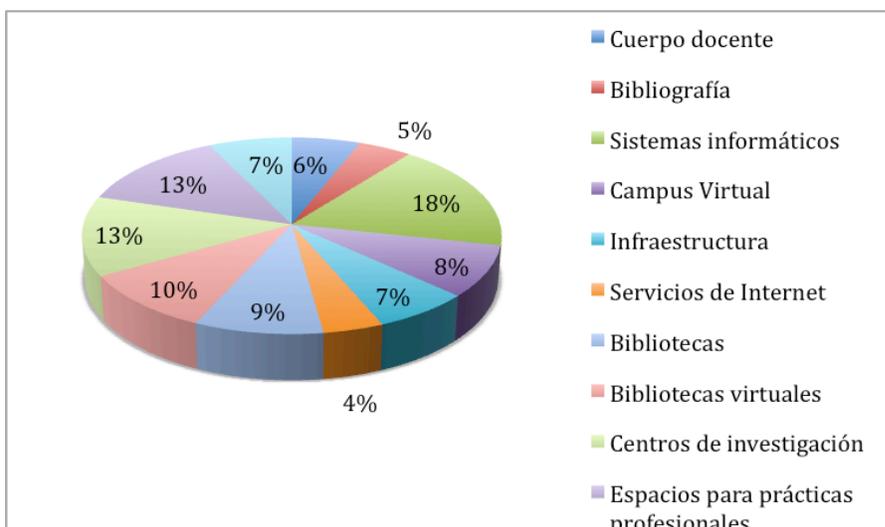
La ausencia o la poca utilidad práctica del campus virtual es señalada por los estudiantes como la debilidad mayor, con un 20%, la segunda debilidad sería la infraestructura, y como tercera asoma la bibliografía con un 13%.

Las debilidades dentro de la tercera opción de los estudiantes son: Con un 18% los sistemas informáticos, por lo cual también se podría explicar la poca consideración que los estudiantes le otorgan a competencias relacionadas con lo digital.

Como segunda opción asoman igual con 13% el campus virtual que tiene estrecha relación con los sistemas informáticos, y las debilidades que presentan, esto según el criterio de los estudiantes expresado en la encuesta.

En tercer lugar están las bibliotecas virtuales, seguida con un 9% de las bibliotecas de papel.

### Debilidades del proceso formativo de las tres universidades seleccionadas

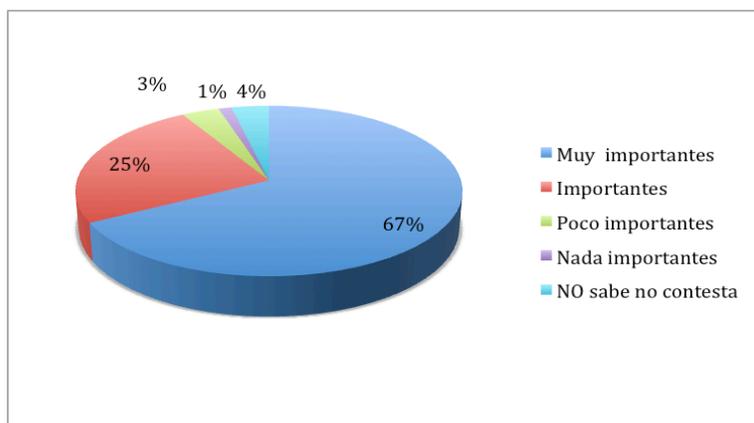


Cuadro de resultados opción Nro. 2

Como nuestro análisis comparativo se ha centrado dentro de la propuesta académica de la Unión Europea, en la cual la movilidad es uno de los mayores logros, consideramos de particular importancia tener la opinión y criterio de los estudiantes en relación a este factor, que en el contexto europeo es visto como una ventaja de la implementación del sistema de créditos.

Consultamos a los estudiantes sobre qué tan importantes eran los procesos de movilidad estudiantil y las respuestas fueron las siguientes:

## Importancia del proceso de movilidad estudiantil



Los procesos de movilidad son altamente valorados por los estudiantes, alcanzan un 67%, seguido de 25% que considera importante. Estos dos porcentajes expresan la valoración positiva de los estudiantes.

En nuestra investigación evidenciamos que la Universidad Central no tiene ninguna iniciativa, y la Universidad el Azuay y la Técnica Particular de Loja, aunque cuentan con programas en este sentido, no se expresa una continuidad ni apoyo constante a este proceso.

Retomando el tema del número de estudiantes en el caso del Ecuador, las carreras relacionadas con Ciencias Sociales y/o humanísticas alcanzan un total del 61% de la tasa de matrícula, según el informe sobre Educación Superior del 2004-2005 que presenta en CONESUP, no existen informes más actuales por la disolución de dicho organismo.

La mayor concentración de escuelas está en Quito y Guayaquil. Hay que destacar, de manera muy particular, también el caso de la escuela de Comunicación Social de Universidad Técnica Particular de Loja, cuya tasa total de matrícula en las dos modalidades abierta y presencial superan a los mil estudiantes por ciclo.

Más del 50% de los estudiantes matriculados en la UTPL se encuentran insertos en los diferentes medios y empresas dedicadas a la comunicación y buscan un título profesional.

TOTAL DE ESTUDIANTES MATRICULADOS DE PRIMERO A DÉCIMO CICLO														
ESCUELA	2004-2	2005-1	2005-2	2006-1	2006-2	2007-1	2007-2	2008-1	2008-2	2009-1	2009-2	2010-1	2010-2	2011-1
Comunicación Social	601	614	635	705	712	725	603	629	683	684	522	399	309	248
Comunicación Social											325	520	665	752

UTPL-ECTS-1A														
<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	601	614	635	705	712	725	603	629	683	684	847	919	974	1000
	<b>NUEVOS ESTUDIANTES MATRICULADOS</b>													
<b>ESCUELA</b>	<b>2004-2</b>	<b>2005-1</b>	<b>2005-2</b>	<b>2006-1</b>	<b>2006-2</b>	<b>2007-1</b>	<b>2007-2</b>	<b>2008-1</b>	<b>2008-2</b>	<b>2009-1</b>	<b>2009-2</b>	<b>2010-1</b>	<b>2010-2</b>	<b>2011-1</b>
Comunicación Social	177	144	168	166	182	176	141	143	183	153	12	11	2	
Comunicación Social UTPL-ECTS-1A											265	279	273	244
<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	177	144	168	166	182	176	141	143	183	153	277	290	275	244

Fuente: Departamento de estadística de la UTPL. Moncada Luis (2011).

Los ciclos que tienen el dígito uno (1) al final son los ciclos abril - agosto y los que tienen (2) son octubre - febrero.

Actualmente, es una carrera que tiene una demanda que se debate entre la moda y el mercantilismo que rodea a la profesión, sumado a una débil delimitación del campo de las ciencias sociales y ciencias humanísticas, evidenciado en un lento avance epistemológico de las ciencias de la comunicación.

“... las escuelas superiores de comunicación aparecen como el medio para alcanzar sus sueños adolescentes. Muchos de ellos aspiran a ser famosos y llegar a adquirir prestigio y posición social. Es posible que existan también quienes hayan asumido una postura crítica frente a la cultura mas mediática, aunque muy probablemente sean los menos” (ANDION, 2002)<sup>93</sup>. Sobrevive en los estudiantes la ilusión de estar en la TV, sin considerar que la comunicación no es una ciencia que no se agota en los medios, y que la profesión de periodista va mucho más allá de la imagen fresca y amigable que en los 90 proyectaron para América Latina la animadora cubana Cristina Zaralegui o don Francisco, iconos de éxito de cientos de latinoamericanos que abandonaron su país en busca de un horizonte mejor; los animadores citados lideraron programas taquilleros de la cadena latina Univisión

De allí que “Ya el horizonte de las clases media ninguna familia se siente completamente

sin un hijo o un hija que estudie Comunicación. Algún empleo habrá para ellos, y la saturación del mercado de trabajo no obstaculiza el auge del nuevo espacio vocacional” (MONSIVAIS, 2007), pero la profesión representa ahora mismo un escalón superior en la escala social, pese a que el periodismo no pasa por su mejor momento.

En resumen, las facultades y escuelas de Comunicación han centrado sus esfuerzos en pulir la parte técnica-práctica de los futuros comunicadores, dejando de lado, por ejemplo, los horizontes poco delimitados y por descubrir de la investigación de las Ciencias Sociales, en algunos casos logrando únicamente una formación técnico-profesional, reduciendo su visión a la tarea encomendada a los institutos de nivel medio.

“El reto de una formación de comunicadores más relevante socialmente no radica en la intención de hacerlo (solamente), sino en la metodología para traducir adecuadamente las prácticas profesionales de comunicación y en general las prácticas sociales de comunicación en campos educativos” (OROZCO, 1990)

Omar Rincón por su parte pide que se forme más comunicadores sociales vinculados a la producción, mientras que J. M. Barbero, sostiene que la academia debería centrarse en hacer tres cosas fundamentales:

- a.- El comunicador debe pensar con su propia cabeza (*pensamiento crítico/autónomo*)
- b.- El comunicador debe tener qué decir (*conocimiento de la realidad*)
- c.- El comunicador debe ganarse la escucha de la gente (*conocimiento y análisis del público: necesidades y preferencias*). Ocurre demasiado a menudo que los periodistas piensan que su tarea consiste en escribir reportajes más que influir en la conducta de sus lectores. (BERLO, 1969), y es evidente que una de las debilidades frecuente proviene justamente de la incapacidad de construir una frase.

Por otro lado, un factor que es muy común en la tasa de matriculación en Latinoamérica es la presencia mayoritaria de mujeres, aunque en la mayoría de las veces su ingreso está supeditado a la ilusión de ver su rostro en la pantalla chica.

En todo caso, no se conocen estudios específicos, sobre género que nos permitan reportar cifras puntuales sobre este fenómeno en nuestra región.

### 3.3 LA FORMACIÓN ACADÉMICA DE LAS FACULTADES Y ESCUELAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN AMÉRICA LATINA

La formación de comunicadores sociales en la región no parte de un modelo propio-único, sino por el contrario, al igual que los procesos de investigación en comunicación toman como referencia las propuestas teórico-conceptuales de Norteamérica<sup>94</sup> y en segunda instancia los postulados teóricos del continente Europa.

La formación clásica norteamericana marcó la primera etapa de las escuelas y facultades de Comunicación, en nuestra región. A lo largo del siglo XX, el periodismo norteamericano se colocó firmemente en el campo liberal. Para la realización de su ideal-información de hechos sin partidismo (WEAVER, 2006: 6) y la objetividad periodística en la narración e interpretación del acontecimiento noticioso.

“No debemos olvidar que las Facultades y Escuelas de Comunicación Social y Periodismo de América Latina son un invento muy interesante y propio del continente. Nacieron desde el modelo clásico de las escuelas de periodismo norteamericano, donde el esquema de formación se orientaba a capacitar personal en respuesta a la demanda concreta del mercado laboral desde un concepto de comunicación sólo vinculado con los medios masivos” (ROVEDA, 2005)

La calidad de la enseñanza en los países de América Latina y el Caribe es heterogénea, por varios factores que esperamos explicar a lo largo de este capítulo, los resultados y la evaluación de cada una de las ofertas académicas en cada caso presenta algunas características y diferencias conceptuales y prácticas, como lo iremos detallando.

La orientación académica de las escuelas y facultades es uno de los puntos más polémicos de debate en las citas académicas que sobre comunicación y periodismo se realizan en todo el mundo, lo cual por supuesto, también depende de la estructura general del sistema universitario.

“La historia del campo académico de la comunicación no abarca más que las últimas cinco décadas, tiempo que lleva el proceso de su institucionalización en las universidades y centros de investigación” (FUENTES, 2003) las pruebas evidentes de procesos investigativos son aún escasas. Hay muchas esperanzas sobre todo en estudios relacionados con comunicación, cultura e identidad nacional que promueven las ONG y otros procesos de investigación que están siendo liderados por las universidades latinoamericanas, en especial.

---

<sup>94</sup> Los autores que han tenido mayor impacto e influencia en nuestra región son: Lazarsfeld P, Raymond W, Nixon B, Everett Rogers, W Schramm, y en el caso de Canadá Vicent Mosco, Dallas Smyte, por citar algunos de referencia.

La historia en relación a la formación de comunicadores sociales y/o periodistas en América Latina, tiene cuatro etapas muy definidas, sobre las cuales intentaremos hacer una exploración bibliográfica e histórica, como base fundamental para determinar el futuro y los retos del comunicador social del futuro, en nuestra región.

- 1.- Formación humanista
- 2.- Formación ideologista/ denuncia social
- 3.- Estructuralista y crítica
- 4.- Culturalista

### **1.- Formación humanista**

En esta etapa considerada hasta 1930, se evidencia una marcada influencia de la literatura, la política y el derecho; los estudios estaban concentrados en una formación de carácter filosófico/ cultural.

A partir de 1950 podemos hablar de una ciencia propia del ámbito de la comunicación, pero integrada a distintas disciplinas de corte social, por ejemplo la Teoría de la Comunicación con aspectos relacionados con la física, biología, las ciencias económicas, y otras. (SERRANO, 1981).

La interdisciplinariedad es un paso más en la consolidación de la Teoría de la Comunicación como ciencia (MORAGAS, 1981) cuyos procedimientos están basados de manera particular en la observación y la experimentación.

El comunicador era considerado un científico social preocupado por los movimientos culturales y sociales de su sector. Sus intervenciones a nivel de los medios de comunicación, fueron una mezcla atractiva de los estilos: periodístico y literario, con una marcada posición ideológica.

### **2.- Formación ideologista / denuncia social**

En esta etapa se producen una serie de cambios y enfoques en la enseñanza de la comunicación, motivados principalmente por la guerra fría y las secuelas sociales y políticas que este hecho dejó en todo el mundo.

Hay una amplia política de capacitación fomentada por CIESPAL y la adaptación e influencia que la Teoría Crítica, el Materialismo Histórico y la Economía Política que tuvieron y tienen en nuestra región.

“Aparecen nuevas facultades que se interesan por hacer contrapeso a la formación humanista y acrítica de las ya existentes.

Se inicia una nueva tendencia que da por sentada la necesidad de abrir a juicios críticos la labor del comunicador social” (SILVA, 1999), ampliando de esta manera el perfil y el campo ocupacional, lo cual acerca a la profesión al ámbito de las relaciones públicas y otros conceptos de orden administrativo.

### 3.- Estructuralista y crítica

Asoma como una corriente filosófica dedicada al estudio de la lingüística y la semiótica, en torno a la cual se han consolidado las principales teorías de la comunicación, que se preocupan de manera particular de la forma y sentido lógico de la comunicación.

Dentro de este mismo marco, se considera como la época más destacada en relación al estudio de la cultura de masas y los efectos de la televisión, relacionados con la teoría de Agenda Setting, fundamentados específicamente en la tradición investigativa norteamericana.

La Teoría de la Agenda Setting se basa en un enfoque empírico-funcionalista y representa la segunda generación de la teoría que ha influenciado el pensamiento y la investigación científica, en la comunicación, pero siempre marcada por el empirismo.

“La identidad central de la teoría crítica se configura, por un lado, como construcción analítica de los fenómenos que investiga, y por otro lado, simultáneamente, como capacidad de referir dichos fenómenos a las fuerzas sociales que los determinan” (WOLF, 1987).

Teoría crítica, en filosofía, se denomina al cuerpo teórico principal de los filósofos y otros pensadores de diferentes disciplinas adscritos a la Escuela de Frankfurt: Theodor Adorno, Walter Benjamín, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas, Oskar Negt o Hermann Schweppenhäuser, Erich Fromm, Albrecht Wellmer y Axel Honneth entre otros.

La teoría de la sociedad de masas, destaca la interdependencia entre las instituciones que detentan el poder y sostiene que, los medios de comunicación se integran a las fuentes de poder y autoridad sociales. En esta línea, es probable considerar que el contenido de los mensajes se encuentre al servicio de quienes poseen el poder político y económico. De esta forma, la versión del mundo que los medios exhiban, será a fin de colaborar en la subordinación de las audiencias al poder. Es posible ver en los mensajes mediáticos, una interpretación irreal del mundo, de manera tal que, actuando como instrumento de manipulación, ayuda a las masas a sobrevivir en condiciones difíciles.

Más allá de la teoría pesimista de la sociedad de masas, se encuentran las teorías de origen estrictamente marxista, que se diferencian de las anteriores por poseer un perfil ideológico más definido.

En *La ideología alemana* Marx afirma que *"las ideas de la clase dominante son en todas las épocas, las ideas dominantes"*. Este postulado, si bien hay que aplicarlo actualmente a instituciones que, en tiempos de Marx, tenían una existencia limitada, sería el punto de partida para un cuerpo teórico predictivo a respecto a los medios cuyo supuesto fundamental es la unidad de la "elite" de la sociedad, así como una subordinación de los demás sectores sociales a los intereses de la clase dominante.

Los medios de comunicación social, son una institución característica de la sociedad de clases, de acuerdo a estos enfoques, la visión del mundo que estos transmitirán, será acorde a los intereses y a la ideología de la clase dominante. De esta forma, la tendencia ideológica será la de evitar que otras fuerzas puedan crecer y ganar legitimidad al tiempo que las audiencias recibirán aquello que deseen dentro de los límites marcados por lo que no pueda considerarse peligroso para que continúe el predominio de la clase dominante. Este

particular punto de vista, transforma al estudio de la comunicación de masas en un trabajo cuyo objeto central es descubrir los complicados mecanismos subyacentes a través de los cuales la sociedad capitalista controla la producción, la distribución, el consumo y la ideología sin la necesidad de recurrir al poder coactivo del Estado.

Entre los enfoques marxistas tradicionales, se destacan:

1. La teoría político-económica de los medios de comunicación
2. La teoría de la hegemonía de los medios de comunicación
3. La escuela de Frankfurt

En este contexto, por las características de esta investigación, me interesa apuntar el nacimiento de la Teoría de la Agenda Setting, que se produce a comienzos de los 70 y cuya fundamentación teórica se basó en el famoso libro: *Public Opinion* (1922), del periodista Walter Lippman.

“La teoría de agenda setting defiende la idea de que los consumidores de noticias tienden a considerar más importantes los asuntos que difunde la prensa, y sugiere que los medios de comunicación dirigen nuestras conversaciones” (OLIVIERA, 2009), creando una serie de estereotipos y distorsiones de la realidad.

Bajo esta premisa, los medios tienen una participación importante en la construcción y fijación de la memoria colectiva. “Estas líneas de argumentación permiten pensar los medios como productores de encuadramientos que pueden incidir en la configuración de las memorias de los grupos y, también, en la instauración del olvido” (BONNI, 2009).

El proceso, que hasta cierto punto podría tener tintes alienantes, funciona bajo la siguiente premisa básica: “*los medios no dicen qué hay que pensar, sino sobre qué hay que pensar*”.

Bajo este esquema, los medios imponen una agenda, una realidad y una perspectiva de futuro, en base a los intereses del medio (política editorial) que en muchos de los casos pueden diferir de la realidad misma, y el reprimido deseo del periodista de comunicar la verdad, bajo expreso conocimiento y conciencia de la omisión realizada.

“Los medios influyen más que en configurar la opinión de la gente sobre los asuntos pendientes, sobre las cuestiones importantes en el orden del día de la sociedad, en convencer a todos que éstos son efectivamente los asuntos decisivos” (GOMIS, 1991), motivo por el cual los medios tienen un papel fundamental que cumplir en la sociedad.

Históricamente, han sido un instrumento de cambio social, y como tal debemos reconocer que los procesos comunicacionales contemporáneos están cruzados, condicionados y constituidos por los sistemas mediáticos<sup>95</sup>

Siguiendo a Maxwell y McCombs, podemos afirmar que los aportes fundamentales en relación a la Agenda Setting se pueden resumir así:

---

<sup>95</sup> Cfr. MATA, 1999; FORD, 1999.

- 1.- Los medios de comunicación no producen efectos automáticos, ni mecánicos
- 2.- Que existen temas específicos dentro de la cosmovisión del ciudadano común que son también preocupación del resto, y como tal pueden generar opinión pública.
- 3.- La generación de procesos de opinión pública parte de un conocimiento del tema y la incidencia de estos temas dependerá de las creencias y valores preexistentes, base sobre la cual, además, las personas se enfrentan y actúan.

#### **4.- Culturalista**

Se desarrolla dentro de la conocida crisis de la modernidad y la época postmoderna, marcada por una crisis de ideologías y la llegada inevitable de la sociedad de la información y la globalización.

América Latina es un escenario favorable para desarrollar investigaciones de género, enfoques étnicos, y vivencias entre lo rural y urbano. Entre los primeros centros universitarios que implementaron este modelo para la formación de comunicadores sociales, estuvieron como pioneras: Universidad de Buenos Aires, Universidad de Chile, y universidades de Antioquia y Javeriana de Colombia, entre las pioneras.

Como todos sabemos, la Comunicación y el Periodismo como tal, forman parte de las Ciencias Sociales, lo cual las convierte en un saber inexacto trans y post disciplinario, marcado por una debilidad epistemológica, debilidad que representa un complejo problema en el proceso de formación universitaria.

La debilidad epistemológica ha sido estudiada con mucho entusiasmo en América Latina, de manera principal por: Marques de Melo, Orozco Gómez, García Canclini, Beltrán Salmón, y Martín Barbero, entre otros, quienes han buscado desde sus espacios darle unidad y sentido a la comunicación, considerando sobre todo como un eje integrador a la cultura, dentro de lo que se conoce como procesos socio-culturales.

Los exponentes en relación a comunicación y cultura en el ámbito latinoamericano, no son abundantes pero representan una de las corrientes más fuertes de estudio en nuestra región, y han sido el semillero donde se están gestando las investigaciones más importantes en el ámbito de la comunicación. Por citar un ejemplo, Barbero en torno a las mediaciones culturales y Canclini en relación a los consumos culturales, (hibridaciones culturales) representan una vertiente fundamental concordante con los estudios culturales, que han dado un prestigio intelectual a la región.

“Se dice que uno de los problemas en la formación de los comunicadores es el perfil poco claro de la carrera de Comunicación. Independientemente del patrocinio ideológico de la conversión de la escuela de Ciencias de la Información en las facultades de Comunicación Social -bien sea de izquierda o de derecha- hace falta mayor precisión en la delimitación sustantiva de la carrera” (MONCAYO, 2001), lo cual exige una revisión y reforma de los planes de estudio para conectar el futuro profesional con una realidad social cambiante e impredecible.

“El carácter público o privado de las instituciones de enseñanza tiende a marcar significativamente la calidad de la formación de comunicadores y periodistas. Las universidades públicas, aunque en muchos de los casos se encuentran masificadas y en constante crisis, mantienen el prestigio ganado con los años, e invierten en investigación”<sup>96</sup>, sin embargo, las mayores iniciativas y proyectos de investigación sigue estando en el sector privado.

Europa, para citar un hecho de carácter universal, ha dado un paso fundamental con la consolidación de los libros blancos de las titulaciones en Comunicación (2005), pero sobre todo con la implementación de reforma liderada por los ministros de Educación Superior de Europa, cuya unidad y consenso buscó, entre otras cosas, desarrollar el Espacio Europeo de Educación antes del año 2010.

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES 1999) buscó ser “...un espacio en el que la educación superior es responsabilidad pública, y donde todas las instituciones de educación superior deben responder a las necesidades más amplias de la sociedad.... El objetivo es garantizar que la educación superior cuente con los recursos necesarios para seguir cumpliendo con su abanico completo de fines, tales como preparar a los alumnos para la vida...”<sup>97</sup>.

“El desarrollo de este modelo de política académica europea descansa en una relación abierta, y singular cooperación- pues no está respaldada por una reglamentación jurídica comunitaria, ratificada por un tratado” (MURCIANO, 2010). Recordemos que el plazo máximo para lograr la total implementación del sistema fue 2010. Algunos académicos consideran que la armonización de títulos ha sido superada.

Luego de la implementación del sistema de créditos del mundo académico universitario europeo en especial, se ha logrado un acuerdo vital conocido como agenda de Lovaina (2009), cuyas conclusiones se resumen en la unión de esfuerzos para lograr “*una Europa del conocimiento que sea altamente creativa e innovadora*”.

Otro de los acuerdos importantes es el contenido en la Declaración de Budapest- Viena (2010) sobre el Espacio Europeo de Educación Superior, que hace un amplio balance sobre la aplicación del proceso de Bolonia, y con él los efectos de la adopción de un sistema de créditos. Para fines de esta investigación, seguimos considerando el Libro Blanco de titulaciones de la Comunicación (2005), por ser la última referencia a la cual se tiene acceso en relación a este tema, y que representó la posición de los académicos del llamado primer mundo

En el ámbito particular de la comunicación, el Libro Blanco sobre los títulos de grados en dicha área, elaborados por la Agencia Nacional de Evaluación de la calidad y Acreditación

---

<sup>96</sup> Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe.

<sup>97</sup> Comunicado de la Conferencia de Ministros Europeos responsables de Educación Superior. Lovaina Abril 2009.

(ANECA), considera de manera especial que la formación en Periodismo requiere las siguientes competencias formativas:

- Capacidad CRÍTICO-ANALÍTICA
- Buena preparación técnica profesional, para lo cual se plantea como necesarios los procesos de experimentación en laboratorios y en el ámbito profesional específico. TÉCNICO-PROFESIONAL
- Reflexión y aprendizaje sobre el quehacer periodístico
- Predisposición a la innovación.
- Facilidad de adaptarse a los cambios (flexibilidad)

La iniciativa pos Bolonia permitió que todos los componentes de los diversos claustros universitarios logren acuerdos mínimos en relación a las mallas y perfiles profesionales, estimulando de manera impresionante la movilidad universitaria. La implementación de un modelo similar para América Latina sería muy saludable.

En este contexto y como evidencia de carácter histórico, es importante mencionar que la historia de la educación reconoce mucho antes de la consolidación del Espacio Europeo de Educación Superior, la iniciativa del maestro Célestin Freinet (1896-1966) considerado como un innovador de la educación del siglo XX, que le apostó al diálogo y a la cooperación educativa entre pares académicos.

La herramienta fundamental de su método fue el “*tanteo experimental*” y el diálogo abierto entre docente y estudiante, un escenario adecuado para que el alumno ejerza su derecho a la comunicación, y que además este recurso lingüístico le permita proyectarse y explorar nuevas áreas, como una ruta segura para avanzar en el conocimiento.

“Freinet, el profesor motivador, generador de actividad en el aula, supo valerse de técnicas y recursos que podríamos considerar artesanalmente multimedia: una pizarra, quizá desvencijada y una pequeña imprenta... Las técnicas de Freinet consiguieron formar a escolares entusiasmados de poder hablar del lugar en que habitaban, y orgullosos de contar cómo era su escuela o su ciudad, o describir el entorno en el que les tocaba pasar tantas horas al día”, aduciendo a una de las competencias y habilidades imprescindibles, del comunicador/ periodista: el lenguaje.

En América Latina las facultades y los directivos caminan por senderos distintos, distancia que se refleja en los currículos de los centros de formación. “En las escuelas de Comunicación, el currículo ha sido una colcha de retazos, sin principios orientadores, sin directrices políticas o pedagógicas que le den sentido” (MARQUES, 1998).

Este proceso de marcada improvisación hace que la universidad, considerada como un centro formativo/profesional, se encuentre distante del mundo profesional. Una realidad que al menos en caso del primer mundo, ya ha sido estudiada y documentada en cifras. Un estudio realizado a finales de 2001 por la Fundación BBVA, denominado: “Estudio

Internacional, Fundación BBVA sobre estudiantes universitarios de seis países europeos”<sup>98</sup> textualmente expresa: “La satisfacción general con la experiencia universitaria en su conjunto, convive en algunos países, con la percepción de desajuste entre las expectativas y la realidad de la formación para la vida profesional. Solo 4 de cada 10 estudiantes españoles, italianos y franceses, creen que la universidad actual prepara adecuadamente a los estudiantes para la vida profesional, frente a 7 de cada 10 estudiantes británicos, y 5 de cada 10 suecos y alemanes.”

Es importante comentar que tenemos un claustro académico dispuesto a satisfacer las enormes y variantes exigencias del mercado, lo cual nos ha llevado a tener escuelas y facultades que ofertan títulos intermedios, y con diversos énfasis. Muchas de estas ofertas terminan en tecnologías intermedias, con altos componentes administrativos y técnicos, que trabajan con un modelo académico instrumental. En otras palabras, mano de obra barata para trabajar en un mercado cada vez más cambiante e informal, sometido a una tiranía compuesta por los propietarios de los medios de comunicación, los poderes establecidos; y, en algunos casos, los anunciantes de los medios. Estos últimos desde su visión imponen una agenda mediática, que a su vez se transforma en una especie de realidad mediática distante a la realidad misma, pero en estrecha vinculación con los intereses de los dueños de medios, lo que ha debilitado a la profesión.

“El comunicador social debe asumir su rol como intelectual y trabajar en su campo con la actitud comprensiva que permita darle contexto político y cultural a su ejercicio profesional. Es importante precisar que el mercado no está buscando en relación un práctico y técnico, pues para esos menesteres no le faltan candidatos” (QUIROZ, 2005).

Las exigencias del mercado han diversificado la malla curricular de las escuelas y facultades, ampliando los marcos mínimos de estudio, intentando lograr una formación de orden genérico, y llenar en alguna medida los vacíos culturales y científicos que los bachilleres traen de un sistema escolar cada vez más desigual y desactualizado.

“Las facultades reciben bachilleres con una mediocre cultura general, y les propone devolverlos periodistas en cuatro años: Un imposible que nadie denuncia. Porque es improbable aprender en ese tiempo (sin ser exhaustivo) cultura general, dominio de otra lengua, destrezas tecnológicas, reportear y escribir...” (HERNÁNDEZ, 2004)<sup>99</sup>. Pero el lograrlo es un reto académico interesante.

Un horizonte amplio pero sin fundamentación que nos está llevando a tener cientos de titulados en las calles, y una salida alternativa, podría ser la especialización, pero para ello los maestros debemos iniciar con bases normativas profundas, que hoy al menos Ecuador tiene aún una formación comunicacional/ periodística genérica, sin considerar los aspectos administrativos de su vinculación con la universidad.

---

<sup>98</sup> La información empírica de este estudio se obtuvo en base a 3.000 entrevistas personales, en cada uno de los seis países, es decir tuvo un total de 18.000 entrevistados- Todos habían cursado por lo menos dos años de estudios superiores. Las entrevistas fueron realizadas por el Departamento de Estudios Sociales y Opinión Pública de la Fundación BBVA.

<sup>99</sup> Hernández José. (2004) Periodismo ¿ oficio imposible? . Ediciones Ciespal

“Si las facultades quieren formar buenos periodistas tiene que pensar el periodismo a partir de su deber-ser y no remendando sus parodias. Y una de ellas es creer que hoy, con públicos más informados y más segmentados, cualquier periodista puede escribir de cualquier cosa. Se necesita saber, ser especializado” (HERNÁNDEZ, 2004)<sup>100</sup> y por supuesto una conciencia de su oficio.

“A pesar de las constantes reformas curriculares que se han producido en la mayoría de las facultades, la mayoría de ellas no han partido de investigaciones profundas sobre estos temas; básicamente se han abordado en mayor proporción, los estudios sobre el mercado de trabajo del comunicador; y, en menor intensidad, sobre el perfil profesional y la imagen de la profesión. Han sido escasos los trabajos sobre la fundamentación teórica de la carrera misma” (GARCÍA, 2005), que se dificulta por la cantidad y la calidad de programas que existen.

La inclusión de las nuevas tecnologías es un avance altamente positivo dentro de las metas formativas de futuros comunicadores sociales, sin embargo, hay que tener cuidado de no caer en tecnicismo volátil, que nos aleje de la riqueza del pensamiento multidisciplinar, que da sentido y utilidad práctica a la comunicación, como un saber profundo de las ciencias sociales, por la formación débil de lo que Marques de Melo llama: “*minifundios del saber*”, además de la real existencia de la “*glorificación tecnológica*”.<sup>101</sup>

Las tecnologías puedan facilitar los procesos, pero no hacen los procesos en sí, por lo cual en el caso particular de la comunicación, hay que trazar el escenario tecnológico y medir sus límites, pero desde allí programar la formación de los futuros comunicadores.

“Cualquiera que sea el rumbo que la educación tome, en especial la educación en el área de la comunicación, se deberán orientar los procesos bajo perspectivas pedagógicas, aprovechando siempre todo lo posible y optimizando los medios tecnológicos que en cada caso están disponibles. No al revés, adaptando los planes curriculares a los sistemas tecnológicos más modernos, solamente por su transitoria modernidad” (TEIXEIRA, 2006).

El hecho de servir a las exigencias del mercado permite fomentar el ejercicio de la comunicación y el periodismo, desde una visión dogmática y sectaria al servicio de los medios de comunicación y sus propietarios. Y, como lo manifiesta Jesús Martín Barbero: “*La comunicación social, ni conceptual, ni profesionalmente se agota en el periodismo*”. Por ello, asoma la necesidad de recurrir a un estudio profundo de las ciencias sociales, y no limitar la formación académica a un simple adiestramiento para trabajar en los medios de comunicación tradicionales. Es indispensable apostarle a la investigación para conocer a profundidad, cual es el estado actual y el futuro de la comunicación y su ejercicio profesional, pero éste es un rumbo que debe tomarlo la comunidad en su conjunto.

Consultamos a los estudiantes de las universidades involucradas, sobre los principales

---

<sup>100</sup> Idem

<sup>101</sup> Este extremo ya fue evidenciado por el escritor colombiano García Márquez y el diplomático Chileno Juan Somavia, cuando intentaron hacer una evaluación sobre el Informe de la Comisión Mac Bride, donde consideran denuncian la tendencia a glorificar las soluciones tecnológicas frente a los problemas de la comunicación contemporánea.

motivos por los cuales se matricularon en la carrera de Comunicación Social. Para lo cual presentamos un listado compuesto por seis opciones tentativas, dejando en libertad al estudiante de seleccionar tres opciones de acuerdo al grado de importancia y prioridad al momento de elegir su carrera profesional.

Como opción No.1, es Como primera opción decir la mayor prioridad y vinculación, los estudiantes señalaron en un 44,7%, haber seleccionado la carrera de Comunicación Social simplemente porque les gustaba, y con un 24.7% porque querían ser igual a un periodista famoso.

Como opción No.2 vuelve a citarse, como un motivo de selección el gusto por la carrera que alcanza un 17,9%, y otros motivos no especificados con el 11,2%.

Como opción No. 3, no varía demasiado de las otras opciones antes mencionadas, el gusto simplemente por la carrera tiene 13.8%, seguido de la posibilidad de conseguir trabajo que alcanza 8,5%, e igual con un 8,5% otros motivos no especificados .

Dos periodistas ecuatorianos: Rubén Darío Buitrón y Fernando Astudillo Campos<sup>102</sup> han hecho una especie de diagnóstico sobre el ejercicio periodístico, desde su visión de periodistas y editores. El resultado es una crítica a las escuelas y facultades de Comunicación Social, opiniones sobre las cuales ya se podrían diseñar algunas tendencias en relación a los niveles de formación, y al rol académico que las mismas han cumplido.

Al respecto, señala: “En promedio, el futuro periodista es un estudiante que lee poco, tiene un limitado sentido crítico de la realidad, y su entorno; y asume una idea equivocada de su oficio (estrellato, fama, poder, dinero); no desarrolla su capacidad de observación y asombro, y le cuesta entender que su tarea se basará en investigar y contar los hechos concretos....” (BUITRÓN; ASTUDILLO, 2005).

Bajo este horizonte profesional se desarrolla un paradigma informativo, donde la información tiene escasas horas de vida; la opinión circula demasiado libre dentro de un torrente imparable de información útil e inútil, que el cerebro humano no está en capacidad de analizar, metabolizar y digerir con criterio y responsabilidad, pasos fundamentales para la coherencia de procesos posteriores, como la formación de opinión pública.

La verdad es la materia prima más manipulada, y el ejercicio de la interpretación por parte del periodismo, es cada vez menos transcendente. En palabras del célebre reportero de guerra Ryszard Kapuscinski: “Estamos viviendo dos historias distintas: la de verdad y la creada por los medios de comunicación. La paradoja, el drama y el peligro están en el hecho de que conocemos cada vez más la historia creada por los medios de comunicación, y no la verdad”, panorama en el cual los trabajadores de la comunicación tienen mucho que aportar, y como tal es importante volver hacia atrás para revisar cómo fueron formados.

---

<sup>102</sup> Rubén Darío Buitrón es un periodista con amplia vinculación con el mundo académico en el Ecuador, ha sido asesor de contenidos de algunos medios impresos del país. Independientemente ha emprendido una serie de proceso de capacitación a periodistas sobre las tendencias de las salas de redacción y el buen periodismo. Sus trabajos se pueden visitar en: [rubendariobuitron.wordpress.com/](http://rubendariobuitron.wordpress.com/).  
Fernando Astudillo. Periodista guayaquileño, sub jefe de redacción de Diario El Universo.

A todo este horizonte inexacto se suma a una creciente desprofesionalización, marcada por las redes sociales, donde todos pueden ejercer el derecho a la comunicación y llamarse en algunos casos y equivocadamente, periodistas. La sola presencia de la red ha consolidado un espacio sobre el cual se desarrolla nuevas formas y tendencias del periodismo el ejemplo más emblemático es el caso de wikileaks.

La prisa con la que caminan las redes sociales y los cambios en las teorías y procesos de comunicación, son tan rápidos, que la mayoría de las veces se quedan fuera del currículo, sobre todo cuando estas estructuras académicas son rígidas y burocráticas. Como resultado tenemos un profesional de la comunicación que le cuesta implementar las bondades del buen periodismo, dentro de un mundo libre y cambiante como es la red.

“Me temo que no solo los periodistas son los que se han extraviado en el laberinto de una tecnología disparatada, sino que lo que está en entredicho es la propia identidad de esta técnica de trabajo social, llamada periodismo” (LÓPEZ, 2005). Ello nos lleva a repensar sobre el papel que tiene el periodismo que se difunde en las redes, y la calidad del mismo, puesto que el ejercicio periodístico no solo se puede limitar a la difusión de conocimientos.

“La nueva generación que habita los espacios de las facultades de comunicación demuestra gran fascinación al oír las tecnologías digitales y por las relaciones de sociabilidad cultivadas a través de las redes mundiales de ordenadores. Por su parte, las vanguardias intelectuales del área se sienten desafiadas a dar respuestas inmediatas a sus discípulos, optando por nutrirse preferentemente de acervos teóricos foráneos” (MÁRQUEZ, 2009). Estos personajes muchas veces tienen una amplia y práctica formación técnica, pero con vacíos intelectuales, que en algunos casos no han aportado a la profesionalización.

Si hay algo que el periodismo necesita es una profunda reflexión intelectual sobre su oficio y el futuro del mismo. A estos personajes Marqués de Mello los llama -y con justa razón- “*pregoneros de la mundialización cultural*”.

La FELAFACS por su parte, como organismo aglutinador del sector de la educación, periodismo y comunicación, reclama una mayor vinculación de la universidad con la realidad, como un mecanismo válido para fomentar la formación integral.

Teresa Quiroz, ex presidenta de FELAFACS, manifestaba a través de una entrevista que: “La educación está muy por detrás de los cambios que se están desarrollando en el mundo (...) La universidad tiene que dar un giro y un golpe de timón en el sentido de ser un espacio abierto al debate en el mundo. No puede considerarse un espacio intocable, donde se produce un conocimiento cerrado”.<sup>103</sup> Es decir, en múltiples ocasiones está centrado únicamente en la práctica profesional, dando un giro equivocado y eminentemente técnico a la comunicación en general.

Estamos de acuerdo en que la universidad no debe ser un ente alejado de la sociedad, sino por el contrario, constituirse en una institución viva, flexible, dinámica, estrechamente

---

<sup>103</sup> La reunión consta en Post. Radio Netherland Wordlwide. Sergio Acosta. 29 de Octubre 2009

vinculada con la realidad social. Quiroz reconoce que existe una precisión por parte del mercado en el proceso de formación profesional, lo cual de alguna manera, ha hecho que la formación práctica tenga mayor peso e importancia que los otros fundamentos de la “buena ciencia”. Considerando siempre la realidad de particularidades propias de la región.<sup>104</sup>

La mayoría de los investigadores latinoamericanos en comunicación, reclaman un proceso de reestructuración de los planes de estudios, para que los mismos reflejen la realidad de nuestra región, una realidad marcada principalmente por una variedad de características culturales y sociales que nos diferencian del resto del mundo.

“Uno de los principales problemas que existe en torno a la formación académica de nuestra carrera, es que hay tantas escuelas como necesidades de comunicación; sin embargo su visión tradicional no permite, ni fomenta la exploración de nuevos campos; por lo que los planes de estudio se limitan a copiar o imitar programas de carreras tradicionales” (SOSA, 2009)

Y dentro de todas estas debilidades que hemos apuntado, está como un elemento transversal, la masificación de la profesión y de todos los estudios universitarios en general.

Se trata de un panorama que el latinoamericano bonaerense, argentino Mario Bunge describía así: “La universidad del tercer mundo sigue siendo lo principal, una fábrica de profesionales y una proveedora de dirigentes. Pero ya no es centro de élites, sino de masas”. La masificación está complicando incluso las prácticas profesionales que tuvieron mucho éxito en los inicios de esta profesión.

En este escenario, los temas de la ciencia y el conocimiento están prácticamente vedados. Y como lo decía Felipe Pena De Oliveira: “*La universidad es un invierno perenne. La investigación científica tiene mil caras; se construye y reconstruye en la tela de la complejidad y sudor*”. Por eso no es una tarea sencilla, (DE OLIVEIRA 2009) sino por el contrario, se fundamenta en procesos sistemáticos, marcados por la dedicación.

“En los países en vías desarrollo se encuentra el 25% de los científicos de todo el mundo y el 5% de los fondos para investigación, pero nuestro aporte al grueso de las ciencias, es del orden del 1%, lo que parece indicar que no es esencialmente un problema económico, ni de disponibilidad de personal. Los indicadores de productividad científica sitúan la mayor parte de nuestros países en Latinoamérica, en niveles del orden de 10 artículos indexados por millón de habitantes y año, frente a más de un millar en los países desarrollados; y lo que es peor, solamente el 20% de nuestra poca ciencia es ciencia aplicada” (ROMERO, 2007).

La inversión que se hace en ciencia y tecnología es cada vez mayor, tanto por parte del gobierno, como de empresas comerciales, rebasando ampliamente los cien mil millones de dólares anuales (THUROW, 1999). Solo como referencia, debemos comentar que en Japón la inversión sobrepasa el 70%.

Vale la pena una reflexión Japón y Ecuador tiene una superficie terrestres equivalente,

---

<sup>104</sup> Cfr. BARBERO, 1997; MELO, 2000; QUIROZ, 2005.

mientras ellos son 140 millones de habitantes nosotros no llegamos a 14 millones, mientras ellos estudian y trabajan en nuestro caso, ninguna de las dos actividades están frecuentemente unidas.

Pero por otro lado, también es importante afirmar que las dos últimas décadas han estado marcadas por violaciones y omisiones a la integridad científica (*National Academy of Sciences 1992*), lo cual podría tener algunas lecturas y algunos factores, que me parece fundamental comentar.

Para autores como: Macrina (2000), Shamo (2003) y otros estos fraudes estarían motivados por:

- a.- Decremento de posiciones laborales dentro de la academia, el gobierno y la industria, de manera particular la puesta en vigencia de la ley de educación.
- b.- Limitaciones de recursos físicos, económicos y una fuerte competencia por obtener créditos, prestigio y rigor de orden académico, impuestos desde el seno de las universidades.
- c.- La presión por publicar que en Estados Unidos se conoce como “*Publish or Perish*” y que también se está evidenciando en países y círculos universitarios de México y Brasil.
- e.- Evaluaciones de todo tipo sobre todo en la universidad, es decir proceso de certificación, evaluación y acreditación.
- f. - La necesidad de cumplir con exigencia de orden administrativo, como un indicador fundamental para alcanzar una mejora salarial.

En cuanto a los modelos de enseñanza de la comunicación, hay tres referencias, que evidencian el desarrollo de las escuelas y facultades de Comunicación Social en América Latina a lo largo de la historia. Estos tres modelos, que se consideran un aporte científico del profesor mexicano Raúl Fuentes Navarro, y representan un avance interesante en torno a la reflexión académica, pero que –de lo que se sabe- han sido acogidos en su integridad por las diversas universidades de nuestra región.

### 3.3.1. Primer modelo

El primer modelo, conocido como modelo mediático, corresponde a la etapa inicial de la fundación de las diez carreras de comunicación en América Latina (1940-1959), en la cual se prepara a los profesionales para trabajar en los medios masivos de comunicación, y por ende en la industria de la comunicación. Para esta temporada los profesionales eran los encargados de recolectar la información y difundirla en los medios, nada más. La información era su único círculo de trabajo y gestión. El contenido de dichos trabajos generados por periodistas, fue material fecundo para la consolidación de la llamada cultura de masas, forjada desde la visión de los medios.

Esta fue una etapa marcada por la formación tecnicista y/o instrumental, que se reduce a enseñar un oficio (*visión funcional*). Se trataba de un oficio que por supuesto obedecía a las demandas del mercado, y los comentarios de la prensa (*periodistas*) tenían un alto nivel de incidencia en la opinión pública, casi como un “deber ser” único e irremplazable del periodismo.

Para el teórico colombiano Jesús Martín Barbero, las viejas escuelas estaban centradas en “una concepción eminentemente pragmática”, un “*humanismo genérico e idealista*”.

Esta concepción de la comunicación y de su quehacer social ha sido fuertemente criticada por Armand Mattelart, autor que rechaza el pensamiento lineal en la comunicación.

Bajo este modelo técnico-mecánico, el periodista/comunicador social, se adapta a las exigencias de los dueños de los medios, y las políticas comunicativas impuestas por la empresa o colectivo empresarial.

En resumen, hablamos de un asalariado más de la cadena de producción mediática que desconoce, y además no tiene conciencia sobre la existencia y la práctica de la deontología profesional. El profesional se distancia sin mayores cuestionamientos de la ética; su deber se reduce a producir información para completar las rutinas y agendas impuestas por los medios, administrados como un producto tangible más del mercado. Una tiranía que no da tiempo para pensar en el buen periodismo; peor aún en la investigación de la que hemos referido ampliamente. La eficiencia de los periodistas-reporteros se mide únicamente por su capacidad de generar una gran cantidad de noticias; la contextualización, calidad y veracidad pasan a un segundo plano.

Una encuesta hecha por la FELAFACS en 1985, demuestra que se mantiene la tendencia de las escuelas de comunicación, acerca de formar periodistas para el trabajo exclusivo en los medios, tomando como referencia la escuela norteamericana, muy popular en nuestra región. En este período se debate sobre la tradición intelectual de los representantes del marxismo, la resistencia al dominio americano, y el modelo de una sociedad “pluralista”, en la cual se refleja el dominio y la manipulación, en otros casos de los grupos dominantes (CURRAN, 1982), (HALL, 1986), en especial aquellos que están concentrados en los medios de comunicación, quienes tienen su propio “*discurso del poder*” (VAN DIJK, 2000).

“La construcción de la realidad ofrecida por los medios, refleja la cultura dominante, ya sea porque ofrece una definición ideológica de la realidad en conformidad con los intereses dominantes” (CURRAN, 1982), donde los derechos y la voz de los ciudadanos es un punto aislado y poco pragmático, y por eso no asoma en los medios.

Esta etapa se ve reflejada también en el modelo de la aguja hipodérmica (1920), de la primera etapa de los estudios de comunicación, basada en el *estimulo-respuesta*, o el *causa-efecto*, fundamentada básicamente en el conductismo, ampliamente estudiada y discutida por el mundo de la psicología.

Se trata de un modelo criticado ampliamente por Edgar Morin (1962), quien considera que la cultura de masas no se alimenta únicamente del efecto que producen los mensajes emitidos en los medios masivos, sino que se nutre también de la sociedad y la historia de la que forma parte.

Esta posición del quehacer periodístico conocida como “*revisionista*” tiene también críticas. Así David Morley (1980) habla por ejemplo de la reacción divergente de las audiencias y la autonomía del público, en su trabajo, en relación al estudio de los efectos. Morley quita el peso de alienación y manipulación absoluta de los medios, para valorar y rescatar el criterio y la capacidad de análisis por parte de la audiencia-público.

En conclusión, estamos frente a una audiencia que, si bien no dispone de un conocimiento especializado, tiene mayor sentido común crítico que los periodistas, para mirar y evaluar la sociedad, con la excepción que el caso requiere.

Dejando estos debates a un lado, debemos reconocer que esta forma de ejercicio profesional aún sobrevive, pese a la presencia inminente de la red y las nuevas prácticas de gestión y acceso a la información y el periodismo investigativo. Hay periodistas que son una especie de “*caja resonancia*” que repite de manera inédita y fiel lo dicho por las fuentes, las mismas que en la mayoría de los casos asoman, dos y tres veces a la semana en los medios; de ahí el concepto de líderes mediáticos. Esta recurrencia de fuentes está minando la credibilidad de los medios en general.

La forma de trabajar de algunos periodistas hace que el periodista español y católico

practicante José Luíz Martín Descalzo, nos describa así: *“Henos, pues, aquí, reyes de lo superficial y lo ácido, dirigiendo un mundo que desconocemos, contagiando a los humanos nuestro culto a lo raro, obligándoles a creer que el mundo abunda en hombres que muerden a sus perros, ayudándoles a levantar los puños contra un cielo que habría creado mal las cosas, y consiguiendo que el hombre no vea jamás los ríos de amor y de ternura que cruzan por el mundo”*.

### **3.3.2 Segundo modelo**

El segundo modelo surgió en 1960 en la primera etapa de la popularización de las carreras de Comunicación. El comunicador social es visto como un intelectual que se preocupa por el impacto y la evolución de los medios de comunicación y de la industria de la comunicación en sí.

Los estudios que se realizan alrededor de la comunicación reciben la influencia de filosofía e historia, con lo cual se ratifica la concepción transdisciplinaria de la comunicación.

“Las facultades de Comunicación Social emergen en contraposición a la concepción reduccionista e instrumental de la comunicación; privilegian el juego de conocimientos, que han reivindicando la vinculación de la comunicación con los demás saberes” (MONCAYO, 2001).

Las ciencias de la comunicación adquieren una visión ampliada y multidisciplinaria que exige del comunicador una visión global del mundo; es decir, un *“sabe lo todo”*, pero también se habla de un comunicador intelectual con una amplia perspectiva humanística.

Este nuevo impulso humanístico, que la comunicación social tomó de las ciencias sociales, hace que las mallas curriculares de las escuelas y facultades de Comunicación tomen dos caminos:

- a.- Optar los modelos implementados por las escuelas norteamericanas en general, privilegiando el concepto de periodista-pesquisista, que más tarde se convierte en el periodismo de investigación ; y
- b.- El tener una malla que responda a las necesidades sociales, entre ellas, la posibilidad de tener trabajo parcialmente seguro posterior a la titulación.

“Las escuelas de comunicación en América Latina desarrollan sus proyectos académicos respondiendo hoy a procesos, prácticas y necesidades que no contemplan los nuevos términos desde los cuales se piensa y se hace comunicación a nivel internacional” (NEIRA, 2009).

Como resultado, cada carrera maneja un propio pensum y una orientación muy particular, de acuerdo a lo que considera necesario para los alumnos. En ello radica su competencia frente a las otras opciones y ofertas académicas.

### 3.3.3 Tercer modelo

Fuentes Navarro considera en este tercer modelo al comunicador, como un “científico social”. Abandona la formación instrumental al servicio de los medios por una perspectiva más crítica y visionaria del ejercicio periodístico. La sociología y la política se convierten en disciplinas articuladas al ejercicio profesional, marcado por la conciencia social de la profesión y la transdisciplinariedad.

Entonces, los comunicadores son una especie de “verdaderos representantes de los intereses de la gente”, “voz de los que no tiene voz”, escenario en el cual los medios de comunicación y el quehacer periodístico adquiere una diversidad de matices que van desde los medios comunitarios, alternativos, ciudadanos y populares.

A la par de la estructura planteada por Fuentes Navarro, el mundo académico discute sobre la existencia de un cuarto modelo denominado “Modelo Culturológico”, inspirado en gran medida por Jesús Martín Barbero, quien exhorta a los comunicadores a “pensar” antropológicamente” y mirar a la profesión del periodista como un sujeto “mediador”.

El debate alrededor de un cuarto modelo intenta consolidar la imagen de un “mediador sociocultural” que aglutine de manera armónica a la comunicación con las ciencias de la cultura, como una realidad innegable de la vida y el desarrollo del ser humano, sin olvidar su origen y las características socioculturales de cuna.

El estudioso Guillermo Orozco Gómez (1994) plantea el hecho de formar comunicadores apropiados para responder a los procesos de cambio, cuya meta sea contribuir a la democratización de la sociedad; objetivo largo pero infructuosamente deseado para las comunidades latinoamericanas.

Al decir de Orozco, tres son los ejes estructurales en los que debieran basarse las nuevas prácticas de formación de comunicadores:

La comunicación entendida como proceso humano fundamental; es decir, el hombre es comunicación; la comunicación dignifica al hombre y a todo lo que lo rodea; el hombre como eje, principio y fin de la comunicación.

La comunicación como disciplina-conocimiento en constante evolución y como parte fundamental de una sociedad cuyo destino aún no está definido.

La comunicación como disciplina-en-práctica. Esto plantea un cambio en el sentido y

visualización de la comunicación en general, en busca de una armonización de disciplinas, habilidades y competencias.

No en vano y dentro de esta amplia visión de la comunicación y su ejercicio, J. Barbero nos dice que... “La comunicación no es cuestión de medios, sino de mediaciones”; la comunicación es entonces un instrumento que atraviesa de manera horizontal e integral la realidad y las diferentes acciones del ser humano. En otras palabras, un acercamiento frontal con la realidad y las diversas estructuras sociales, como eje formativo que soporte a futuro su accionar profesional.

“Esa reconfiguración del comunicador como mediador se dirige básicamente hacia el entendimiento de la comunicación como la puesta en común de sentidos de la vida y de la sociedad” (BARBERO, 2005), reconociendo la existencia de una identidad individual y colectiva, trabajando en pro de la comunicación y su desarrollo integral. Se trata de una forma de concebir al comunicador como una pieza clave del engranaje social, que aglutine la cultura con la realidad social, pero que a su vez aporte intelectualmente a la comprensión del complejo tejido social. Este “ingeniero” de los procesos comunicativos, trata de definir, interpretar y estudiar dichos procesos, la manera como sus actores, participantes y grupos se interrelacionan, e intercambian, producen e interpretan: signos, mensajes, universos simbólicos” (KARAMUS, 2010)<sup>105</sup>. Todo ello sin dejar que su visión y perjuicios personales masifiquen la realidad misma.

Pero el papel que está cumpliendo la academia en cuanto a la formación de comunicadores, no es del todo exitoso. Por un lado, los jóvenes de hoy son la población más preparada y educada de la historia, pese a que no lee los periódicos, ni escucha la radio y ve cada vez menos televisión. Su nivel de formación es el mejor de la historia, en gran medida, gracias a la internet.

Ignacio Ramonet lo dice con sencillez: “Mientras el nivel educativo sube, el nivel mediático baja”. Y, en nombre de la audiencia, reclama por la existencia de cuentos de hadas en temas fundamentales, como el Plan Colombia, o las guerras del golfo y Kosovo.

El conocido periodista califica al trabajo de los medios, como “vulgar, mediocre e insatisfactorio”. Aunque los calificativos pueden resultar generalizadores en exceso, no cabe duda que revelan que las cosas en el periodismo no están del todo bien.

### 3.4 LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACIÓN EN LAS FACULTADES Y ESCUELA DE COMUNICACIÓN

La investigación en Comunicación es una investigación subsidiaria; sus procesos y metodologías son tomados de otras áreas; en la mayoría de los casos, emulando los modelos implementados en el Primer Mundo.

Revisemos de manera muy breve la historia y su evaluación, para concluir con algunas cifras del estado de la cuestión de manera panorámica. En el caso particular de América Latina, los procesos de investigación nacen estimulados de manera particular por el desarrollo y la evolución de los medios de comunicación en todo el mundo, y la influencia que en su momento tuvieron Estados Unidos y Europa, en particular.

Como hemos dicho, los estudios de comunicación en América Latina toman cuerpo en los años 50, época en la cual la región vive un extenso y marcado proceso de politización, y de lucha por las reformas sociales que se vivieron en toda la región, además de la confusión que existe entre el ejercicio periodístico y el protagonismo partidista–electorero, que han deformado el deber ser de esta noble profesión.

Según los archivos históricos de CIESPAL, en este centro conjuntamente con la Universidad Central del Ecuador y el auspicio de la UNESCO, evidencian la existencia de una plan piloto de investigaciones para América Latina<sup>106</sup>, iniciativa que fue el semillero de otros proyectos pequeños y que permitieron una amplia reflexión en relación a la comunicación y sus implicaciones sociales, en especial.

Ayudó mucho a la decisión del organismo de enviar a los profesionales a capacitaciones de ciclo corto en el extranjero; Estados Unidos en especial, aunque a su retorno se presentaron algunos problemas de adaptación al entorno nacional.

La influencia de CIESPAL fue fundamental: “Cerca de un tercio de las escuelas de periodismo y comunicación existentes en el continente, incluyeron la disciplina “Metodología de la investigación en Comunicación”, en sus proyectos de enseñanza” (CIESPAL,1969), recomendaciones que aun están presentes en algunas facultades y escuelas latinoamericanas.

Por su parte, en los años 70, luego de la liberación de las teorías, procedimientos y modelos, denominados en el mundo académico como *dependencia*, asoma una innovadora forma de ver y estudiar la comunicación, conocida como nuevo paradigma comunicacional, que toma como referencia y caldo de cultivo, la realidad latinoamericana. De allí se desprenden algunas visiones y/o paradigmas de la comunicación, que la

---

<sup>106</sup> Bajo este marco se cristalizaron investigaciones entre las cuales destacamos: Dos semanas en la prensa de América Latina (1967), Análisis de la morfología y el contenido de la prensa latinoamericana, entre otros

relacionan ampliamente con las manifestaciones culturales y las complejas realidades sociales que tiene nuestra región.

La década de los 70 ha sido calificada como la temporada del difusionismo, propio de la debilidad epistemológica que acompaña a las ciencias de la comunicación. Los procesos de investigación liderados por organismos como CIESPAL y la UNESCO entre otros, más la propia universidad, se dispersan en las siguientes tres áreas de acción:

- 1.- Los estudios académicos tradicionales relacionados básicamente con las ciencias jurídicas, sociales y la historia en general.
- 2.- Los sondeos de audiencia, mercado, opinión pública entre otros.
- 3.- La difusión de innovaciones

En la década de los 80 asoma el paradigma teórico representante de la evolución y transformación del paradigma comunicacional, que busca entre otras cosas, dar a los procesos de investigación un rostro y perspectiva nacionales, como un mecanismo de liberación de los procesos de emancipación de los que hablamos al inicio.

Estamos hablando de la respuesta latinoamericana emergente, que a criterio de Marques de Melo se caracteriza por:

- Mestizaje teórico
- Su hibridismo metodológico
- Un marcado compromiso ético-político, y como tal la necesidad de darle al proyecto una dimensión extra nacional.

En la época de los ochenta, se produce una especie de efecto cruzado entre dos tendencias teóricas, estructurada de la siguiente manera:

- 1.- El pensamiento instrumental de la investigación norteamericana; y
- 2.- El paradigma de la teoría social latinoamericana.

“La investigación de la cultura y de los medios en Latinoamérica ha contado con sus propias etapas de desarrollo, características que han sido motivo de movimientos más amplios, ya sean sociopolíticos, económicos o intelectuales, que se hallan detrás del surgimiento de las nuevas problemáticas. En el corazón de la reciente historia de la investigación latinoamericana, se ha librado una lucha contra la dependencia intelectual” (SCHLESINGER, 1989).

Bajo estos antecedentes, surgen algunos enfoques y proyectos de investigación, que están íntimamente relacionados con nuevas formas de ver a la comunicación, entre las cuales destacamos las siguientes:

- J. Barbero: Cultura/mundo/ Mediación cultural
- A. Mattelart: Comunicación/ mundo/redes
- G.Vattimo: Sociedad de la comunicación
- C. Ianni: Paradigma de la globalización
- N. García Canclini: Consumo cultural

- M. Kaplun: Uso social de los medios
- G. Orozco: Enfoque integral de las audiencias

Como lo manifiesta Miguel de Moragas Spa: “La historia de la investigación en América Latina se encarna completamente en la lucha por la emancipación y/o en los éxitos y dificultades de los procesos de dominación. A diferencia de lo que ocurre en Europa, la problemática comunicativa se enfoca al servicio de la dominación o de la emancipación”.

Estas nuevas formas locales de ver la comunicación podrían resumirse así:

- 1). Regionalización versus globalización, que nos ha permitido voltear la mirada a los procesos y manifestaciones culturales y comunicativas locales.
- 2). Poder autónomo versus poder dependiente, sobre todo en cuestiones relacionadas con el contenido y la influencia de los medios de comunicación.
- 3). Proteccionismo versus libremercado, como una manifestación constante en la región.
- 4). Estatismo versus privatización.
- 5). Civilización occidental versus otras civilizaciones y la necesidad de preservar lo nuestro.
- 6). Culturas propias versus cultura norteamericana.
- 7). Exposición ideológica directa, versus método de entretenimiento. Así como las nuevas formas de consumo cultural, propiciada por las nuevas tecnologías

Es importante recordar que la profesión de comunicador social y/o periodista está marcada por un alto componente práctico; en este sentido muchos de los reclamos se centran en el escaso equilibrio y peso académico que existe entre las asignaturas teóricas y las asignaturas prácticas. Además se debate cuál es el mecanismo más válido para medir este proceso.

En esta línea, el mundo académico ha realizado algunas preguntas de difícil respuesta, que intentamos resumir a continuación:

a.- ¿La enseñanza de la comunicación social debe reducirse únicamente a un nivel utilitario-técnico, o más bien debe estudiar las hondas raíces de las ciencias sociales y humanísticas?. Lo que implica aceptar que estamos frente a una ciencia transdisciplinaria como mínimo. Se trata de una consideración que nos lleva a pensar en las siguientes vertientes de estudio y horizontes formativos profesionales:

- El modelo clásico del periodista
- El periodista-comunicador como un agente de transformación social
- Un profesional de la comunicación integral
- Un comunicador como un científico social

b.- ¿Hacia dónde van las ciencias sociales, entre ellas la comunicación y el periodismo?

Seguimos sin respuestas precisas, puesto que no hay acuerdos entre las escuelas, mucho menos entre los docentes y las áreas de estudios relacionadas o subsidiarias.

“Tal vez el infortunio de las facultades de Comunicación Social es que enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo” (GARCÍA, 1996)<sup>107</sup>, con el mismo empeño que lo hacen los institutos o centros de capacitación, como lo hemos manifestado de manera reiterativa a lo largo de este capítulo. Con justicia el sector empleador de comunicadores, en especial, empresarios de los medios, están reclamando una mayor vinculación con las necesidades del mundo laboral, cada vez más competitivo, y en la mayoría de casos poco remunerado, sin dejar de lado la reducción de plazas laborables en todo el mundo.

Por otro lado, la investigación científica dentro o fuera de las universidades, reclama un mayor conocimiento de la realidad y capacidades específicas para juzgarla. En otras palabras significa: buscar métodos propios de trabajo, cuyo horizonte y anhelo máximo sería la especialización, como mecanismo válido para lograr la excelencia periodística. Cuidando el no caer en una especialización prematura en el tercer nivel, sino como parte de una formación de carácter terminal y de posgrado.

“El primer propósito del periodismo consiste en proporcionar al ciudadano la información que necesita para ser libre y capaz de gobernarse así mismo” (KOVACH y ROSENSTIEL). Se requiere entonces un ejercicio periodístico integral, fortalecido y coherente, donde nuestros hábitos culturales sean lo suficientemente flexibles para que se incluyan dentro de un sistema comunicativo globalizado y una industria cultural en crecimiento. Pero por sobre todas las cosas, aporte de manera positiva al engrandecimiento del ser humano en todas sus dimensiones.

Necesitamos un periodismo menos informativo y más educativo, más crítico y menos especulativo, y consciente de la implicación moral de su ejercicio.

La investigación social en comunicación actualmente tiene sobre todo, dos grandes corrientes teóricas, que han marcado el desarrollo comunicacional como ciencia, las mismas que de manera resumida comentaremos a continuación:

#### **a.- Una corriente neo positivista**

Compuesta principalmente por los enfoques gerenciales y la comunicación organizacional, que han abierto el abanico de estudio de la comunicación, dándole un enfoque empresarial y administrativo a la vez. Esta corriente promueve un pluralismo metodológico, fortaleciendo a su vez la teoría de la objetividad del periodismo tradicional, que defiende el altruismo y la responsabilidad pública de prensa, en general.

---

<sup>107</sup> Estas expresiones han sido atribuidas a García Márquez Gabriel. Discurso pronunciado ante la 52 Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa del 7-10- 1996. Publicado en El País. Pág. 32-33

Esta corriente representa además uno de los impulsos tangibles por dar la comunicación, espíritu y carácter de orden científico.

### **b.- Pensamiento holístico y transdisciplinario de la comunicación**

Lo transdisciplinario asoma con un enfoque liberal, abierto e independiente de todas las ramas de conocimiento, justamente porque la comunicación es un ingrediente fundamental de todas las ciencias. Recordemos, además, que la ciencia no es única, sino más bien repetible, moldeable y modificable, lo que justifica la dedicación del hombre y la subjetividad que muchas veces rodea el ejercicio de nuestra profesión.

“La transdisciplinariedad emerge pues como un camino metodológico para enfrentar la pérdida de las certidumbres teóricas en las ciencias sociales en general, y en las ciencias de la comunicación en particular” (PINEDA, 2009).

### **3.5 LA INVESTIGACIÓN BÁSICA E INVESTIGACIÓN APLICADA EN LAS FACULTADES Y ESCUELAS DE COMUNICACIÓN, Y OTRAS ORGANIZACIONES EN AMÉRICA LATINA**

En el inicio de este acápite consideramos necesario hacer algunas puntualizaciones en relación a la investigación dentro del ámbito de la comunicación. Y precisamente la investigación en comunicación no tiene una disciplina única, sino por el contrario es un campo de estudios en evolución constante.

En el mundo académico existe determinado consenso que permite considerar a Harold Laswell, Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin y Carlos Hovland como los padres fundadores de la investigación, en amplia relación con la comunicación.

La historia de la investigación básica y aplicada en América Latina es corta. “En América Latina la investigación en comunicación tiene datos históricos que la ubican dentro, en el siglo pasado y a principios del presente. Pero en realidad, solamente en los últimos 25 años se institucionalizó como campo científico” (MARQUES, 1987), aunque los productos tangibles en el caso de nuestra región escasean y son pocas las publicaciones que han logrado indexarse.

Según los aportes y referencias bibliográficas proporcionadas por José Marques de Melo, la investigación en comunicación en Latinoamérica surgió en el década de 1920. Son los primeros antecedentes y muestras de trabajos de investigación de las que existe evidencia puntual.

Luis Ramiro Beltrán sostiene que la investigación científica se inició apenas en 1970, de la mano de la comunicación comprometida con la defensa de la democracia (sería la investigación más sólida y coherente) ; y más tarde se consolidó como una línea de investigación en comunicación y desarrollo. Pese a que las facultades y escuelas son de la década del 40 lo que evidencia su escaso aporte al mundo del conocimiento.

A lo cual se sumó la crítica del mismo Beltrán a los procesos de investigación; falta un mínimo grado de sistematización que facilite el uso de los resultados (BELTRÁN, 1977), muchos temas emergentes e importante queden de lado, por ejemplo: La especialidad de investigación sobre la profesión periodística aún permanece difusa y desestructurada ( MELLADO, 2009).

Hay pocas investigaciones que se han realizado, publicado y referido bajo estándares científicos durante estos años, como por ejemplo revistas indexadas, han tomado como referencia el modelo norteamericano y europeo, una prueba tangible de la influencia de dichas teorías en nuestra región. Se trata de dos ámbitos donde la ciencia ha avanzado, y por tanto parece inevitable esta influencia en los orígenes.

La investigación básica y aplicada nace en primera instancia bajo la influencia europea. Esta influencia marcó casi todas las investigaciones empíricas que se realizaron en la región. Este un proceso que Luis Ramiro Beltrán llamó “*orientación europea clásica*”, caracterizada por el uso de metodología intuitiva, especulativa y escolástica.

Beltrán destaca el liderazgo de Armand Mattelart al denunciar la dependencia y la manipulación de la información, por parte de las agencias del norte y otros procesos de manipulación conocidos como “*imperialismo cultural*”.

En los 50 la investigación fue fomentada por los consejos de la UNESCO, como vía para el desarrollo dentro de un proceso marcado por la influencia de los países del primer mundo, momento en el cual primó la investigación cuantitativa propuesta por Estados Unidos.

Los métodos usados en aquella época estuvieron influenciados por el positivismo, el empirismo y el uso de modelos funcionalistas, en especial. El campo académico latinoamericano en comunicación es por tanto peculiar. “Nació en principio, con el modelo del norteamericano, pero prácticamente desde un inicio busca rebelarse a esta sumisión, mirando hacia Europa o hacia otros campos académicos que definen latinoamericanistas. Tal el caso de la Sociología Crítica o la Economía Política...” (GALINDO, 2008).

Hay que recordar que la década de los 50 fue un espacio para dar un impulso especial a la comunicación para el desarrollo, de zonas rurales principalmente. Con la consolidación de las escuelas radiofónicas, muchos países latinoamericanos vivieron sucesos relacionados con la reforma agraria y la lucha de clases.

En los años 60 y 70 se evidenció la presencia de una marcada corriente objetivista donde se creía que la información debía presentarse sin ningún tipo de manipulación, distorsión u opinión por parte del periodista. Para ello, se echó mano de la Teoría de los Géneros Periodísticos, propuesta por Jacques Kayser<sup>108</sup>, considerando a los géneros como una vía válida para clasificar y distinguir la diversidad de contenidos y enfoque que la prensa tiene.

Es importante resaltar, además, que como consecuencia de la gran agitación política que vivió Latinoamérica en los años setenta, buena parte de las escuelas convertía la crítica y la denuncia en eje de la formación fundamental de los periodistas.

En la época de los 70 conocida como la “*década de la diversificación*”, se produjo un fenómeno interesante en el campo de la televisión, con la expansión de señales y la diversidad en programación.

“La historia de la investigación en Latinoamérica se encarna por completo, en la lucha por la emancipación y/o en los logros y las dificultades de los procesos de dominación. La problemática comunicativa, a diferencia de lo que sucede en Europa, aparece a la vista,

---

<sup>108</sup> Si bien en cierto J. Kayser trabajó en la clasificación de contenidos para la prensa, fue Lorenzo Gomis, quien impulsó la Teoría de los Géneros Periodísticos, permitiendo una mejor asimilación del tema

claramente, como un instrumento de dominio o de la emancipación, justamente por estar influenciados por el funcionalismo y el empirismo de las escuelas europeas y norteamericanas de comunicación y otras ciencias afines, por lo cual su adaptación local ha sido compleja y en unos casos imposible”.<sup>109</sup>(MORAGAS, 1981)

“La combinación de optimismo tecnológico con escepticismo político ha fortalecido un realismo de nuevo cuño que se atribuye a sí mismo el derecho a cuestionar todo tipo de estudio o de investigación que no responde a unas demandas sociales confundidas con las del mercado, o al menos mediadas por este. Se acusa entonces al trabajo académico e investigativo de la década de los ochentas de improductivo, de no haberse insertado en los ritmos del cambio tecnológico y económico, de haberse divorciado de los requerimientos profesionales que hace la nueva sociedad” (BARBERO, 1996). Este fenómeno no es exclusivo de las facultades ni de las escuelas de comunicación.

En este punto, América Latina tiene problemas muy comunes, con excepción del caso de Brasil, México y Chile que han sabido enrumbar una correcta política de inversión en investigación; el resto de países de la región no tienen una cultura de la investigación; en la mayoría de los casos pasa por un total desconocimiento de los principios metodológicos.

“Hablar de investigación académica latinoamericana de la comunicación es hablar de una producción generada en las universidades o por universitarios, pero paradójicamente desvinculada de los procesos formativos y profesionales de los egresados”; cada universidad sigue un esquema en particular, sujetándose muchas veces a la disponibilidad de los profesores y no a las competencias académicas que aseguran un futuro profesional exitoso.

En esta última década, muchos de los proyectos se ha orientado en relación a las ofertas de financiamiento de proyectos e iniciativas de cooperación inter universitarias como: ALFA, ERAMOS, UNIVERSIA, entre otras.

“...la separación entre la teoría y la práctica, por una parte, y entre la enseñanza e investigación, por la otra, que desarticula saberes necesariamente complementarios y conduce a variadas formas de verbalismo o activismo, según sea el caso” (LUNA, 1994) evidenciando un proceso de formación muy básica y memorística, cuya factura más alta se cobra al momento en el estudiante cual ingresa al mundo laboral.

“El desarrollo de la investigación de la comunicación parece basarse en una ruptura radical con el currículum y las prácticas profesionales de la comunicación, para ocupar en el ámbito académico, un lugar en la investigación en ciencias sociales, y no como ciencias de la comunicación” (FUENTES, 1996).

En otros casos, la universidad sencillamente no se preocupa de la investigación, o al menos de hacer públicos sus estudios, como una acción que avale su preocupación y responsabilidad social en torno al tema.

### 3.6 COMPETENCIAS ACADÉMICAS PARA LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES

Las competencias académicas son un territorio en el cual cada una de las escuelas e institutos de estudios relacionados con Comunicación Social, básicamente diseñan y ofrecen tomando en consideración las demandas del mercado, su cuadro de docentes y el espíritu académico, que desean darle a cada una de las titulaciones.

La malla curricular varía y en algunos casos se convierte en un elemento de competencia y promoción, que alimenta a una serie de atractivas -y en algunos casos creativas- campañas de publicidad, en las cuales asoman figuras estelares de la pantalla chica como enganche para los futuros y posibles estudiantes. De esta forma dan al ejercicio de la comunicación un espíritu de peligrosa fascinación.

En el caso de la Unión Europea, los académicos vinculados con el tema de la formación en comunicación, han logrado consolidar una serie de estudios y análisis de las mallas curriculares y los perfiles profesionales, datos que los han resumido en un extenso documento denominado “Libro Blanco”, que hemos hablado.

Bajo el marco del sistema de créditos ECTS, las facultades y escuelas de Comunicación Social se someterían a una serie de reformulaciones de corte académico. En general, en la formación por créditos se habla de nuevos contenidos de carácter transversales, nuevas asignaturas que les permitan responder a especializaciones emergentes, que demandan los cambios que se viven en el mundo de la comunicación.

Hay algunos proyectos que han realizado un análisis detallado de las competencias requeridas dentro del proceso de formación de comunicadores sociales. Se destaca, por ejemplo, el proyecto “*Mapa de la competencias de la comunicación para el desarrollo y el cambio social: conocimiento, habilidades y actitudes en Acción*” (2002).

Este proyecto que forma parte de los estudios de la Fundación Rockefeller, que entre otras cosas señalan la necesidad de conocer y comprender al público, así como el ambiente donde se desenvuelven.

Se resalta además algunos pedidos de la UNESCO, que buscan tender puentes para que la educación se mantenga como un proceso a lo largo de la vida, además de proponer el uso de las nuevas tecnologías, como una de las vías para el desarrollo sostenido y equitativo de los pueblos.

En el ámbito latinoamericano, es importante mencionar el aporte del colombiano Jesús Martín Barbero, quien sugiere, con mucho acierto, tres tipos de competencias que podríamos considerarlas genéricas para el perfil profesional del Comunicador Social y que son:

- a.- **Competencias históricas:** Nociones básicas sobre el mundo y sus nexos, las mismas que le dan fortaleza al ejercicio intelectual al que está llamado todo comunicador. Dentro de las mallas curriculares asoman como materias de formación básica.

- b.- **Competencias lógico-simbólicas:** Para entender, interpretar y valorar el mundo y sus más diversas circunstancias, que bien podrían enmarcarse dentro de las ciencias sociales y humanísticas, en general.
- c.- **Saberes estéticos:** Para distinguir la belleza de la vida, la apariencia y la fantasía de la verdad, en términos generales.

Podría decirse que Jesús Martín Barbero pasa por alto un componente importante: el técnico/práctico, que abre nuevas posibilidades laborales que deben ser consideradas por los entes formativos, al cual Latinoamérica le ha dedicado especial atención.

“El desafío es claro: el periodista del mañana deberá estar entre nuestros ciudadanos más educados y responsables. Cada periodista en este contexto deberá aprender a leer, escuchar, observar, escribir -con ética e inteligencia- para asumir el liderazgo y la tarea social que la profesión le exige” (BALDERRAMA, 2000). Solo entonces su presencia en los medios y su capacidad de difusión tendrá sentido y podrá marcar diferencias entre el buen periodismo y la mera difusión de contenidos.

“Las facultades de Ciencias de la Comunicación intentan ganar el nuevo desafío con una oferta de calidad que tenga en cuenta los nuevos perfiles profesionales y las demandas del mercado, sin perder de vista el objetivo de la Universidad: formar profesionales que sepan pensar, que conozcan y entiendan el funcionamiento de la sociedad, que sepan investigar y que tengan preparación para trabajar en la sociedad en que viven” (LOPEZ, 2002).

En el caso particular del Ecuador, la formación académica ha tenido dos escenarios bastante bien definidos. Por un lado, una fuerte preocupación por la formación humanística, y por otro, la formación práctica, pero apuntando siempre a un perfil polivalente que nos ha llevado a una formación generalista, como la orientación más marcada dentro de las escuelas y facultades.

“Desde el punto de vista práctico en la comunicación y el periodismo, hay sus falencias. Con una práctica de tres meses no se resuelve el problema”, señala Fernando Checa, director de CIESPAL, quien razona que una salida a la falta de experiencia técnica-profesional está en las pasantías laborales en los medios de comunicación.

Checa considera, además, que las nuevas tecnologías serán un ingrediente fundamental para el éxito profesional, pero también lo es la formación humanística. Esta formación se fundamenta en cosas básicas: lectura, escritura y comprensión lógica.

“Al final, para el comunicador, sea periodista o trabaje en radio multimedia, lo que se requiere es un manejo eficiente del lenguaje oral y escrito”<sup>110</sup>. En conclusión, el representante de CIESPAL le apuesta al perfil que promovió en su momento CIESPAL: el comunicador polivalente.

---

<sup>110</sup> Estos datos se obtuvieron de una entrevista personal con el actual director de CIESPAL Fernando Checa M, en la ciudad de Quito, en febrero del 2011.

### 3.7 TENDENCIAS EN LA FORMACIÓN ACADÉMICA A NIVEL DE LATINOAMÉRICA

El panorama formativo del pasado y del presente tiene una diversidad de modelos. Entre las principales tendencias a nivel de la formación de comunicadores sociales en las escuelas y facultades, constan las siguientes:

- a.- La diversificación de las titulaciones en sub ramas de comunicación y periodismo, como un mecanismo para atender las demandas laborales del mercado, generando una serie de carreras intermedias-técnicas que se relacionan con la comunicación. Entre las de mayor demanda tenemos: publicidad, relaciones públicas, comunicación visual, comunicación y diseño, por citar algunas de las más habituales, en nuestra región.

Estas divisiones temáticas responden en la mayoría de los casos a la visión empresarial de las universidades e institutos que intentan, de alguna manera, responder las demandas laborales de un mercado informal que requiere profesionales con una consistente formación técnica, que responda a una gama de necesidades específicas, en la mayoría de los casos alejada de la ciencia y la investigación.

- b.- La feminización de los estudios de comunicación, como producto de la banalización y mercantilismo que rodea a la profesión, generado por la enorme importancia que las televisoras, en su mayoría locales y regionales, están dando a la imagen de la mujer.
- c.- Existe en toda América Latina un marcado interés por incorporar las nuevas tecnologías como herramientas fundamentales dentro de la malla curricular, así como la apertura a estudiar los fenómenos y cambios que la tecnología provoca en el mundo de la comunicación.

Una verdadera revolución en los estudios de comunicación han causado las nuevas tecnologías. “Uno de los principales retos de los actuales estudios de comunicación consiste precisamente, en saber interpretar las consecuencias que producirán estos cambios tecnológicos, tanto en los contenidos como en los usos sociales de la comunicación: formas de ocio, creación de espacios de intercambio cultural, mundialización y localización, inclusión y exclusión” (MORAGAS, 2008).

Aproximadamente desde 2004 se evidencia la necesidad de cambiar y actualizar los planes de estudio para dotar de competencias específicamente relacionadas con el ciberperiodismo y todos los cambios que la presencia de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación plantean. (SEXO A; DEL HOY 2004) Aunque el impacto es evidente, la reacción desde la academia no ha sido instantánea, ni efectiva.

Los claustros académicos han ignorando los enormes cambios que plantean las nuevas tecnologías, por un lado y por otro, la cambiante y preocupante realidad social, dentro del cual el horizonte informativo tiene múltiples vertientes, y como tal también se amplían las versiones. *“es cada vez más difícil definir qué se espera del trabajo de un periodista”*

(ROSEN, 2004) generando un amplio debate que ha cristalizado una nueva disciplina o tendencia profesional: el periodismo digital o ciberperiodismo.

Estrategias e ideas para lograrlo hay muchas, pero un paso primordial es que las escuelas de comunicación salgan del mundillo universitario y se abran al planeta con optimismo.

En otras palabras, hacer acercamientos continuos hacia la producción de ciencia e investigación aplicada, para mejorar el ejercicio y el consumo de la comunicación, lo cual partirá también de un contacto más real con la empresa periodística.

Estos cambios deberían partir del reconocimiento de que el periodismo en la red es una ciencia muy joven, y como tal sin definiciones, ni estructuras claras, justamente por ser un proceso en evolución. Pero esto no justifica el dejar de lado las características nobles del periodismo tradicional.

“... Con una simple mirada al escenario, observamos que los jóvenes nacen y viven con y en la red. Éste es el mayor motivo por el que los medios quieren aprovechar las herramientas actuales para comunicar mejor e incrementar el volumen del negocio. La tendencia resulta evidente y la formación de los periodistas precisa una clara incorporación de la nueva realidad a sus programas de estudio, tanto a los contenidos teóricos como a los prácticos. La creación de itinerarios especializados en el marco de la titulación, permitirá la definición de cada perfil concreto” (LÓPEZ, 2003).

Las nuevas tecnologías están cambiando todos los días y que lo seguirán haciendo, frente a lo cual es importante enseñarles a los estudiantes, procesos sencillos pero profundos de interpretación de este cambio, para que puedan enfrentarlo. Dicho de otra manera, debe prevalecer la formación humanística y social, sobre las tendencias tecnológicas, pese a la importancia que están teniendo dentro de la empresa periodística.

“Hoy más que nunca, algunas técnicas, formatos y géneros de la comunicación cambian más rápidamente que la propia duración de los estudios universitarios. No hacerlo así, sería suponer que la transformación de la comunicación es una cuestión únicamente de tecnología, y no una cuestión de cómo saber usarlas para la producción y distribución de contenidos” (MORAGAS, 2007).

El escenario de la difusión de información (*ejercicio periodístico en la red*) nos enfrenta a otro problema de carácter superior y a un proceso de educación en términos generales: cómo ofrecer información sin hacer exclusiones, cómo lograr que la lectura sea integral y que ésta sea comprendida e interpretada en su verdadero contexto. Hay una cuestión adicional envuelta aquí: cómo desarrollar las funciones cognitivas superiores “*problem-solving, problem-finding, planning, reflecting, creativity, deeper understanding*” (GARDNER, 1999), caso contrario, todo lo que se difunda en el red, por muy importante que sea, pasará desapercibido, deprimiendo aún más la función y la necesidad del periodista en la realidad.

“Nos encontramos hoy en ayuno de investigaciones sobre el nuevo discurso electrónico, y aún más de reflexiones sobre el texto (o mejor, el discurso) informativo digital. Y eso que ensayos sobre este tema serían de inmediata aplicación en la docencia, encaminada a la formación de profesionales del periodismo, en asignaturas como redacción periodística, tecnologías de los medios impresos o diseño, en las que al menos un sector del profesorado ha insistido siempre en el carácter eminente práctico de la enseñanza” (DÍAZ, 2001).

# Capítulo IV

## La formación de comunicadores sociales y periodistas en Ecuador

¿Por qué no puedo irme a Francia, Inglaterra, España o Rusia o al infierno?  
Pensar que yo anhelo al primer puesto entre mis compatriotas, es majadería:  
jamás he dejado asomar las orejas de la ambición.  
Por fundar la libertad de este pueblo, por comunicarle algunas luces.

*Juan Montalvo. El Regenerador*

### **En síntesis:**

El presente acápite inicia con una descripción de la trayectoria académica de las principales escuelas de comunicación social en el Ecuador; luego de ello, tomando como referencia el criterio de académicos, la empresa periodística, periodistas y estudiantes evalúa los principales retos formativos que enfrentan estas instituciones.

Hace una reseña del aporte académico y la trayectoria de CIESPAL, organismo ecuatoriano que fue un referente en América Latina en la década del 60 y 70.

Identifica las competencias generales e indispensables para el ejercicio profesional desde la visión de los actores antes mencionados, así como los perfiles profesionales más frecuentes en el país.

## 4.1 SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL/PERIODISMO EN ECUADOR

En el Ecuador, el primer intento de formar a los periodistas dentro de las aulas universitarias, data de la década del 40, y estuvo a cargo de la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Estatal de Guayaquil.

Es importante comentar que, las primeras universidades del Ecuador están entre las más antiguas de América Latina, pero no entre las más prestigiadas, las mismas fueron influenciadas por los modelos españoles de marcada filosofía escolástica, lo que las llevó a implementar un modelo Napoleónico, de manera particular.

Según Fernando López, actual director de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, en 1943 se realiza el primer curso de periodismo en el país, en 1945 se crea la escuela de Comunicación Social, y en 1985 esta escuela pasa a formar parte de lo que hoy se conoce como la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.

Paralelamente 1945 se crea, en la ciudad de Guayaquil, la Escuela de Información de la Universidad Estatal del Guayaquil. Estos dos centros educativos se establecieron vía decreto emitido por el Congreso Nacional. Su implementación estuvo auspiciada de manera particular por un grupo de directivos de diarios como: El Comercio y El Universo, y por periodistas como: Abel Romeo Castillo, Carlos Alvarado Loor, entre otros.

En 1976, la propuesta académica de la Universidad Estatal de Guayaquil se convierte en escuela de Comunicación Social, adscrita al rectorado de la Universidad de Guayaquil. En la capital Quito, en los ochenta se consolida la Facultad de Comunicación de la Central. Algunos de sus primeros graduados se insertaron de manera natural en los diarios de mayor circulación de las ciudades de Quito y Guayaquil.

En la década del 90, se produce en el país una inusitada proliferación de facultades y escuelas de comunicación, con las más diversas especializaciones, desde las puramente técnicas ( periodismo impreso, radio, TV, publicidad, marketing). Lo cual, es una evidencia de que la oferta académica en el país, obedece de manera particular a las exigencias del mercado.

“En la formación profesional de los comunicadores sociales del país, predominan la parcelación y el carácter instrumental de los conocimientos y de los contenidos, por exigencia del mercado laboral , sin considerar las necesidades y demandas sociales” <sup>111</sup>

---

<sup>111</sup> Revista Textos y contextos (2009). La formación de comunicadores sociales. Fundamentos teórico del proceso de formación profesional de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. Editorial: Sol ecuatorial

Para el periodista cuencano y decano de la facultad de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, centro de estudios de carácter público, Fernando Ortíz, el mayor aporte de las escuelas y facultades de comunicación en el país ha sido consolidar una nueva valoración profesional. “ Se ha logrado una adecuación conceptual con los grandes debates y exigencias de la profesión” <sup>112</sup> a tono con los debates del primer mundo.

Las escuelas y facultades de Comunicación en el país, ha decir de Ortíz han vivido dos momentos, que podría resumirse así: Un primer momento marcado por la ideología de izquierda; los periodistas se formaban bajo una óptica marxista; los medios de comunicación eran unos enemigos que había que combatir.

En este esquema se formaron algunos dirigentes y guerrilleros ecuatorianos, quienes usaron los medios desde la visión de la comunicación contestataria, que combatió al sistema dominante. Época que según Ortíz estaría superada en el Ecuador.

Y un segundo momento, marcado por la tendencia neoliberal que dominó al mundo. Se estudian las relaciones públicas, la comunicación organizacional; la formación de comunicadores sociales es apolítica.

Hay acercamientos puntuales con la empresa periodística del país para fortalecer la formación de los futuros profesionales, usando la figura de pasantías, que han merecido todo tipo de críticas positivas y negativas también.

Según Ortiz Vízquez prevalece aún una distancia permanente entre la empresa periodística y la universidad pública, en especial. Subsiste aún un error, en la universidad “seguimos formando obreros de la comunicación”. Falta una visión empresarial que debe estimularse en las aulas, como una salida creativa a los problemas que tiene el mercado laboral.

Con fecha 2011, en el Ecuador existen veinte y seis escuelas y facultades de Comunicación Social y sus otras vertientes del conocimiento, por lo cual el perfil y las salidas profesionales son diversas, como lo explicaremos más adelante.

En el Ecuador los centros de estudios dedicados a la formación de comunicadores sociales y áreas afines, cronológicamente se han ido consolidándose académicamente de la siguiente manera:

FACULTAD	AÑO DE FUNDACIÓN	UBICACIÓN
Universidad de Guayaquil – Facultad de Comunicación Social	1945	Guayaquil

<sup>112</sup> Las versiones del Lic. Ortiz, fueron recogidas de una entrevistas personal realizada en el ciudad de Cuenca, en mayo del 2011

Universidad Central del Ecuador - Facultad de Comunicación Social	1945	Quito
Universidad Interamericana del Ecuador – Facultad de comunicación Social	1947	Riobamba
Universidad de Cuenca – Facultad de Comunicación Social	1954	Cuenca
Universidad del Azuay – Escuela de Comunicación Social	1989	Cuenca
Universidad Nacional de Loja – Carrera de Comunicación Social	1989	Loja
Universidad Técnica Luis Vargas Torres – Escuela de Comunicación Social	1989	Esmeraldas
Universidad Técnica de Machala – Escuela de Comunicación Social	1991	Machala
Universidad Técnica de Ambato –Facultad de jurisprudencia y Ciencias Sociales – Carrera de Comunicación Social	1992	Ambato
Universidad Internacional del Ecuador – Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación	1994	Quito
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación – Escuela de Comunicación Social	1995	Guayaquil
Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Escuela de Comunicación Social	1997	Quito
Universidad Andina Simón Bolívar – Especialización maestrías en Comunicación Social	1999	Quito

Universidad Casa Grande Facultad de Comunicación Mónica Herrera	1999	Guayaquil
Universidad Técnica Particular de Loja – Escuela de Comunicación Social	2000	Loja
Universidad Santa María – Carrera de Gestión de Diseño y Comunicación Visual	2000	Guayaquil
Universidad Estatal de Bolívar – Escuela de Comunicación Social	2003	Guaranda
Universidad Estatal de Bolívar – Escuela de Comunicación Social	2003	Guaranda
Universidad Estatal de Milagro  UTE – Carrera de Periodismo	2004	Milagro
Universidad Nacional de Chimborazo - Carrera de Comunicación Social	2009	Riobamba
Universidad Politécnica Salesiana	2009	Guayaquil
Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo Carrera Profesional de Periodismo	2010	Portoviejo
Universidad Católica de Cuenca Facultad de Ciencias de la Información y Comunicación Social	2010	Cuenca
Escuela Superior Politécnica del Litoral - Escuela de Comunicación Social	2010	Guayaquil
Universidad Técnica de Babahoyo	2010	Babahoyo

Elaboración: Autora

Y analizando la estructura general del país, en cuanto a las escuelas y facultades de Comunicación. El mapa geográfico quedaría estructura de la siguiente manera:



Del total de facultades y escuelas de comunicación que existen en el país 10 son de carácter público, que son a su vez las más antiguas y con mayor número de estudiantes, el resto corresponden a universidades cofinanciadas y/o privadas de reciente creación.

Lo cual, por supuesto, no es un fenómeno ecuatoriano únicamente; veamos por ejemplo, lo que dice Francisco Sierra Caballero (1998), en su artículo: "*La comunicación total el reto de la revolución del conocimiento*". Publicado por el Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo:

*“El binomio Universidad/Empresa ha sido progresivamente instalado en el mismo corazón de los programas asumidos por todas las políticas culturales de raigambre educativa. Competitividad, modernización, calidad y excelencia académica son los conceptos-anzuelo instrumentados a modo de panoplia por el nuevo discurso publicitario del capital que la contraofensiva conservadora ha generalizado privatizando el conocimiento : directamente, mediante la eclosión de universidades e institutos de investigación privados, e indirecta sumisión de los principios modernizadores de la globalización”.* ( SIERRA, 1998 ).

La mayor concentración de las propuestas académicas está en Quito, Guayaquil y Cuenca, aunque es importante destacar que la Universidad Técnica Particular de Loja ( UTPL), ofrece la carrera de Comunicación Social, en su modalidad de estudios a distancia, y cuenta con más de seiscientos estudiantes, en cada ciclo académico.

Es importante mencionar que el país bajo el auspicio y liderazgo del gobierno nacional se realizó un proceso de evaluación y acreditación de la Universidad Ecuatoriana por medio del Consejo Nacional de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la calidad de la Educación Superior del Ecuador ( CONEA).

En el país, según los datos del Conesup 2009 ( Consejo Nacional de Evaluación de la

190

Educación Superior) existían antes de la auditoría propuesta por el gobierno, 76 universidades.

En la categoría A, es decir con la máxima en su evaluación están 11 universidades, de estas 11 universidades 7 de ellas ofrecen la carrera de comunicación social y/o sus otras vertientes del conocimiento y aplicación.

Las universidades en el grupo A son:

- 1.- Pontificia Universidad Católica de Quito
- 2.- Universidad Central del Ecuador
- 3.- Universidad de Cuenca
- 4.- Universidad del Azuay
- 5.- Universidad San Francisco de Quito
- 6.- Universidad Técnica de Ambato
- 7.- Universidad Técnica Particular de Loja

En la categoría B se ubicarían también 7 universidades que cuentan con escuelas y facultades de Comunicación:

- 1.- Universidad de Guayaquil
- 2.- Universidad Nacional de Loja
- 3.- Universidad Estatal de Bolívar
- 4.- Universidad Nacional de Chimborazo
- 5.- Universidad Politécnica Salesiana
- 6.- Universidad Técnica Del Norte
- 7.- Universidad de Las Américas

El resto de universidades, que son las que no se encuentran ubicadas en capitales de provincia, se ubican en la categoría C y D, con el evidente peligro de cerrar su oferta académica, debido al incumpliendo de los estándares de calidad impuestos por el Gobierno, estos según los resultados de la evaluación antes mencionada.

En cuanto a las acreditaciones y certificaciones internacionales, se evidencia que la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja, realizó un proceso de acreditación con el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (*CLAEP*) a finales del 2010. No hay evidencias de otro tipo de acreditaciones internacionales por parte de las restantes ofertas académicas relacionadas con la Comunicación Social.

Dentro del ámbito latinoamericano y también recurrente en el Ecuador, se cuestiona el rol que las escuelas de periodismo y comunicación adquieren en torno a las dinámicas que dan forma a la profesión, producto de su falta de definición académica; su escasa vinculación con la sociedad (BARBERO, 1989).

Lo cual podría derivarse en un problema mayor “ que las escuelas de periodismo y las facultades de comunicación hoy se enfrentan a la dificultad de unir de manera armoniosa el contenido de las técnicas periodísticas, con las bases teóricas y el estudio de la comunicación social” (MELLADO, 2010)

Lo amplio y multifacético de la comunicación a decir de C. Mellado, permite que el Periodismo comience a transformarse en una actividad profesional poco definitiva, y en algunos casos sea más bien vista como un oficio cualquiera.

Se cuestiona, además, la incapacidad de conjugar su proyecto de identidad con las salidas profesionales de sus egresados (HERNÁNDEZ & SCHWARZ, 2008). Como una debilidad frecuente y constante en las ofertas formativas.

En el caso particular del Ecuador las escuelas y facultades de Comunicación Social, se enfrenten a las siguientes problemáticas, que han limitado su desarrollo y su aporte al universo de la investigación aplicada, función fundamental de toda universidad.

Los criterios que se exponen a continuación han sido evidenciados de manera particular, gracias al contacto con académicos, periodistas en ejercicio y la empresa periodística, que a manera de resumen presentamos así:

### **1.- Bachilleres sin fundamentos**

Existen problemas muy recurrentes en relación a la comprensión de la lectura y la expresión de ideas básicas de lo escrito. La situación varía más aún cuando el estudiante proviene de sectores rurales.

Veamos algunas estadísticas para poder contextualizar esta problemática. Según J. J Brunner (1990) en Ecuador gastamos un 5.5% del total mundial en educación, tenemos menos del 4% de los ingenieros científicos trabajando en laboratorios de investigación y desarrollo, nuestros autores científicos con menos del 2% de las publicaciones registradas a nivel mundial y además solo tenemos un 1% de los hosts de internet y patentes registradas por latinoamericanos en EE.UU al 0.2%.

Es importante también citar la versión de Latinbarómetro (2009) que muestra que en América Latina (17 países), un 60% de la población estima que “lo más importante en la vida para tener éxito es la educación”, contra un 19% que elige el “trabajo duro”, un 12% “las conexiones” y un 8% “la suerte”, aunque las ofertas educativas no siempre sean de calidad.

De nuestro acercamiento con los principales autores del proceso formativo de Comunicadores Sociales en el país, la formación básica de los estudiantes, ha sido un tema citado como una debilidad evidente y frecuente independientemente de la clase social, y sería más bien un vacío del sistema escolar que la universidad de manera inevitable hereda, pero que tampoco puede solucionar.

Consultamos a uno de los periodistas ecuatorianos de amplia trayectoria en el país, Francisco Febres Cordero, su criterio valorativo en relación a la formación de comunicadores sociales en las universidades ecuatorianas, quien reconoció que hay

grandes avances en la formación sobre todo en la diversidad de ofertas que existen tanto en universidades privadas como públicas, en primera instancia.

Para Febres Cordero, el problema más grave está en la errada concepción de los estudiantes que deciden estudiar comunicación social y periodismo “Me parece que hay una distorsión en la concepción del oficio.

Hay chicos que confunden el periodismo con ser estrellas de televisión. O hay alumnos que ingresan a las facultades por marketing o relaciones públicas. Pero la conciencia de que el oficio es duro, que es necesario leer, ser autocríticos... todavía no existe”. El problema estaría a decir de él, en la ausencia de un hábito básico de lectura, también.

## **2.- Profesores taxi**

El Ecuador irá hacia donde su Universidad vaya” (HURTADO, 1992), expresó un ex presidente de la república con acierto y precisión; pese a ello, no todo el panorama es optimista. Las escuelas y facultades del Ecuador no tienen una planta docente vinculada a tiempo completo, sino por el contrario echan mano de periodistas en ejercicio o expertos de campos específicos, pero siempre la vinculación es por tareas y horas puntuales de clases.

Este grupo de profesionales está prestando sus servicios en dos y hasta cuatro universidades al mismo tiempo. Esta figura laboral no ha permitido la consolidación permanente de un claustro docente para debatir sobre la pertinencia y actualización de los procesos académicos.

La infraestructura y la realidad histórica de las escuelas de comunicación en el Ecuador no permitía tener profesores a tiempo completo. “El profesor nuestro ha sido un profesor que debía dar clases en varios lugares para completar el presupuesto” (TUTIVEN, 2011),<sup>113</sup> porque además no existe una cultura de investigación, ni esta actividad era apoyada por la estructura universitaria en general.

Hay dice Tutiven “una necesidad histórica de pagar bien primero, para luego crear las condiciones materiales para el desarrollo de la investigación” caso contrario las escuelas y facultades de comunicación seguirán siendo meramente docentes.

El Conesup en informe del 2009 ( Vol. 6:19) reconoció que parte de la desmotivación docente que ya existe, está aumentando cuando los salarios, que además de ser extremadamente bajos, son con frecuencia pagados tarde; situación que es bastante común.

Pero no todo es malo en la universidad ecuatoriana. “La universidad ecuatoriana siempre ha mantenido una elevada conciencia de su responsabilidad frente al desafío de su continuo perfeccionamiento, aunque hasta los años 80, ese reto era ante todo asumido de manera individual” (FALCONI, 1997)

---

<sup>113</sup> Estas versiones fueron recogidas, mediante una entrevista personal realizada en la ciudad de Guayaquil, en junio 2001, al sociólogo Carlos Tutiven, director de proyectos de investigación, comunicación y cultura de la Universidad Casa Grande.

Según el libro titulado Misión de la Universidad Ecuatoriana para el Siglo XXI, Vol. 6:17, la investigación y la tecnología en el Ecuador son considerados de “extrema debilidad”. En 1990 únicamente el 6% de los directores de proyectos de investigación tenía el título de doctorado, y 25% con título de máster.

El informe presentado por la Comisión Técnica del Conesup (2009), confirma la siguiente distribución de profesores vinculados con la universidad ecuatoriana que tiene título de PhD. No existen estadísticas de la vinculación de acuerdo a las áreas específicas del conocimiento, ni tampoco se expresan datos puntuales en relación al tipo de vinculación laboral con la universidad.

<b>Universidad</b>	<b>No. de profesionales con PHD</b>
San Francisco de Quito	84
Flacso	69
Andina Simón Bolívar	56
Politécnica Nacional	52
Politécnica del Litoral	51
Técnica Particular de Loja	14

Las cifras no son aceptadas por la academia, ni existe un consenso en las organizaciones del Estado, cada universidad presenta y promociona sus propias cifras. El Senacyt (2011), organismo dependiente del gobierno presenta datos muchos más abultados y alentadores, en relación al número de profesionales con título de Ph.D en el país.

<b>AÑO</b>	<b>NÚMERO DE PROFESIONALES</b>
2003	845
2004	895
2005	870
2006	1555

2007	615
2008	623

**Fuente:** Senacyt ( 2011) Proyecto Prometeo

**Elaboración:** Autora

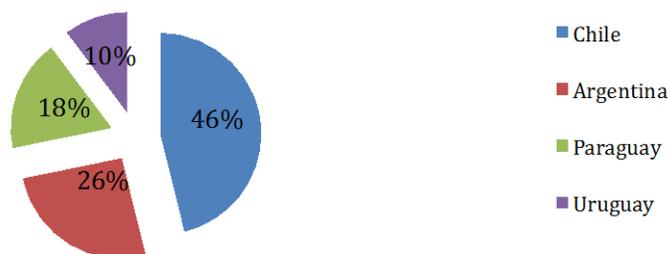
Es importante mencionar que por las propias características y estructura de la Universidad Ecuatoriana, la mayor parte de sus actividades están centradas de manera particular en la docencia.

Citemos un caso particular para graficar y ejemplarizar este hecho un profesional de comunicación vinculado a tiempo completo en la Universidad Central del Ecuador, deberá cumplir con 26 horas de trabajo a la semana, esto implica tener una carga académica, de 20 horas de clase.

“El escaso desarrollo de la investigación empírica en comunicación estaría asociado al poco reconocimiento institucional de los estudios de comunicación y a su bajo reconocimiento en el ámbito académico internacional” (SCOLARI, 2008), sumado a una escasa y débil vinculación con los cuerpos académicos líderes en investigación en el mundo, pero no solo de los cuerpos académicos dedicados a la formación de comunicadores, sino de toda la comunidad universitaria, en general.

Otro de los temas preocupantes sería el número de docentes de cuarto nivel vinculados con la universidad, el área de ciencias sociales presente una serie de debilidades. El mapa de formación de comunicadores y periodistas en América latina y el Caribe de la FELAFACS (2009), aunque no figura Ecuador, nos trae algunos datos interesantes en relación al número de profesores con doctorados, veamos las cifras:

## Profesores con doctorado vinculados en las escuelas y facultades de comunicación de América Latina



**Datos:** FELAFACS

**Elaboración:** La autora

El mismo estudio realizado por el FELAFACS tiene como conclusión: “La comunicación no tendría ni objetivo de estudio, ni métodos de indagación propios, por lo que representaría una rama específica de otros campos disciplinarios. La consecuencia derivada de ello sería la dificultad para acceder a fondos de investigación, lo que explicaría la escasa producción de investigaciones en comunicación”; es decir es, un círculo complejo que requiere de la correspondencia de funciones y de responsabilidades compartidas.

### **3.- Amplia oferta académica**

El hecho de satisfacer a las demandas del mercado ha diversificado las salidas profesionales de la comunicación. Muchos de los títulos que se ofrecen en el país tienen una amplia relación con la comunicación organizacional, las relaciones públicas y los cimientos de orden administrativo que esta área del conocimiento tiene.

“ ... en la actualidad, el principio económico domina la mayoría del mercado formativo en materia de comunicación. No en vano, en un sentido estricto, las escuelas e instituciones que imparten la licenciatura dan consistencia a sus texto-léase planes de estudio- como parte de una sugestiva oferta para captar la atractiva demanda de los estudiantes, más allá de los requerimiento sociales de un contexto completo y denso en su aprehensión” (SIERRA, 1996)

Sierra Francisco, refiriéndose al contexto latinoamericano, dice que el campo académico está devaluado y es objeto de críticas por el mundo empresarial. La proliferación de licenciaturas en comunicación ha devaluado, según la lógica del saber-poder, el valor de los saberes profesionales como parte de la estrategia económica que favorece el dumping social, dejando de lado la misión fundamental de la universidad.

Como consecuencia, el desprestigio profesional y el excesivo pragmatismo ha impedido el apoyo estatal hacia políticas de investigación básica y la ayuda a la formación de investigadores capaces de renovar el campo, práctica y teóricamente.

Esta fracción está provocando un riesgo eminente, centrar la formación en aspectos puramente técnicos. Esta situación haría que la universidad cumpla un rol muy similar al encomendado a los institutos de formación técnica profesional.

Luego de revisar las páginas Web oficiales de las escuelas y facultades de comunicación social, periodismo y otras áreas afines, podemos afirmar que títulos más frecuentes en el país son:

- a.- Periodismo/ Comunicación Social
- b.- Relaciones Públicas
- c.- Comunicación Organizacional
- d.- Comunicación Audiovisual/ productor audiovisual

La distribución de escuelas y facultades de comunicación en cuanto a las salidas terminales de los títulos estaría estructurada de la siguiente manera:

## Universidades que ofrecen título en Periodismo/ Comunicación Social

Escuela/ Facultades	Ubicación
Escuela Politécnica Javeriana del Ecuador	Quito
Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Quito
Universidad Central del Ecuador	Quito
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	Guayaquil
Universidad de Especialidades Espíritu Santo	Guayaquil
Universidad Casa Grande,	Guayaquil
Universidad de Guayaquil	Guayaquil
Universidad Católica de Cuenca	Cuenca
Universidad de Cuenca	Cuenca
Universidad del Azuay	Cuenca
Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador	Cuenca
Universidad Nacional de Loja	Loja
Universidad Técnica Particular de Loja	Loja
Universidad Estatal de Bolívar	Guaranda
Universidad Estatal de Milagro	Milagro
Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí	Manta

Universidad Nacional de Chimborazo	Riobamba
Universidad Regional Autónoma de los Andes	Ambato
Universidad Técnica de Ambato	Ambato
Universidad Técnica del Norte	Ibarra
Universidad Técnica de Babahoyo	Babahoyo
Universidad Técnica de Cotopaxi	Latacunga
Universidad Técnica de Esmeraldas Luis Vargas Torres	Esmeraldas
Universidad Técnica de Machala	Machala

### **Facultades y escuelas que ofrecen el título en Relaciones Públicas**

Escuela/ Facultades	Ubicación
Universidad Internacional del Ecuador	Quito
Universidad Tecnológica Equinoccial	Quito
Universidad de las Américas	Quito
Universidad San Francisco de Quito	Quito
Universidad Espíritu Santo	Guayaquil
Universidad Estatal de Cuenca	Cuenca
Universidad Laica Eloy Alfaro	Manabí
Universidad Técnica Particular de Loja	Loja

### **Facultades y escuelas que ofrecen el título de comunicación social/ organizacional**

Escuela/Facultades	Ubicación
Universidad Internacional del Ecuador	Quito
Universidad Casa Grande	Guayaquil

### **Facultades y escuelas que ofrecen el título en comunicación audiovisual y publicidad**

Universidad Casa Grande ( Mónica Herrera)	Guayaquil
Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	Guayaquil
Universidad Internacional SEK	Quito
Universidad San Francisco de Quito	Quito
Pontificia Universidad Católica de Ecuador	Quito
Escuela Superior Técnica del Litoral	Guayaquil

Dentro de este análisis no se incluyen a los institutos técnicos y profesionalizantes que existen en el Ecuador, puesto que sus títulos no están reconocidos por el Estado Ecuatoriano en el rango de educación superior, por no ser parte de los objetivos de la investigación.

Si bien es cierto y como lo hemos evidenciado a lo largo de estas páginas, la oferta dentro del ámbito de la comunicación es bastante amplia en el país. Atendiendo de manera particular la textura interdisciplinaria de la comunicación, y a los planes de marketing y negocios que se han implementado en la universidad privada.

## 4.2 APOORTE Y LA SITUACIÓN ACTUAL DE CIESPAL/ ECUADOR

En 1964 nace en Ecuador la CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina) organismo que impulsó el “*Plan de Escuela de Ciencias de la Información Colectiva*” ensanchando los roles y ejercicios del comunicador social, cuyo perfil obedece a las demandas de las industrias culturales y del mercado.

“La institución quiteña asimiló en forma distorsionada el modelo norteamericano de la *school of mass communication*, en donde la “*polivalencia*” es institucional, albergando en un mismo espacio académico a diferentes especializaciones profesionales: periodismo, publicidad, radio, televisión, relaciones públicas” (MÁRQUEZ, 2000)

Las tendencias norteamericanas dieron al mundo de la comunicación, tres orientaciones fundamentales para el estudio y trabajo, que se puede resumir así:

- a.- El análisis de contenidos
- b.- Los análisis cuantitativos (identificación de audiencias)
- c.- El análisis de los efectos

Marco Ordóñez, Ex Director General de CIESPAL, reconoció en 1979 que: “los centros de formación profesional en comunicación, dedicaron sus esfuerzos, básicamente a preparar periodistas e informadores que pudieran satisfacer las demandas del sistema de producción de contenidos culturales, y que naturalmente, corrió de modo paralelo con las demandas del sistema productivo de la sociedad en general” (ORDÓÑEZ, 1979)

Esto quiere decir en otras palabras que las escuelas de periodismo procuraron formar profesionales para que el sistema mantuviera su vigor y se desarrollaran en función de las demandas profesionales que fueron surgiendo.

Este modelo fue impulsado por gente vinculada a CIESPAL que recibió auspicio y asesoría académica por parte de la OEA, UNESCO y otras fundaciones internacionales. Los dos organismos fueron además su principal fuente de ingresos económicos.

CIESPAL fue la Meca de los académicos latinoamericanos donde se incubaron las primeras investigaciones de la región, lideradas por una especie de clubes de investigación, cuyo principal motivador era Ecuador.

Hoy la entidad es un organismo burocrático en manos del gobierno ecuatoriano, con un escaso presupuesto que le impide continuar siendo el eje coordinador y capacitador de los periodistas y comunicadores de América Latina.

Mantiene de manera muy reducida su línea de producción editorial y la conocida revista Chasqui, que se encuentra colgada en el sitio Web: [www.ciespal.org](http://www.ciespal.org).

En los sesenta surge un nuevo modelo humanístico, con las “Ciencias de la Comunicación” (FUENTES, 1998): una tendencia de administración académica que se repite en la mayoría de las mallas curriculares de las escuelas y facultades de periodismo y comunicación, básicamente con el objetivo de ampliar el campo laboral y los conocimientos de los futuros profesionales.

Claro está que las mallas curriculares han sido diseñadas bajo el esquema de aprender parcelas del conocimiento, puesto que la formación profesional se reduce a cuánto conoce, o cuánto es capaz de aprender, al contrario del sistema de créditos ECTS que propone aprender a aprender y formar por competencias, dejando al sujeto (estudiante) como el gestor más importante del proceso de aprendizaje.

La orientación de las mallas curriculares en líneas generales de Comunicación Social, tiene dos evidencias paradigmáticas fundamentales, por un lado, la información instrumental propuesta por los teóricos norteamericanos, y por otro, la crítica ideológico-política, que se centra en los estudios culturales, temas de gran impacto en nuestra región.

Este panorama de formación polivalente influye en el hecho de la escasa formación y consolidación de centros de investigación en comunicación, que solo surgen a raíz de los años 70 en México y Brasil, países que mantienen la delantera en este campo.

Hay que reconocer que CIESPAL entre 1963-1964 impulsa algunas normas entre las cuales se destaca la necesidad que las escuelas tuvieran un nivel universitario y que los programas duren como mínimo 4 años.

Recomendaciones particulares que de una manera u otra han sido acogidas por la mayoría de las universidades en el Ecuador y Latinoamérica, considerando siempre como referencia mayor, la influencia de la escuela norteamericana y su pasión por informar.

Marques de Melo afirma que el “*Plan tipo*” propuesto en 1964, por CIESPAL empujó a las escuelas latinoamericanas de periodismo y comunicación a un “callejón sin salida”, con su concepción del profesional *polivalente*, que amalgamaba en su *currícula*, diversos conocimientos técnicos para el manejo de los *media* con una concepción positivista de la

Teoría de la Comunicación (MARQUES, 198).

Bajo el auspicio de la UNESCO (1976) los representantes de 20 países de América Latina y el Caribe, discutieron las políticas de comunicación... “América Latina fue la primera región del Tercer Mundo que se interesó en ciertos problemas de sus sistemas nacionales de medios, discutir políticas de comunicación; y, en algunos casos, llevar a cabo grandes reformas estructurales en la radio, televisión y prensa” (FOX, 1988).

En la cita afloran las principales preocupaciones sobre la participación del gobierno en los medios, la propiedad privada, y los mecanismos vigentes para la difusión de mensajes.

En la década de los años sesenta y setenta podemos hablar de una investigación en comunicación en América Latina, centrada en el modelo pragmático, el humanista y el cientificista crítico. Una tendencia encabezada por lo que se conoce como la Escuela de Fráncfort, quienes estudiaron ampliamente el papel de los medios como instrumentos de conciencia social.

Pero es a finales de los 90 cuando se discutió académicamente la posibilidad de la existencia de una Escuela Latinoamericana de Comunicación, un debate, que en nuestra región está liderado por Jesús Martín Barbero desde Colombia y José Marques de Melo desde Brasil.

En esta época los estudios de comunicación tenían dos horizontes que marcan su ritmo y repercusión dentro del mundo académico en general, por un lado la necesidad de delimitar el campo de conocimiento de las ciencias sociales, en las cuales se envuelve la comunicación con la necesidad de llegar a un equilibrio entre la teoría y la práctica ; y por otro, la revolución tecnológica como elemento fundamental y emergencia formativa.

La tecnología ha cambiado de manera notable la forma de hacer comunicación, evidenciándose de manera muy práctica en las conocidas redes sociales y otras herramientas que presenta la Internet.

Falta, por ejemplo, en nuestra región, clarificar el potencial de las nuevas tecnologías y su estrecha relación con la educación. Hay que alejarlas del mito y considerarlas como una herramienta óptima y necesaria, pero que en ninguno de los casos ha supeditado el enorme

valor de la escritura y el lenguaje del periodismo clásico.

“La formación tiene que desmitificar los instrumentos tecnológicos y mitificar la transparencia y el periodismo de código abierto” (LÓPEZ, 2009) cuyo único objetivo sea mejorar la calidad de la redacción y el tratamiento de la información, que producimos y que nuestro público consume.

En la otra orilla, desde la visión de la administración académica, el ejercicio periodístico en el Ecuador y en algunas regiones de Latinoamérica, está marcado por la ausencia de títulos universitarios, y quienes los tienen muestran un vacío en el tema de capacitación y actualización continua.

Como lo manifiesta el catedrático español Xosé López: “La Universidad tiene que responder tanto a las demandas de los futuros periodistas como a la necesidad de actualización de los profesionales que trabajan y están dispuestos a buscar vías de reciclaje y de puesta al día”. Esto como una demanda constante de todos los sectores.

Una necesidad que puede solventarse desde la oferta amplia de tercer nivel, y las escasas propuestas de posgrado que el área de comunicación tiene una demanda en la cual el potencial de las nuevas tecnologías no ha sido explotado.

Aún y sin un lugar preponderante, queda el tema de la investigación en comunicación, área en la cual el país tiene tareas pendientes; recordemos que el grueso de nuestras universidades e institutos está concentrada en la formación técnica, ni no con la proyección profesional y universitaria.

Si bien la FELAFACS ha realizado algunos intentos de orientar la formación y el rigor de las mallas curriculares, la propuesta no tiene un peso colectivo, justamente por ser parte de las inexactas y amplias ciencias humanísticas, y por los egoísmos y visiones reducidas de los directivos universitarios, con las excepciones que el caso amerita.

Daniel Prieto tuvo en su momento una propuesta centrada en tres horizontes básicos, que han encaminado a algunas escuelas de nuestra región, en algunos casos han sido fuente de inspiración para la consolidación de propuestas curriculares, como es el caso de la UTPL:

- 1.- **Contenidos Generales:** Conocimientos, cultura básica y visión universal del mundo y su historia, que a su vez les permita la consolidación de un pensamiento crítico, como una competencia fundamental para el ejercicio profesional.
- 2.- **Aprendizajes necesarios:** Conocimientos que vinculen la teoría con la práctica. La técnica con la utilidad de la profesión, fundamentada en los conocimientos generales, y el desempeño solvente en el mundo laboral.
- 3.- **Organización del cuerpo docente:** La docencia vinculada con la experiencia, conocimientos, habilidades, y un conjunto de conocimiento de orden pedagógico.
- 4.- **Organización del plan de estudios:** Una malla que combine los tres elementos anteriores.

Temas en los cuales se ha centrado la discusión de la docencia y de los académicos que llevan el peso de la administración del currículo, cada vez más alejados del ejercicio profesional y de la realidad que se vive en los medios, como de sus demandas en el ámbito laboral.

Por ello, cada vez es más frecuente que los propietarios y administradores de medios de comunicación no tengan reparos en contratar a profesionales de otras áreas para las tareas informativas, cuando los profesionales de la comunicación no cumplen con sus exigencias.

### **4.3 LOS PERFILES PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES EN EL ECUADOR**

Los estudios formativos de carácter universitario relacionados con la Comunicación Social y el Periodismo, existen en el país hace más de un cuarto de siglo. Las universidades pioneras de este proceso en el país fueron las universidades estatales ubicadas en tres de las principales ciudades: Quito, Guayaquil y Cuenca.

Según el informe del Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP) -organismo que actualmente ya no existe- en los inicios de 2006 había 39 carreras de Comunicación Social y Comunicación Aplicada, Periodismo y Relaciones Públicas. Luego de la evaluación propuesta por el gobierno han quedado únicamente 26, como lo comentamos en las páginas anteriores.

Analizando los perfiles profesionales que ofertan todas las escuelas y facultades del Ecuador, de esta exploración investigativa deducimos que las menciones más frecuentes de los títulos en el Ecuador son:

- a.- Periodismo/ Comunicación Social
- b.- Comunicación Audiovisual
- c.- Comunicación Organizacional
- d.- Relaciones Públicas

En relación a esta titulación, en el Ecuador y al igual que en toda Latinoamérica, la carrera de periodismo propiamente ya no existe; está siempre cohabitando con la comunicación, aunque las mallas tengan una marcada inclinación al ámbito periodístico, y las aspiraciones de los estudiantes se encaminen al trabajo relacionado con los medios de comunicación.

De hecho de las 26 universidades que ofertan carreras relacionadas con la Comunicación, 24 de ellas ofrecen la carrera de comunicación social/ periodismo. No existen ninguna oferta únicamente en periodismo; esto también como parte de la tendencia que ha seguido la región.

La comunicación audiovisual es relativamente nueva y tiene mucha acogida de manera particular en las universidades privadas, por el amplio mercado laboral que promueve de manera particular el trabajo independiente.

En el país seis universidades ofrecen dicha mención, cuyo énfasis es bastante práctico; sus contenidos y enfoques curriculares llegan a competir con la ofertas de los institutos técnicos.

Las relaciones públicas por su parte es ofertada por ocho universidades en el país, y como en la estructura de muchas universidades forma parte de las escuelas de administración y negocios.

En relación al número de alumnos no existe una estadística global, oficial y específica para la Comunicación Social. El número de alumnos, exceptuando la Universidad Central del Ecuador y la UTPL, no sobrepasa los 30 estudiantes por ciclo académico.

La suspensión de los organismos adjuntos al gobierno como: el CONESUP y el CONEA, provoca la ausencia de datos estadísticos actuales y fiables.

Las facultades y escuelas cuentan con escasos profesores vinculados a tiempo completo. Ello las convierte en universidades netamente docentes. Existen solo dos escuelas y facultades de Comunicación Social con más del 50% de profesores a tiempo completo y la San Francisco de Quito y la Técnica Particular de Loja.

Por otro lado, las prácticas profesionales y las demandas sociales han configurado modelos de expertos con unas características básicas según el ámbito de actuación -para los diferentes medios- o según el “*modelo de comunicador ideal*” diseñado por centros comprometidos con otras formas de periodismo, posibles en la sociedad en red del tercer milenio, particular que fue analizado en detalle anteriormente.

“...la educación de los periodistas ha estado marcada por una convivencia forzosa entre las técnicas reporteriles y la comunicación, que se arrastra desde los años sesenta tras la importante influencia que desarrolló el Centro Internacional de Estudios Superiores de periodismo para América Latina (CIESPAL); (MELLADO, 2010), que se constituyó en la voz académica para la formación de periodistas, en particular.

Las nuevas tecnologías han cambiado las rutinas y las formas de concepción en general de toda la comunicación, lo cual cambia también el perfil de salida profesional. Y es una exigencia fundamental de la empresa periodística.

En tal virtud, los centros de formación de comunicadores deben proseguir con la actualización de los planes de estudios para responder a los retos que plantea la actividad profesional del comunicador en la sociedad de la información. Sus actuaciones deben orientarse a la incorporación de nuevos contenidos transversales, nuevas asignaturas y nuevas especialidades.

### **4.3.1 El Periodista**

El periodismo profesional no tiene más allá de un siglo de vida. El inicio de este proceso está íntimamente relacionado con la aparición de la prensa como un negocio, con John Walter en 1752, quien logra establecer toda una red de corresponsales en todo el continente.

Tomando las palabras de Gabriel Galdón, el periodismo se define como: “...un saber prudencial que consiste en la comunicación adecuada del saber sobre las realidades humanas actuales, que a los ciudadanos les es útil para actuar libre y solidariamente”.

“ El periodismo es una tarea colectiva, rápida y jerárquica ” (GOMIS, 2002) de una enorme responsabilidad social dentro de la cual la conciencia profesional y personal, juegan un rol por demás importante.

Hemos de asumir a la profesión periodística como un apostolado; “el periodista como un hermeneuta de la realidad (...) el hermeneuta no tiene por qué ser un comentarista, es decir, un comunicador que transmite opiniones subjetivas, sino más bien debe ser un analista, o sea un profesional que proporciona análisis, explicaciones objetivas de los hechos noticiados” (MARTÍNEZ, 2002).

Vale la pena citar a J. Merrill, que expresa: El verdadero periodista profesional es aquel que define sus responsabilidades (MERRIL, 1974) , sin que ello implique una renuncia expresa tácita a su autonomía profesional, sobre lo cual se debería formar en la universidad.

El ejercicio parte de una clara conciencia de su oficio, como un servidor público que respeta a su empresa, pero que tiene un marcado compromiso con el público al que se debe por naturaleza profesional. “En contra del papel de la prensa como guardiana, del pensamiento independiente y de la responsabilidad genuina, que implicaría hacerse responsable de las consecuencias de informar” (McQUAIL, 1998) o la dependencia absoluta a la organización empresarial (ELLIOT, 1974) .

Basta con citar a Bourdieu, quien consideraba que el anti intelectualismo es una constante estructura del periodismo en general (BOURDIEU 1996: 86). El ejercicio periodístico en Latinoamérica, al igual que en el resto del mundo, no está pasando por un buen momento; la omisión de las principales consideraciones éticas del profesional han minado el prestigio intelectual de la profesión.

Bourdieu fue uno de los sociólogos más relevantes de la segunda mitad del siglo XX. Sus ideas son de relevancia tanto en teoría social como en la sociología empírica, especialmente en la sociología de la cultura, de la educación y de los estilos de vida. Su aporte al mundo del periodismo ha sido fundamental.

“Se ha dicho que la primera revolución de nuestro campo de interés fue la escritura; es decir, la posibilidad de fijar nuestro pensamiento y escapar de la oralidad. Y la segunda es la imprenta, que nos dotó de las copias sin límite de un mismo escrito” (SMITH, 1987) , esto hizo que en los siglos XV y XVIII el pensamiento periodístico se multiplique y asomen a su vez las primeras formas de censura, además de la búsqueda de mecanismos para limitar la libertad de expresión, movimientos que fueron protagonizados de manera principal por la iglesia y los gobiernos de turno.

Según el historiador de origen peruano Juan Garguiverich, el periodismo del siglo XIX está considerado como un espacio de reflexión, opinión, discusión, superando incluso la clásica figura del ágora, que vinculó en sus inicios al periodismo con la política partidista.

La profesionalización del periodismo data alrededor 1920, estimulada de manera particular por Estados Unidos y Europa, donde la industria de la comunicación precisaba profesionales

preparados para este cometido.

Uno de los impulsos fundamentales, como lo comentamos en el primer capítulo, vino de la mano de Joseph Pulitzer, modelo que se implementó en América Latina con algunos remiendos, rediseños y ajustes a la realidad social que nos envuelve.

“La práctica del periodismo, como sabemos, consiste básicamente en la recolección de información de actualidad y vigencia relevante, su procesamiento y edición en formatos adecuados, según el medio elegido, y su distribución o difusión al público. Y esto es lo que hacían los *“curiosi”* en tiempos del Imperio Romano; los juglares medievales, los *“menanti”* del renacimiento; y los “relacioneros” que vinieron de España en el siglo XVI con sus imprentas gutenberianas. La sabiduría de reconocer las significaciones en la cotidianidad es tan antigua como la curiosidad” (GARGUREVICH, 2000) . Y pese a los avances de las nuevas tecnologías, el proceso de acceso a la esencia de la noticia, como las normas de verificación del hecho, siguen intactas.

Es importante comentar que en la década de los 50, en todo el mundo y con particular énfasis en España, se dio un amplio debate en relación a la vocación natural del periodismo como un oficio cualquiera, por una parte, y por otra, la necesidad explícita de acudir a las aulas universitarias para nutrirse del oficio periodístico, pero también del arte que implica su ejercicio.

Este debate no está del todo superado, puesto que aún existen países, incluido el Ecuador, donde el título universitario no es un requisito para ejercer el periodismo, lo cual nos da lugar a considerar dos fracciones: la de aquellos que consideran al periodismo una actividad como cualquier otra; y aquella donde está la academia, que considera al periodismo como una profesión, un servicio social.

“ La diferencia básica entre el periodismo-actividad y el periodismo-profesión, consiste en que en el primero, el periodista actúa como tal o no es periodista, mientras que en el periodismo-profesión, el periodista, optativamente y sin dejar de serlo, puede ejercer o no ejercer el Periodismo, para cuyo ejercicio ha sido titulado” (DE AGUINAGA, 1999).

En la década de los años 50 del siglo pasado, en las facultades de Comunicación de todo el mundo, vivieron un reenfoque a su campo de estudio, volcando la formación académica hacia del periodismo, es decir, el perfil profesional era para ese entonces la formación de trabajadores para la empresa mediática, modelo que tuvo y tiene mucho eco en nuestra región.

Este cambio estuvo motivado principalmente por la influencia hegemónica de Estados Unidos y el inicio de un despunte tecnológico que produjo una enorme fuerza productiva, que luchó y continua luchando por encontrar un trabajo estable en los medios, además de darle al título profesional rigor y pertinencia.

En la década de los 60 en América Latina, paralelamente a la creación de CIESPAL, se habló de la necesidad de abandonar el modelo de formación periodística para promover un

perfil centrado en lo que se conoció como el modelo: comunicador polivalente. Esta propuesta amplió los horizontes profesionales y laborables de los comunicadores, pero también dio una respuesta sin mayor reflexión académica a las demandas del mercado.

La profesión periodística, pese a la crisis que enfrenta, tiene un rol fundamental en la sociedad. Bajo esta concepción el periodismo es “un instrumento de información, una herramienta para pensar, para crear, para ayudar al hombre en su eterno combate por una vida más digna y menos injusta” (MARTINEZ, 2011) . Pese a todos los cambios que han experimentado la profesión, su deber y compromiso social está intacto.

El rol de informador en el periodismo sigue vigente hoy más que nunca, aunque la tecnología ha modificado los procesos de difusión y acceso a la información, el compromiso del periodismo en presentar una información contextualizada e integral, es un reto para todos los centros formativos y para los profesionales en formación, también.

Los problemas del periodismo son pues, los de la comunicación y el de la sociedad en su conjunto. (TAUTIC, 1977). No importan los escenarios, ni las condiciones difíciles en las cuales hoy en día se desarrolla el trabajo del periodista; una de sus tareas primordiales es y será la defensa de los derechos de la información y todas las responsabilidades éticas que este proceso tiene.

“Nadie puede informar si no cumple una función informativa; nadie puede ejercitar el derecho humano a la información, sino es para realizar la justicia informativa; nadie puede invocar el deber oficial o profesional de informar, si no es para dar perfecto cumplimiento al derecho de los demás” (SORI, 1990). Todo esto como horizonte y obligaciones profesionales.

El académico ecuatoriano Marco Ordóñez (1993) define que el perfil profesional debe prepararse a los comunicadores de acuerdo con las siguientes características:

- Conciencia del impacto cultural de la comunicación y capaz de asumir la responsabilidad de manejar parcial o totalmente sistemas de comunicación que abarcan grupos de personas, sociedades u opciones institucionales del Estado o de la sociedad civil.
- Con capacidad de mirar los problemas, identificarlos y diagnosticarlos con el enfoque de la profesión de comunicador y plantear respuestas y soluciones en términos de proyectos o sistemas de comunicación.
- Debidamente capacitado para la elaboración, producción y difusión de mensajes creativos y socialmente convenientes y éticamente formados para no practicar la manipulación, la distorsión o el engaño a través del uso de la comunicación en cualquiera de sus formas.

- Con una concepción del hombre y la sociedad inspiradas en ideales democráticos y humanistas, respetuoso de las ideas y de los principios de los demás, con una amplia apertura a otras culturas y con un profundo sentido a la justicia, la solidaridad social y la igualdad.
- Con la formación básica suficiente para que pueda aproximarse a la realidad tomando en consideración los factores pluriculturales, sociales, políticos, étnicos y económicos, nacionales e internacionales, todo ello dentro de un contexto humanista y universal.
- Defensor de la libertad de expresión y del derecho a la libertad de información de los individuos, de las agrupaciones que los amparen o identifiquen, de las entidades de la sociedad civil. Respetuosos de la honra y dignidad de las personas.
- Capaz de asumir y de interpretar la realidad, esclareciéndola y difundiéndola, con el propósito de colaborar al acercamiento y comprensión de las personas y los sectores sociales, procurando la convivencia justa y armónica, y el respeto al derecho de todos los individuos y de todos los pueblos con conocimientos y capacidad para defender la naturaleza y el equilibrio de los sistemas en las que opera la vida.

La función e importancia del periodista radica en el compromiso con su oficio, en cuanto más integral y responsable sea este proceso social, su rol será cada vez más necesario -léase útil-, no importa cuánto se extiendan las nuevas tecnologías.

Recordemos que el derecho de la información no es propiedad de la empresa periodística, ni tampoco del periodista, sino, por el contrario, es un bien y un derecho social de todos los ciudadanos.

El periodismo es una función social, su tarea se basa en el derecho a la información, pero también en la necesidad de analizar, contextualizar los hechos y acontecimientos diarios, es decir, los escenarios mediáticos actuales exigen, en palabras de David Randall, “*un periodista universal*”.

El periodista, vigía de la realidad, es cazador de hechos cotidianos, buceador de acontecimientos insólitos, pero sobre todo, propagador de noticias únicas. Al menos éste debe ser su afán profesional. Este deseo, ciego a veces, se traduce en desengaño” (LÓPEZ, 2005). No ha logrado el periodista como profesional social, liberarse masivamente de las presiones e imposiciones de la empresa y de la necesidad real que tiene el ser humano de trabajar para vivir.

Un tema que no es nuevo ni único en el Ecuador, por ejemplo, es la situación mediática que está marcada por una estructura empresarial monopólica; ocho grupos familiares son dueños de más del 50% de los medios en el Ecuador, aunque el Estado tiene bajo figura de

medios públicos: 19 medios de comunicación, acumulando para sí el derecho a la comunicación .

“La libertad de prensa es maltratada con frecuencia por grupos financieros codiciosos o partidos políticos y núcleos de presión económica, gracias a la propiedad directa o vinculada de medios televisivos, radiales y escritos. En consecuencia, se van reduciendo los espacios en que la prensa puede expresarse libremente.” (OQUENDO, 2008).

Pero por otro lado, además, sobrevive una debilidad profesional de tomar partido, opinar frente a un hecho periodístico, olvidando su función de cientista social.

Pero más allá de todas estas tendencias y criterios -todos ellos válidos- el debate en casi todos los casos, pasa por observar la calidad del periodismo, lo cual encaja en un panorama complejo, de al menos cuatro aristas (LAGE, 2001), que en resumen, podrían presentarse de la siguiente manera:

- La información debe referirse a la realidad -es decir- hechos e ideas situados en el tiempo y el espacio; para lo cual los primeros años de la carrera deben darle al estudiante una visión general universal y profunda de la sociedad y su realidad circundante.
- La realidad como tal es amplia y en algunos casos, como periodistas nos es ajena, por ello el proceso de selección de fuentes y la profundidad del proceso de investigación frente a la naturaleza evidente del acontecimiento, marcarán los niveles de calidad del hecho periodístico, en particular.  
Como lo manifiesta Omar Rincón: “hay que hacer un buen periodismo. Contar historias. Se necesita mayor investigación. Es necesario diversificar los formatos, donde se juegue con el humor. No podemos vivir a punta de entrevistas. Vivimos con “*opinionitis*” (RINCÓN, 2009).
- El público al cual se dirigen nuestros trabajos, cada vez es más diverso y complejo, y en algunos casos tiene más acceso a la información que el mismo periodista, o medio de comunicación. “El público es para el periodista, en mayor o menor medida, un misterio; la Red le ofrece la posibilidad de interactuar con él; pero también le marca un nuevo reto de precisión y veracidad, de adaptación de contenidos y de respuestas a ese continuo *feed back*, comunicación de retorno, que no será fácil de enfrentar sin la debida preparación” (MORALES, 2001).
- La subjetividad del periodista está marcada por su condición de ser humano -y como tal imperfecto- lleno de dudas y contradicciones. Lo importante en este caso, es que el periodista haga conciencia plena de sus vacíos, para que pueda proyectarlos mejor en virtud de un compromiso con la audiencia.

Por estas implicaciones éticas y profesionales, el escritor colombiano Gabriel García Márquez lo ha llamado “*el mejor oficio del mundo*”. La definición ha recorrido el planeta y ha sido respaldada principalmente por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), pero

también ha despertado un amplio y fogoso debate sobre la debilidad epistemológica de la profesión, la responsabilidad e implicaciones éticas del oficio.

Este mismo escritor nos convocaba a una reflexión profunda sobre el oficio y sus estrategias, el periodismo debe ser, por encima de todas las cosas, un servicio social. Por ello, resume la misión del periodista, así: *“debemos ser conscientes de que los periodistas tenemos el poder y las armas para cambiar algo todos los días”*.

Esta posición ha sido expuesta por Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, quien entre otras cosas sostiene: *“La gente se pregunta a menudo sobre el papel que desempeñan los periodistas. No obstante, los periodistas están en vías de extinción. El sistema ya no quiere más periodistas. En este momento, puede funcionar sin ellos o, digamos, con periodistas reducidos a meros obreros de una cadena de montaje, como Charlot en la película “Tiempos Modernos”, es decir, meros trabajadores que hacen retoques en las partes de los funcionarios”*.

Reducir al profesional a esta tarea deja sin sentido su paso por la universidad, considerando sobre todo que el periodismo como un bien y servicio social, debe siempre dejar en libertad al sujeto de elegir, como parte de un derecho fundamental del ciudadano y también como un principio de libre y justa competencia.

Los emisores de los mensajes no son los únicos dispositivos inteligentes, los receptores también lo son y su presencia anima a todo proceso de comunicación, independientemente de los sistemas y soportes en los cuales se realice.

“ Comprar periódico o una revista, encender la televisión o la radio para ser convencido, o inclinado a aceptar o llegar a un consenso. La gente en general busca información, entretenimiento y conocimiento, si no cumple, deje de comprar, que cambie el canal o ir a hacer otra cosa.” (LAGE, 2001).

Y por otro lado, el periodista-comunicador asoma como una especie nuevo de líder de opinión y defensor de los derechos ciudadanos, que lo llevan en la mayoría de los casos, a actuar como juez que sentencia y condena todo lo que a su juicio no es correcto, prostituyendo la deontología de la profesión.

No en vano J. Francois Fogel (2009) dice que “el periodista no es un comerciante de servicios cualquiera. A él le incumben ciertos deberes respecto al ciudadano, y que son del mismo orden que los del abogado para con su cliente, o los del médico hacia sus pacientes”, una responsabilidad que reconocemos y reclamamos todos, otorgando también el derecho al error y la duda que acompaña a todos los seres humanos, y por lo tanto a este ejercicio profesional también.

Bajo estas figuras erróneas, los jóvenes bachilleres ingresan a estudiar Comunicación Social, soñando en muchas ocasiones, únicamente con que su rostro -considerado como apuesto- o al menos estéticamente correcto conforme a las leyes del mercado vigente, asome en la televisión, sin reflexionar siquiera en la deontología profesional y la enorme

responsabilidad social y el esfuerzo intelectual que implica.

Se trata de una posición que Tomás Eloy Martínez ha llamado “*una peste del narcisismo*”, evidenciada de manera particular en los comunicadores que asoman en una pantalla de televisión, que la gente los reconoce cuando caminan por la calle, y que en alguna medida se convierten en un referente social. Una privilegiada y nueva clase social.

El narcisismo se evidencia a diario en las acciones de los periodistas locales en especial, que no son otra cosa que un extracto de esencia criolla y de la ignorancia, que confunden el entretenimiento con cualquier forma grotesca discursiva de la que todos, desde nuestros propios escenarios y roles, somos parte.

Como lo manifiesta Shayne Bowman, en su libro “*Nosotros, el medio*” hablamos de “... presentadores de noticias, insulsas revistas que más de cerca parecen catálogos, periodismo tímido, empacado, y cobertura sobrecargada de culto a la personalidad y a la celebridad”. Lejos de la realidad y las circunstancias comunes que marcan al mundo.

Es ineludible y necesario hacer una profunda reflexión sobre las implicaciones del ejercicio profesional “Ahora es necesario repensar dónde se perdió todo este proceso humano, para volver a rescatarlo, colocando al ser humano como centro de la comunicación social, y no al mercado como eje de la comunicación contemporánea. De lo contrario, seguiremos sacrificando la comunicación humana por los objetivos de la acumulación material” (ESTEINOU, 2009) y la banalidad impuesta como un formato recurrente en y por los medios de comunicación.

El periodismo es por esencia comunicación y este ejercicio de la acción comunicante merece y debe ser responsable, pero aún queda mucho camino por recorrer, como decía Walter Lippman: “el periodismo es todavía una profesión subdesarrollada” (LIPPMANN, 1965)<sup>114</sup>, incluso el tener un título profesional no garantiza la valía profesional, lo cual es una lucha pendiente por parte de la academia.

En América Latina el ejercicio periodístico no es cosa fácil, José Hernández periodista de amplia trayectoria en Colombia y Ecuador, describe un listado de causas y escenarios en los cuales se mueven los periodistas (HERNÁNDEZ, 2004) criterios que resaltan la presente investigación:

- 1.- Es imposible hablar de periodismo sin pensar en el perfil concreto de los periodistas que por miles lanzan cada año las facultades al mercado, sus deficiencias y las dificultades que tienen los medios para formarlos y conservarlos.
- 2.- También es imposible hablar de periodismo sin pensar en el poder, en su obsesión narcisista de verse reproducido en las actitudes autistas de las élites prisioneras de lógicas autodestructivas, y tontamente indiferentes ante las necesidades de sus comunidades.

---

<sup>114</sup> Las expresiones están atribuidas al periodista y poeta Lippmann Walter: “A Free Press – why it is important and how it can be sustained”, discurso a la XIV Asamblea del International Press Institute, Londres, 27 de mayo de 1965.

Aunque debemos aportar con una visión mucho más universal del problema, que tiene varios matices, considerando básicamente la estructura desigual de cada una de las facultades y escuelas.

“En el año 2009, la licenciatura de periodismo, lamentablemente, desapareció del ranking de las 50 titulaciones más demandadas” (FARIAS; GÓMEZ, 2010) provocado justamente por la disminución de puestos de trabajo, un fenómeno que se repite en todo el mundo; lo que prevalece es el título de comunicador social.

3.- Es imposible hablar de periodismo sin pensar en el destino desgraciado de estos países con deudas externas inmisericordes, franjas cada vez mayores de miserables, y esos millones de jóvenes cuyo sueño más caro es emigrar.

“Las condiciones de ejercicio del oficio del periodista parecen ser multiformes. Existe una gran diversidad. Posiblemente sería más exacto hablar de periodismos que de periodismo; o, mejor aún, designar con nombres diferentes a unas actividades que no tienen gran cosa en común entre ellas, haciendo lo mismo con quienes las ejercen” (DERIEUX, 1983).

Y aunque el perfil periodístico y las funciones han variado de manera sustancial con las nuevas tecnologías, el compromiso ético de la profesión, sigue intacto, y es uno de los puntos más discutibles al momento de hablar sobre libertad de expresión, rigor del oficio, precariedad laboral, en fin de todas las aristas problemáticas de la profesión, de las que hemos hablado y detallado.

El trabajo del periodista no es únicamente administrar y difundir información; no está allí la riqueza de su profesión. Por el contrario, su papel y responsabilidad está en la integridad y certeza de la información que difunde, por lo cual, su profesión se desenvuelve dentro de un marco amplio de responsabilidad social y de ética profesional.

Volvemos a referirnos a Virginia Luzón quien dice: “ Con la entrada de la redacción digital, el periodista no sólo redacta la información; es responsable total de la noticia que produce; también selecciona las imágenes y edita el video que se emitirá en el informativo” (LUZÓN, 2008) .

Por ello, es urgente una formación y actualización en la nueva estructura del lenguaje, que plantea el solo hecho de publicar online. A esto hay que sumarle un cierto expertis técnico/informático.

“ ... El periodista ya no tiene el poder absoluto como único emisor de mensaje. Gracias a las nuevas tecnologías, el lector-autor tiene la posibilidad de acceder directamente a las fuentes informativas sin la mediación del periodista, ni de ningún tipo de intermediario, y con la misma facilidad que accede a la propia información periodística: un simple movimiento de muñeca. Si bien esto se pudiera entender como una democratización de la información ¿hasta qué punto esto no supone una tergiversación de los hechos? (LÓPEZ, 2001) Y de ser el caso ¿a quién le atribuye el mérito al error?

“El periodista es un testigo. La formación del periodista, la preparación del comunicador, debe ser en definitiva, la necesaria para darle la capacidad ética y científica para ser un testigo inteligente y honesto de la realidad...” (FERNÁNDEZ, 1970) sin considerar, como en este caso el medio o el soporte en el cual se difunde un producto periodístico específico.

Porque el periodista entre otras cosas “no debe olvidar nunca la veracidad y la calidad técnica de sus informaciones”<sup>115</sup>.

La calidad de la información sobrepasa todas las barreras “Pienso que quien requiera información buscará la garantía de una información selectiva; eso sólo lo que puede dar la profesionalidad. Cuando se utilizan medios electrónicos se suelen ir a las páginas de los periódicos, a menos que no quiera divertirse perdiéndose en la red” (NÚÑEZ, 2002).

---

<sup>115</sup> Cfr. Verón 2008; Sabes 2008.

### 4.3.2. El periodista y el ejercicio periodístico en el Ecuador

La profesión y el ejercicio del periodismo en el Ecuador al igual que en resto del mundo no pasa por un buen momento.

Según las cifras que maneja el Colegio de Periodista de Pichincha, que forma parte de la Federación Nacional de Periodistas (FENAPE 2009) en el país existen alrededor del 10.000 periodistas titulados en las diferentes universidades que existen en el país.

Solo un 10% de estos profesionales formaría parte de alguno de los gremios profesionales que existen en el Ecuador. En relación a los gremios periodísticos y empresariales mediáticos en el país existen: Unión Nacional de Periodistas (UNP), Federación Nacional de Periodistas (FENAPE), Confederación Nacional de Periodistas, Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP).

Los tres gremios periodísticos existentes en Ecuador respetan la Constitución de 2008 y las leyes vigentes, pero cada uno tiene un manual corporativo que defiende su asociación y a sus agremiados, no a la profesión como tal .

Cabe mencionar que existen otras agrupaciones como la Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión (AER), Canales Comunitarios Regionales Ecuatorianos Asociados (CCREA) y Asociación Ecuatoriana de Canales de TV (AECTV), que fragmenta mucho más las representatividades institucionales y de cuerpo. Tampoco existen evidencias concretas en relación a una defensa sindical.

En el Ecuador, el gobierno del presidente Rafael Correa ha encontrado en la prensa a un buen contrincante para mantener una pelea constante y permanente.

El presidente ha logrado, a su vez, una exposición mediática frecuente, cuyo discurso dominante es la confrontación, y los reclamos por la falta de ética de los periodistas y de la prensa en general. Los canales de uso frecuente para este tipo de reclamos son los medios públicos.

Para muchos periodistas, en el Ecuador la libertad de expresión pasa por un momento difícil, incluso la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), en un informe del 2010<sup>116</sup> reconoció que existe hostigamiento a la prensa por parte del gobierno.

Este escenario ha sido cambiado de manera agresiva por la sentencia que un Juez temporal, emite en contra de los Hermanos Pérez, propietarios de Diario El Universo y Emilio

---

<sup>116</sup> La declaración de la SIP en torno al Ecuador puede ser revisada en el siguiente enlace:

[http://www.sipiapa.com/v4/index.php?page=det\\_informe&asamblea=24&infoid=374&idioma=sp](http://www.sipiapa.com/v4/index.php?page=det_informe&asamblea=24&infoid=374&idioma=sp). Acceso: 26/06/11.

Palacio, ex director de opinión, del medio antes mencionado. El periodista Palacio abandonó el país, asegurando que existe influencia gubernamental en la justicia.

Por otro lado, el informe en relación al Análisis del desarrollo mediático en el Ecuador 2011, realizado por la UNESCO, revela que “el 68% de personas encuestadas a nivel nacional considera que en el país hay libertad de expresión y el 32% afirma lo contrario”. En lo que respecta al índice de exigibilidad de este derecho, sólo un 4.04% de los encuestados ha presentado quejas por haberse limitado su libertad de expresión (UNESCO 2011), justamente por no considerarse un derecho vulnerado.

En el caso específico del Ecuador, la libertad de expresión está protegida por la Constitución del 2008 y la Ley de Radiodifusión y Televisión (1975), cuyas reformas han sido anunciadas por el Gobierno, sin que hasta la fecha se presenten acciones concretas; además el país cuenta con la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP), vigente desde el 2004.

El trabajo de la prensa ha sido vulnerado y se ha menoscabado la honra de los periodistas, a quienes el oficialismo ha calificado con diversos epítetos, desde morales hasta físicos. Es importante mencionar que el Estado Ecuatoriano es uno de los organismos que más invierte en publicidad y apariciones mediáticas la figura más frecuente son los enlaces sabatinos.

El gobierno de Correa ha mostrado tres puntos claves en relación con los medios y los periodistas, cuya situación ha sido modificada mediante decretos presidenciales, en su mayoría, con los cuales han cambiado de manera radical las reglas del juego para la empresa periodística, en particular:

- 1.- Suspende la inversión en paraísos fiscales:** A mediados del año 2009, el presidente Correa firmó el Decreto 1793, con lo cual modificó la Ley de Contratación Pública, que prohibió la celebración de contratos entre el Estado y empresas creadas fuera del país, pero de propiedad de ecuatorianos. Es decir, no se puede contratar con “empresas de papel”.

Según la Secretaría de Comunicación, los medios vinculados con los bullados paraísos fiscales son: El Comercio 49% de participación en las Islas Vírgenes-Estados Unidos y Panamá, El Universo en las Islas Gran Caimán, La revista Vanguardia 55% vinculado a empresas de Colombia y de las Islas Vírgenes, Diario La Hora en Bahamas y Gran Bretaña.

- 2.- Impuesto al papel:** Se gravó con el 12% del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a las importaciones del papel periódico. La Asamblea Nacional Constituyente votó a favor del Decreto en diciembre de 2010. Esta acción se estableció dentro del marco de las diez y seis medidas económicas para enfrentar la crisis mundial e incentivar la producción. En el caso de los medios impresos el costo está siendo asumido por los anunciantes y por los lectores, como en su momento lo reconoció Jaime Mantilla, presidente de la Asociación Ecuatoriana de Editores de Periódicos (AEDEP), de ese entonces.

**3.- La Ley de la Dictadura:** como lo recuerda el académico José Villamarín Carrascal<sup>117</sup>, en 1975 el general Rodríguez Lara emitió la Ley de Ejercicio Profesional del Periodista, documento con el cual todo periodista que avalara [o acreditar] 5 años de experiencia, podía acceder a un título profesional). Cuyas características y repercusiones ya fueron comentadas.

Dentro de la normativa legal, la Constitución del Ecuador, aprobada mediante referendo en el 2008, establece los siguientes artículos sobre la libertad de expresión:

**Art. 17.-** El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación, en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

**Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas:(...)

6. El derecho a opinar y expresar su pensamiento libremente y en todas sus formas y manifestaciones.
7. El derecho de toda persona agraviada por informaciones sin pruebas o inexactas, emitidas por medios de comunicación social, a la correspondiente rectificación, réplica o respuesta, en forma inmediata, obligatoria y gratuita, en el mismo espacio u horario.
11. El derecho a guardar reserva sobre sus convicciones. Nadie podrá ser obligado a declarar sobre las mismas. En ningún caso se podrá exigir o utilizar sin autorización del titular o de sus legítimos representantes, la información personal o de terceros sobre sus creencias religiosas, filiación o pensamiento político; ni sobre datos referentes a su salud y vida sexual, salvo por necesidades de atención médica.

---

<sup>117</sup> Los datos atribuidos al académico José Villamarín son el producto de una entrevista personal, realizada por la autora, el 8 de febrero 2011 en la Unidad de Observatorio de Medios del Ciespal-Quito, entidad donde el profesional presta sus servicios.

18. El derecho al honor y al buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona.
19. El derecho a la protección de datos de carácter personal, que incluye el acceso y la decisión sobre información y datos de este carácter, así como su correspondiente protección. La recolección, archivo, procesamiento, distribución o difusión de estos datos o información requerirán la autorización del titular o el mandato de la ley.
20. El derecho a la intimidad personal y familiar.
21. El derecho a la inviolabilidad y al secreto de la correspondencia física y virtual; ésta no podrá ser retenida, abierta ni examinada, excepto en los casos previstos en la ley, previa intervención judicial y con la obligación de guardar el secreto de los asuntos ajenos al hecho que motive su examen. Este derecho protege cualquier otro tipo o forma de comunicación.
23. El derecho a dirigir quejas y peticiones individuales y colectivas a las autoridades y a recibir atención o respuestas motivadas. No se podrá dirigir peticiones a nombre del pueblo.
24. El derecho a participar en la vida cultural de la comunidad.
25. El derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características. (...)

**Art. 313.-** El Estado se reserva el derecho de administrar, regular, controlar y gestionar los sectores estratégicos, de conformidad con los principios de sostenibilidad ambiental, precaución, prevención y eficiencia.

Los sectores estratégicos, de decisión y control exclusivo del Estado, son aquellos que por su trascendencia y magnitud tienen decisiva influencia económica, social, política o ambiental, y deberán orientarse al pleno desarrollo de los derechos y al interés social.

Se consideran sectores estratégicos la energía en todas sus formas, las telecomunicaciones, los recursos naturales no renovables, el transporte y la refinación de hidrocarburos, la biodiversidad y el patrimonio genético, el espectro radioeléctrico, el agua, y los demás que determine la ley.

Esta Constitución presenta un listado de garantías ciudadanas que deben ser respetadas y veladas por las autoridades y no se contraponen a lo que establecen los artículos 18 y 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos:

## Artículo 18

Toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión; este derecho incluye la libertad de cambiar de religión o de creencia, así como la libertad de manifestar su religión o su creencia, individual y colectivamente, tanto en público como en privado, por la enseñanza, la práctica, el culto y la observancia.

## Artículo 19

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión. Hay que destacar que el gobierno del presidente Correa no ha suscrito la Declaración de Chapultepec, pues en el 2007 pidió que los medios respeten los derechos laborales de sus trabajadores y cumplan con sus obligaciones patronales; cuiden la calidad de las noticias, para lo cual debería existir una autorregulación de la prensa, se democratizen y garanticen libre acceso, y, se eleve a la condición de delito contra la fe pública cuando un medio mienta.

En el libro *Entre saberes desechables y saberes indispensables [Agendas de país desde la comunicación]* (2009), coordinado por Jesús Martín-Barbero, Ecuador está ausente, pero muchas de las experiencias de otros países son aplicables a la realidad ecuatoriana. De este texto, rescato, como reflexión final la siguiente cita que sintetiza Omar Rincón en su texto titulado “Haciéndonos cargo de lo que nos toca”.

Lo más actual en derechos es la comunicación elevado a un derecho de todos y que los estados deben protegerlo y fomentarlo. Y lo mejor es que tenemos las 166 tecnologías para que todos seamos productores de mensajes, estéticas y relatos en la sociedad-red. El derecho a la comunicación no está dado, es un código expresivo no tomado. Este derecho a la comunicación pareciera ser un asunto de ciudadanos que parece entrar a la academia más interesada en defender y proteger la libertad de información de los empresarios. El derecho a la comunicación es el eje de la formación y la acción mediática y en red de nuestra sociedad (BOTERO; BARBERO, 2010).<sup>118</sup>

El derecho a la comunicación es el código deontológico que prima a los ciudadanos y es vital para las democracias. Por ello, parafraseando a Rincón: hagámonos cargo de lo que nos toca, ciudadanizamos nuestra acción comunicativa, seamos más ciudadanos, mejores receptores reflexivos y ayudemos a que la masa se convierta en audiencia crítica y no en grupo morfo que perdió su personalidad.

El Consejo de Regulación, aprobado mediante consulta y referendo de mayo de 2011,

---

118

deberá incorporar una normativa para que desde la Academia y los gremios empresariales y periodísticos, se genere en un tiempo de 6 meses y un año los códigos deontológicos de cada profesión comunicativa: periodismo, comunicación corporativa, comunicación audiovisual, publicidad, etc., con el fin de que los profesionales se guíen bajo normas éticas generales. De esta manera, la Ley Orgánica de Comunicación podrá acoger cuerpos legales secundarios para cada actividad comunicativa mediática.

- 1.- Crear instancias de defensoría de lectores y audiencias, con la finalidad de abrir espacios de reflexión interna en las redacciones sobre el oficio y la tarea diaria de informar con responsabilidad. Este trabajo servirá para poner un espejo en el cual se refleje el trabajo de la redacción. Actualmente, los medios hacen un ejercicio crítico público del otro, de la competencia o de los similares, pero no realizan la misma actividad autoreflexiva. Éticamente, este no es el trabajo de un medio de comunicación, sino de audiencias, veedurías, observatorios, defensores de lectores y receptores.

CIESPAL y Fundamedios tienen observatorios que realizan este trabajo. En el primer caso, vela por las audiencias y, en el segundo, por el libre ejercicio de los periodistas. Sus ámbitos son complementarios, pero lamentablemente entre sus directivos existen brechas insalvables para realizar un trabajo integrado.

### **4.3.3 Comunicador Social - Relacionador Público**

Las relaciones públicas como un ámbito de gestión empresarial, asomaron en 1920, es un horizonte profesional derivado del periodismo. El reconocimiento profesional de las relaciones públicas se dio apenas en la segunda mitad del siglo pasado.

“Los Estados Unidos crearon los cimientos de la industria de las relaciones públicas. Tal como decían sus líderes, su compromiso consistía en controlar la opinión pública (...) Tales relaciones constituyen una industria inmensa que mueve en la actualidad, cantidades que oscilan en torno a un billón de dólares al año” (CHOMSKY, 2003), justamente por el impacto nacional que provocan.

Dentro del mundo académico existe un amplio debate en torno a si las relaciones públicas deben ser consideradas como un talento, una habilidad o una profesión en evolución, o por el contrario, una actividad para aquellos periodistas que no han podido colocarse en el mundo laboral de los medios de comunicación, y que por lo tanto, como una salida creativa y emergente, han pasado a formar parte de los gabinetes de comunicación de empresas del sector público y privado.

Esto en relación a que los periodistas ostentan allí también como herramienta fundamental de su trabajo, la información. Además ellos “..... dirigen sus mensajes a los periodistas, a los medios informativos, a otras empresas, directamente al ciudadano (publicaciones, boletines...). De igual forma reciben informaciones, realizan un control de la repercusión

externa; diseñan estrategias de comunicación de la empresa o institución a la que pertenecen; preparan las conferencias de prensa; advierten a los actores protagonistas de conferencias de prensa y/o entrevistas, sobre las posibles preguntas incómodas; ensayan posibles respuestas a los periodistas y (...) en algunos casos ocupan parte de su tiempo en presionar a los periodistas para conseguir una información favorable a personas o a la propia empresa o institución a la que pertenecen” (TÚÑEZ, 1999 ). Simplemente que la gestión y los fines de la información son diferentes a los roles de la profesión periodística en sí, aunque ambas acciones pueden producir noticias.

Las relaciones públicas han evolucionado de manera especial en estas últimas décadas, hasta consolidarse como parte de la dirección estratégica de la comunicación en diversos ámbitos, pero de manera especial en el empresaria. En el ambiente universitario ha sido estudiada como otra área de la comunicación y en otros casos como una vertiente de orden empresarial/ administrativo.

Las relaciones públicas al igual que la comunicación social tiene una amplitud de campos de acción, y a similitud que otras ciencias sociales, presentan algunos problemas que no le permiten delimitar su gestión y oficio, más aún cuando de por medio está la vinculación laboral, como un mecanismo de supervivencia, que al fin de cuentas es uno de los objetivos profesionales también.

“El profesional de las relaciones públicas actúa como un asesor de la dirección y como un mediador contribuyendo a convertir las metas privadas en una política y en una pauta de acción, razonables y públicamente aceptables”<sup>119</sup> ; un campo de acción amplio que se ha convertido en un excelente escenario laboral aún inexplorado, y como tal, campo atractivo para la vinculación profesional.

“Las relaciones públicas no ostentan estándares educativos prescritos, ni leyes estatales que gobiernen el ejercicio de la profesión. En muchos países no tiene ni una duración de los estudios definida por el ordenamiento jurídico” (WILCOX, 2006). Es importante mencionar que España y Brasil tienen avances en relación a las consideraciones legislativas para el ejercicio profesional de las Relaciones Públicas.

Si miramos las funciones básicas encomendadas a los periodistas y a los relacionadores públicos, existe un punto de contacto similar la difusión de la información, lo que hace común que periodistas ejerzan las funciones de relacionadores públicos con casi absoluta normalidad. Un segundo punto de coincidencia, es la necesidad de transparentar su gestión y como tal la necesidad de contar con un código o una serie de normativas prácticas de ética del oficio.

Esta duplicidad de funciones ha permitido en algunos casos mejorar sus salarios, además de constituirse en una salida creativa a la precariedad laboral que viven en todo el mundo los periodistas.

---

<sup>119</sup> Declaración oficial de la Sociedad de Relaciones Públicas de América sobre las relaciones públicas ( 2008)

Veamos algunas cifras, el número de puestos de trabajo en relaciones públicas crece de manera exponencial. Según una investigación de la Oficina de Estadísticas Laborables de Estados Unidos se determinó en 2008 un incremento del 31 y 35% de empleos relacionados con este campo, mientras que los puestos afines con el periodismo, presentaron un incremento muy bajo entre el 0 y 9%.

El ejercicio del periodismo es una de las actividades profesionales que exige un alto grado de responsabilidad social, por su intenso contacto con la gente, y por considerarse un orientador de la opinión pública, en general.

Ernesto Sábato decía: “El periodismo habrá de deponer su propia visión de las cosas, para abrirse a lo que sucede, comprendiendo que son sus ojos y sus palabras los que llevarán a los demás hombres la realidad de la que son parte. El periodismo es así testigo, mediador e intérprete. La suya es una tarea de suprema responsabilidad” tareas que encajan muy bien dentro de las exigencias y características de la RS.

Aunque todos sabemos que el momento en el cual periodista entra en contacto con el hecho noticioso, selecciona cualquiera de los géneros periodísticos para su publicación, ingresa ya dentro de un marco de subjetividad personal; por ello, la conciencia en torno a la responsabilidad profesional es prioritaria.

Del enfoque y tratamiento integral que el periodista sea capaz de darle a una determinada realidad social, que es cada vez más cambiante, dependerá su grado de responsabilidad, y la conciencia que el sujeto -periodista- tenga en los momentos difíciles del ejercicio profesional.

El periodista, por lo tanto, se halla en el centro de nuestro análisis por su papel en la construcción de la actualidad. De ahí la importancia de su trabajo y su relación con la difusión de hechos veraces. Es necesario apuntar que “hasta hoy la única profesión que se dedica a transmitir oficialmente la verdad en cuanto profesionales, son los periodistas.

Por otro lado, la verdad es patrimonio de toda la humanidad; por tanto, todos los seres humanos tenemos la obligación de decir la verdad “*no mentir*”, a lo cual hay que sumarle la necesidad de encontrar estrategias que nos permitan salir de la intoxicación, para fortalecer los valores humanos, que son lo mejor que el ser humano tiene.

Es por ello que “tradicionalmente el componente diferenciador del periodista respecto al resto de profesionales relacionadas con la comunicación, ha sido su responsabilidad social. Esta responsabilidad se basa en la libertad de información formulada en las democracias liberales, la independencia del informador y el derecho de la ciudadanía a recibir informaciones plurales y veraces (QUIM, 1999)”

En el ejercicio de esa actividad hay una casuística muy diversa. Esa complejidad, junto con los descuidos profesionales a los cuales nos enfrentamos día a día, han provocado un polémico y extenso debate sobre la libertad de informar y los mecanismos que desde el Estado, por intermedio del Poder Ejecutivo, en especial, se están empleando para censurar, sobre todo por vía curiosas reformas constitucionales.

Más allá del marco legislativo, un periodista necesita hacer conciencia y actuar sobre la voluntad de querer ser ético e integral ; caso contrario el horizonte profesional no mejorará nunca.

Se trata de una relación conflictiva que se mueve dentro del amplio, y otras veces estrecho marco de la libertad de prensa, hoy en eminente riesgo en nuestra región, debido a las constantes amenazas de los gobiernos de turno. Esta relación conflictiva no ha podido minar el rol fundamental que tienen los medios para el fortalecimiento de las sociedades democráticas y plurales.

La libertad de expresión y la libertad de prensa, si cuenta con un marco jurídico estable, deben permitir a los medios actuar; y si cometen deslices, la justicia debe operar, como ante cualquiera de los otros actos que se consideran fuera de la ley.

Para el funcionamiento de las sociedades democráticas, se establece que la libertad de prensa debe garantizar que ni el poder económico, ni el político puedan actuar de árbitros o de tribunales de justicia, sobre todo cuando los temas se relacionan con el ejercicio de la libertad de expresión.

La libertad para los medios y desde los medios, está fundamentada en la teoría liberal propuesta por J. Stuart Mill, quien en su obra *Areopagitica* expone las bondades de la libertad de expresión, y advierte sobre los peligros de la censura. Estos postulados lo convierten en un profundo defensor de los medios de comunicación; la propuesta fue ejecutada para los países industrializados.

A la teoría liberal se suma el liberalismo económico, propuesto por Adam Smith, quien defendió un “*mercado libre de ideas*”, sin la participación del Estado, ni de alguno de los poderes oficialmente constituidos.

La teoría o doctrina liberal propuesta por Mill, se expresa de manera evidente en el siguiente pensamiento: “La única libertad que merece este nombre es la de seguir el propio bien a nuestra manera, con tal de que no intentemos quitar a los demás el suyo o impedir sus esfuerzos de alcanzarlo”.

Desde la visión constitucionalista, los medios se convierten en una especie de cuarto poder, con capacidad y responsabilidad de frenar los abusos de los poderes legislativo, ejecutivo y judicial, siendo éste uno de sus papeles y responsabilidades principales, espacio en el cual los periodistas adquieren además un protagonismo destacado.

En esta teoría, el consumidor de productos periodísticos tiene la capacidad de elegir, censurar, e incluso criticar lo dicho por y en los medios, mientras que tales medios tienen la responsabilidad de informar y entretener, pero también de vigilar la actuación de poder. En otras palabras, convertirse en un contrapoder.

La teoría no hace reflexión alguna sobre los niveles de educación de la audiencia, ni mucho menos considera las estadísticas de consumo de productos periodísticos a nivel general.

Como parte de los postulados expuestos por la teoría liberal y su propuesta de libre mercado, está la facultad del consumidor para calificar y censurar, como un derecho y una responsabilidad que debemos ejercerla todos, considerando además que no debe existir limitación alguna, ni siquiera las legales, para publicar y acceder a la información.

La teoría expresa la necesidad de contar con una audiencia activa y crítica, lo que implica además apertura a los medios y a los periodistas para recibir, filtrar y valorar todo tipo de críticas respecto a su audiencia. Y lo hace considerando que el ejercicio periodístico tiene dos vertientes. La primera es un compromiso intelectual que se evidencia en el deber que el periodista tiene con la formación educativa de su audiencia; no olvidemos que en un momento se habló de la necesidad en un científico-social, capaz de analizar y comprender la inmensa y compleja coyuntura social.

Bajo esta línea, la tarea y el compromiso del periodismo con su audiencia, evidencian un grado de suprema responsabilidad, que va más allá de la simple difusión de los hechos y la bullada teoría de la objetividad periodística.

Un segundo compromiso ético transversal se debe evidenciar en todos los momentos de su vida profesional e incluso en el ámbito personal, puesto que un solo paso en falso afectará a su entorno mediático laboral.

La RSC dentro de los medios de comunicación es, sin lugar a dudas, un valor netamente ético. “Dentro de esta ética empresarial, la empresa informativa no sería una organización económica, sino concebida más bien como una corporación con fuerza para el cambio social, una institución social que tiene una responsabilidad con la sociedad, además de, con los accionistas y empleados” (VIZCARRA, 2002). Bajo esta estructura, todos tendremos una preocupación suprema por el bienestar, desarrollo e imagen del medio de comunicación.

Recordemos que el periodismo es una profesión que se centra en el servicio social, y como tal tiene un compromiso con la sociedad. La información veraz y necesaria no es una concesión que el profesional hace a favor de la sociedad, sino un deber que en justicia, tiene que cumplir. Porque como es injusto privar al hombre o al público de su derecho a la información, también es injusto despojarle de su salud moral con las informaciones falseadas o innecesarias.

Bajo este marco, el tema de la RS en los medios, asoma como un sentimiento compartido y de comunidad. La empresa, por su parte, debe, más allá de las políticas editoriales e informativas, generar un ambiente donde se practique la ética, como un mecanismo para inspirar a sus trabajadores, quienes, a su vez, deberán hacer valer, en todo momento, su condición ética de informador. “Entre los empresarios de los medios y los profesionales de la información, tiene que prevalecer la responsabilidad social, contraída por la elección de una profesión y la constitución o participación en una empresa cuya mercancía necesita llegar al mercado, protegida por unas normas y principios deontológicos, que a ambas partes corresponden respetar” (BRAJNOVIC, 1979).

La visión o modelo empresarial, con una correcta definición de sus funciones y objetivos

empresariales e informativos dentro de los medios de comunicación, ha sido la clave para el crecimiento robusto de los medios, libres de todo tipo de precisión que puedan herir su quehacer fundamental: dar servicios informativos.

Esta separación de funciones mejora el quehacer comunicacional e informativo, por dos razones que detallamos a continuación:

- a.- Hay una clara distancia entre la gestión de la información, a cargo de los periodistas-reporteros y la gestión de la publicidad, a cargo de los agentes de marketing.
- b.- Los sueldos de los periodistas son relativamente mejores, aunque en América Latina la pauperización de los sueldos de los trabajadores de la prensa, es un fenómeno preocupante. A propósito, vale decir que muy pocos países de Latinoamérica tienen cifras y estadísticas reales, justamente por el hermetismo que rodea a la empresa periodística.

Como lo manifiesta Nicholas Negroponte<sup>120</sup> “*Ser digital es poder crecer*”, pero no basta con ser digital, hay que “*enchufarse*”, explorar y saber las formas de sacarle provecho a la red, aunque el futuro es para todos incierto.

“Este nuevo medio que denominamos *on line*, convive con los medios de comunicación tradicionales de manera que, hoy por hoy, podemos considerar provisional o incluso experimental” (CABRERA, 2001) pero importante y vital para el ejercicio profesional.

La sola presencia de la red y su enorme capacidad de difusión, por sí sola representa un reto para el periodismo. “...el periodismo deberá prepararse para trabajar en todos los medios y con todos los medios” (ÁLVAREZ; LÓPEZ, 1997) . Quien lo logre podrá enfrentar con optimismo la precariedad laboral que envuelve hoy en día a nuestra profesión, e insertarse con creatividad a estas nuevas ofertas laborales.

Es importante recordar lo que nos decía la periodista Cory Bergman: “Los periodistas más exitosos del mañana informarán sin fisuras a través de cualquier medio: televisión, radio, prensa o la web. Puedes llamarlo la nueva raza “*los superperiodistas*”, comunicadores listos, muy trabajadores, que se esfuerzan al máximo para conseguir lo mejor de cada historia. (BERGMAN, 2001) .

“En un período de profunda transformación profesional, los periodistas se muestran desorientados y recelosos, ante una nueva disciplina cuyas claves y características ignoran. Esta desorientación y recelo les ha llevado a adoptar con frecuencia planteamientos tecnófobos, caracterizados por renegar de toda invención y por la tendencia a perpetuar de manera acrílica las rutinas de antaño” (DÍAZ; SALAVERRÍA, 2003) .

---

<sup>120</sup> Negroponte, N. : Op. cit. p. 60.

En otras palabras, un periodista de altura debe estar a tono con estos tiempos de cambios volátiles. Recordemos lo que con propiedad y altura decía F Colombo, en su libro “Últimas noticias sobre el periodismo”: *“El periodismo es el producto de las condiciones culturales, sociales y políticas de un país y de una época”* (COLOMBO, 1997) .

Esta innovada concepción profesional está compuesta a su vez de nuevas competencias; el periodista digital será quien valore un hecho periodístico, lo redacte, lo publique, pero a su vez lo diseñe, grafique y lo nutra con todas las características y condiciones que un hipertexto involucra, sin que ello implique la anulación de las competencias implícitas dentro del periodismo tradicional.

“...la tecnología es básica, pero el periodismo no es informático ni técnico en telecomunicaciones. Los ordenadores son herramientas para realizar nuestro trabajo, no la esencia de nuestro trabajo. Por lo tanto, no hay que confundir –soporte con el medio” (CANGA, 2001).

Autores como López X, Pereira X, (2009) entre otros, consideran que las facultades de Comunicación Social de América Latina deberían plantearse un nuevo reto: reflexionar, o bien recapacitar sobre su estructura y planes de estudio, para poder enfrentarse a la creciente demanda de la tecnología digital.

El diseñar un perfil para el periodista del futuro, que sin lugar a dudas será aquel que se mueva con solvencia en los entornos digitales, es un reto para cualquier oferta formativa en comunicación y/o periodismo, sin que ello signifique reducir y minimizar a ninguno de los campos profesionales.

Entonces dentro del ámbito laboral, que evidentemente resulta muy atractivo, más de la mitad de las actuales ofertas de trabajo para el periodista provienen de los medios digitales, donde saber aplicar correctamente los criterios de utilización de las nuevas tecnologías es imprescindible” (LUZÓN, 2000).

Por otra parte, cuando se habla del periodismo en la red, dentro del ámbito laboral, hay que considerar dos elementos fundamentales:

- a.- El proceso de producción de noticias tiene una rutina que exige una formación específica, pero implica que el profesional tenga el tiempo necesario y las condiciones tanto físicas como ambientales para lograrlo, esto no siempre es parte de las preocupaciones de la empresa periodística.

“Por muy pronto que lleguen los datos de una noticia a la redacción de un diario electrónico, y por muy eficaces que sean los mecanismos técnicos de elaboración de la noticia y de la transmisión de la información, no podemos dejar de lado que la-fabricación- de esas informaciones, sea cual fuere el género periodístico escogido,

exigirá un tiempo de trabajo que no se puede soslayar” (DE RAMÓN, 2001) <sup>121</sup>. Un proceso frente al cual la posición y trabajo del periodista es fundamental, y esta discusión sobrepasa los límites en relación al soporte en el cual se difunda un producto periodístico.

Hoy por hoy el tiempo y la inmediatez de la noticia nos obliga, como académicos dedicados a la formación de periodistas y comunicadores sociales, a repensar el perfil formativo, ahora mismo, como lo expresa Max King<sup>122</sup>. “En las redacciones ya no se habla de periodismo”... “Nos consume la presión del trabajo y de la cuenta de resultados”.

Una investigación realizada por el Programa de Medios de Comunicación y Democracia en América Latina, evidenció que “casi la mitad de los periodistas encuestados dispone de menos de cuatro horas para producir un artículo o un reportaje de radio o TV. Esto deja al descubierto el poco tiempo disponible para las reuniones de redacción o para la investigación de archivo” <sup>123</sup>. Estos datos son muy parecidos a los que presentaba el Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS) en el 2004; hasta la fecha las cifras no han mejorado, sino por el contrario los periodistas que no han sabido trabajar a precisión, se han quedado simplemente sin trabajo.

#### b.- La desprofesionalización periodística:

El crecimiento evidente del periodismo digital plantea como uno de los temas complejos y de gran debate, la utilidad y pertinencia de tener un título en comunicación, cuando justamente la flexibilidad que la red presenta, ha permitido que todos desde nuestro espacio y limitaciones de conocimiento podamos publicar.

---

<sup>121</sup>

<sup>122</sup> Max King fue director de Philadelphia Inquires y catedrático universitario. Su experiencia y lecciones profesionales están citadas en “Los elementos del periodismo” Kovach B, Rosenstiel T. (2003) Pág. 16

<sup>123</sup> La encuesta en relación ¿Cómo trabajan los periodistas en América Latina” fue realizada por el Programa de Medios de Comunicación y Democracia en América Latina, de la Fundación Konrad Adenauer Stiftung. Se entrevistó a unos doscientos periodistas de: Argentina, Bolivia, Colombia, Ecuador y otros países Latinoamericanos.

### **4.3.4 Comunicador Social - Comunicador Organizacional**

La comunicación organizacional y el profesional dedicado a esta rama es el responsable de la cultura organizativa y el ambiente saludable de la empresa/organización en general, y como tal tiene el compromiso de diseñar e implementar estrategias y planes integrales de comunicación, que aporten al crecimiento de toda la entidad.

Los planes integrales de comunicación se fundamentan en los principios de todo un sistema de gestión y cultura organizacional, considerando que este último está compuesto por una serie de elementos imprecisos como los valores, creencias, costumbres, normas entre otras.

El horizonte profesional de esta disciplina es tan amplio que en muchos de los casos debe desarrollar multitareas, que implican el uso de destrezas periodísticas, sobre todo al momento de la difusión y/o implementación de una propuesta comunicacional.

Esta nueva vertiente formativa para los comunicadores sociales responde a la necesidad de ampliar y reenfocar la misión social de los medios de comunicación y de todo el marco profesional en sí. Su presencia y accionar profesional han fortalecido las propuestas y proyectos de comunicación alternativa.

“La enseñanza de la comunicación organizacional debe orientarse a la formación de profesionales que cuenten con una clara visión de cuál es el valor que su trabajo comunicacional agrega a las organizaciones, para el cumplimiento de la misión que se han propuesto” (GONZÁLEZ, 2006). Escenario en el cual las nuevas tecnologías tienen un rol fundamental.

Además se requiere una alta dosis de la creatividad profesional, mucho más cuando los planes están enfocados en comunicadores deprimidas y con escaso acceso a los medios de comunicación.

Este nuevo e innovado enfoque profesional ha permitido una mayor flexibilización en las jornadas laborales de los comunicadores. Es común encontrar trabajos en calidad de consultor, bajo esquemas de free-lance y/o outsourcing, prestando servicios de carácter mucho más específico, impulsados de manera particular por el tercer sector.

Uno de los campos preferidos de los comunicadores organizacionales es la comunicación para el desarrollo, y ésta se presenta como un espacio -en el caso de América Latina- aún inexplorado dentro del ámbito laboral.

Es importante considerar en nuestra región la presencia de fundaciones, ONG y otros organismos de ayuda social. Este tercer sector considera a la comunicación como un elemento fundamental para el desarrollo, y es vista como una alternativa la desarrollo justo .

“La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el diálogo, que utiliza una amplia gama de instrumentos y métodos. Lo que incluye: escuchar, crear confianza, compartir conocimientos y habilidades, establecer políticas, debatir y aprender, a fin de lograr un cambio sostenido y significativo. No se trata de relaciones públicas o comunicación empresarial”<sup>124</sup>, sino por el contrario un enfoque mucho más integral con elementos de tipo gerencial.

---

<sup>124</sup> Declaración Consenso de Roma 2006

### **4.3.5. Comunicador Social- Comunicación Audiovisual**

La propuesta de la universidad ecuatoriana relacionada con la comunicación audiovisual, cuya salida profesional es el título de productor audiovisual tiene un enfoque técnico e instrumental.

Está en vigencia únicamente en las universidades privadas del país, como lo detallamos anteriormente, y es una de las carreras más nuevas dentro del ámbito de la comunicación, aunque en algunos casos cohabita con las partes de ciencias administrativas.

La malla curricular de las ofertas en mención, se fundamenta de manera particular en clases prácticas que acercan a los estudiantes a las rutinas de producción en algunos casos análogas y en otros digitales.

Por ejemplo, la universidad Casa Grande ofrece una propuesta que combina la comunicación audiovisual y multimedia; se trabaja básicamente en incentivar competencias relacionadas con la creatividad y el diseño especialmente en las nuevas plataformas digitales.

Esta inclinación formativa ha permitido la consolidación de empresa y trabajos de carácter independiente, sobre todo al relacionarse laboralmente con productoras audiovisuales.

Es importante comentar que según la investigación realizada por la escuela de Comunicación Social denominada Mapa de Comunicación (UTPL, 2011) este sector está marcado por la informalidad.

# Capítulo V

## Metodología

La presente investigación es de carácter descriptivo-explicativo, y como tal inicia con una exploración y análisis integral sobre las escuelas y facultades de Comunicación Social que existen en las Universidades del Ecuador, tanto en el sector público como en el privado.

En el proceso de investigación de campo se aplicarán herramientas metodológicas, de carácter cualitativo, cuantitativo, descriptivo y comparado, como estrategias validas para llegar al conocimiento de carácter científico, alineado con las corrientes de investigación interpretativa.

Esta investigación parte del principio fáctico, que considera a la ciencia como un conjunto de hechos de características diferentes aunque complementarias entre sí. “La ciencia intenta describir los hechos tal como son, independientemente de su valor emocional o comercial; la ciencia no poetiza los hechos, ni los vende (...) la ciencia comienza estableciendo los hechos, esto requiere curiosidad impersonal, desconfianza por la opinión prevaleciente, y sensibilidad a la novedad” (BUNGE, 1989).

En el Ecuador existen 26 facultades y escuelas de Comunicación Social; más del 70% de estos centros universitarios son de carácter privado. “Los estudiantes de comunicación social y periodismo representaría el 0.062% de la población total del Ecuador, pero este porcentaje se encuentra distribuido mayoritariamente en la ciudad capital, Quito alberga a la mayoría de las facultades y escuelas de comunicación y periodismo, entre las cuales solo tres son instituciones públicas” (ESCANDON, 2009).

El organismo encargado de supervisar y proveer estadísticas sobre los estudiantes universitarios en el Ecuador, era el Consejo Nacional de Educación Superior (CONESUP); el organismo desapareció por el mandato del presidente Rafael Correa. Las funciones y responsabilidades del organismo fueron parcialmente transferidas a la Secretaria Nacional del Ciencia y Tecnología ( Senacyt). La secretaria no tiene ningún estudio o dato puntual en relación a la población estudiantil de comunicación/periodismo de las escuelas y facultades del Ecuador.

En el proceso de investigación de campo, del presente estudio, se aplicaron herramientas metodológicas, de carácter cualitativo, cuantitativo, descriptivo y comparado, tomando en consideración el método científico por excelencia.

La investigación parte de un principio empírico, y como tal parte de la observación de los hechos reales y medibles; la observación es el camino para llegar a las leyes generales, y por lo tanto establecer una ley científica (RUSSELL, 1969) pasando primero por la recopilación de datos y la ordenación sistemática de los mismos. En este caso en particular, nos ha permitido una aproximación a las diversas tendencias teóricas y prácticas en relación a la formación de comunicadores sociales en el Ecuador.

Bajo la figura de estudio de caso, las carreras de comunicación social de la Universidad

Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Universidad Técnica Particular de Loja.

Las propuestas académicas en mención que fueron seleccionadas en consideración los siguientes criterios:

**1.- La categoría de evaluación y acreditación de la universidad por parte del Estado Ecuatoriano**

En este caso particular y tomando como referencia los resultados del proceso de Evaluación y Acreditación de la Universidad Ecuatoriana realizada por el Conea (2008)<sup>125</sup> se consideró a las universidades citadas, las mismas que fueron evaluadas con la máxima categoría A

**2.- El segundo criterio de selección fue las características particulares de cada uno de las universidades, que en resumen serían:**

La Universidad Central del Ecuador es la universidad más antigua del Ecuador, está considerada como un icono de la educación pública en el Ecuador. “ La Universidad Central en el 2009 tenía 2.155 profesores 1.544 empleados. El 35% de la población estudiantil cursa el primer año en las 15 facultades.” (SAMANIEGO 2009).

La Facultad de Comunicación Social está próxima a cumplir 65 años de servicio en su modalidad presencial, cuenta con un programa semi presencial, y es la facultad con mayor cantidad de egresados y titulados en el área. Fue además para primera facultad de comunicación social que tuvo el país.

La Universidad del Azuay está ubicada en la tercera ciudad, es considerada como un polo productivo del desarrollo, la facultad de comunicación, es relativamente joven; se funda en 1991.

La UDA se encuentra trabajando en procesos de adaptación curricular tomando como referencia el modelo europeo, y tiene una relación constante con universidades del primer mundo.

El tercer centro de estudios de la Universidad Técnica Particular de Ecuador, en el caso de la carrera de la Comunicación Social, en su modalidad abierta se creó en 1998 y la modalidad presencial en 1999. Las dos modalidades cuentan con aproximadamente mil estudiantes, la mayor concentración está en los estudiantes

---

<sup>125</sup> El mandato 14 permitió realizar una evaluación integral jurídica, académica y institucional de los centros educativos superiores en el país, el proceso estuvo encabezado por el Estado Ecuatoriano y por los organismos gubernamentales relacionados con la educación superior CONESUP y CONEA. Los resultados de este estudio fueron vital importancia para la consolidación de una nueva ley orgánica de la educación superior ( LOES). En esta dirección se encuentra el listado completo de la universidades y su respectiva categorización: Disponible en: <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=7926>. Acceso: 02/02/11

de la Modalidad Abierta, residentes a lo largo y ancho del país, con lo cual esta investigación adquiere una perspectiva nacional.

**3.- La tercera y última referencia está en la estructura de la Universidad y sus modelos de administración.**

En el caso de la Universidad Central, es considerada como la Universidad Pública del Ecuador, tiene el honor de haber fundado como lo comentamos, la primera facultad de comunicación social que tuvo el país, el 100% de su presupuesto es financiado por el Estado Ecuatoriano.

La Universidad del Azuay, que se consolidó como tal en 1990, en sus inicios estuvo auspiciada y asesorada por la Universidad Católica del Ecuador, es una universidad de carácter particular, y fue la primera universidad en ser acreditada por la Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación del Estado Ecuatoriano (CONEA)

La Universidad Técnica Particular de Loja, es una universidad confesional, administrada por la Comunidad de Misioneras y Misioneros Identes, por su trayectoria y número de estudiantes en la Modalidad Abierta, es considerada como la Universidad Abierta del Ecuador.

Con estas consideraciones puntuales, pretendemos estudiar detalladamente de los saberes normativos, académicos y operativos de las carreras antes mencionadas, para luego realizar:

- a.- Análisis de las mallas de las tres ofertas académicas
- b.- Análisis de las competencias generales y específicas de las tres ofertas académicas
- c.- Análisis del perfil profesional de las tres ofertas académicas
- d.- Encuesta a los estudiantes, de los tres últimos ciclos de las facultades seleccionadas, donde se indague sobre las competencias que, a su criterio, debería tener el comunicador social del siglo XXI
- e.- Entrevistas a periodistas destacados del ámbito nacional para conocer su parecer sobre las cualidades/competencias académicas que deben tener sus colegas en esta centuria
- f.- Entrevistas a profesores y directivos de las escuelas de comunicación social para auscultar el perfil ideal que, desde su perspectiva, debe tener un comunicador social
- g.- Entrevistas a los directivos de importantes medios de comunicación social y gremios periodísticos para indagar sobre las competencias mínimas que un comunicador social debe tener para desenvolverse en el mundo laboral.

Con el resultado de este proceso, se armará un perfil genérico ideal para el Ecuador, tomando en consideración las recomendaciones de orden académico y administración curricular que aportan las siguientes tres referencias fundamentales:

- a.- El libro blanco de las titulaciones en Comunicación en España (2005)

b.- Plan Modelo de estudios de periodismo para América Latina de la UNESCO (2007)

Es importante mencionar que el libro blanco es el resultado de los consensos académicos de rectores de las universidades públicas y privadas de España, que consideró los acuerdos de la Conferencia de Decanos de Comunicación, en la cual participaron 36 universidades dedicadas a la formación de comunicadores de los 40 centros de estudios reportados, en esa época.

Además, forman parte de acuerdos académicos formativos comunes a raíz del Acuerdo de Bolonia y la adopción de un sistema de ECTS (*European Credit Transfer System*). Que tiene como objetivo facilitar la movilidad de los estudiantes proporcionando un sistema unificado de créditos en toda la Unión Europea, y fue como un primer paso hacia un Espacio Europeo de Enseñanza Superior (EEES).

La segunda comparación se realizará con el plan curricular promovido por la UNESCO conocido como “Plan Modelo de estudios de periodismo” producto del consenso de la reunión de educadores en el ámbito del periodismo en el 2005 y que fuera presentado en el Primer Congreso Mundial sobre Enseñanza del Periodismo, celebrado en Singapur en junio 2007.

Del análisis de las mallas, las competencias y el perfil profesional, de las tres ofertas seleccionadas, se hará considerando de manera particular los siguientes ámbitos.

- i) Conocimientos generales (saber) planteados dentro del ámbito de las materias de formación básica.
- ii) Competencias específicas (saber hacer) planteados dentro del ámbito de las materias de formación social y humanística
- iii) Competencias académicas (saberes teóricos/prácticos) en fusión de las pasantías y prácticas profesionales planteadas por cada una de las ofertas en estudio.
- iv) Otras competencias específicas

La encuesta, que será aplicada a los estudiantes de los tres últimos ciclos de la carrera de las universidades participantes está compuesta por preguntas semi estructuradas, organizada entorno a cinco bloques temáticos.

- a.- Bloque I: Datos informativos básicos
- b.- Bloque II: Perspectivas laborales
- c.- Bloque III: Competencias profesionales
- d.- Bloque IV: Debilidades y fortalezas del proceso formativo
- e.- Bloque V: Espacio de educación superior

Para obtener una muestra mucho más representativa de todos los perfiles y características particulares los estudiantes de Comunicación Social, decidimos vincular dentro de la población a encuestarse a los estudiantes de la modalidad abierta de la UTP, que residen a lo largo y ancho del país, aportando de manera muy positiva a la representativa de todo el universo.

En tal virtud y considerando las dificultades propias del proceso, como la ausencia de los estudiantes, su derecho de no participar y otros aspectos de orden administrativo vinculantes, procedimos a aplicar el siguiente número de formularios de encuesta.

Universidad	No. de encuestas aplicadas
Universidad Central del Ecuador	121
Universidad del Azuay	62
Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Abierta	121
Universidad Técnica Particular de Loja. Modalidad Presencial	31

Las entrevistas, relacionadas con los principales involucrados con el proceso formativo son semi estructuradas, se planteo un esquema básico de preguntas centrales de manera particular en las competencias académicas, las debilidades y fortalezas del proceso formativo en cuestión.

La entrevista, además, permitirá sondear los siguientes aspectos fundamentales dentro del marco teórico:

- a.- El pasado en relación a la formación de Comunicadores Sociales en el Ecuador
- b.- El presente de las facultades, escuelas y escenarios laborables de los comunicadores sociales y periodistas en el Ecuador
- c.- El futuro en relación a la formación de Comunicadores Social en el Ecuador y los cambios que la presencia de las nuevas tecnologías presentan a la academia, a los profesionales en ejercicio

La información obtenida nos permitirá llegar a conclusiones sobre la realidad formativa, las competencias profesionales y el objetivo central de esta investigación: diseñar un perfil genérico ideal para la formación de comunicadores sociales en el Ecuador, así como profundizar el marco teórico de la presente investigación.

Los entrevistados serán:

- Periodistas en ejercicio profesional
- Académicos; cuya lista detallamos a continuación

## **Académicos:**

Luján González. PhD en Ética para la comunicación y Profesora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja. Responsable de la creación de la escuela de Comunicación Social en la UTPL.

**Fernando López.** Decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador.

**José Villamarín Carrascal.** Académico de la Universidad Central del Ecuador ( Quito). Vinculado con el observatorio de medios “ Mediaciones” de CIESPAL.

**Fernando Ortiz.** Catedrático y periodista en ejercicio profesional. Director académico de la Universidad de Azuay.

**Lucia Lemos.** Decana de la Facultad de Comunicación Social de la Pontifica Universidad Católica del Ecuador.

**Hugo Burgos.** Director del Colegio de Comunicación y artes contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito.

**Cecilia Ugalde.** Directora de Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad del Azuay.

**Pablo Escandón.** Profesor de Nuevos medios (USFQ) ( UTPL) (UCG). Editor de la Revista Chasqui CIESPAL ( Ecuador).

## **Periodistas en ejercicio:**

**Fernando Astudillo.** Editor de información Diario El Universo de Guayaquil

**Francisco Febres Cordero.** Periodista de Opinión, especializado en humor . Director de la revista Diners ( Quito )

**Vladimir Stoichkov.** Periodista formado en la Universidad de Sofía Bulgaria radicado en Ecuador desde cinco años HA, ha trabajado en algunos medios impresos del país.

**Rubén Darío Buitrón.** Periodista y asesor de contenidos de Diario El Comercio

**Paúl Mena.** Periodista y Corresponsal del Ecuador para la cadena internacional BBC de Londres (Inglaterra)

**Gabriela Muñoz.** Periodista y Ex corresponsal de Diario El Comercio en Loja y Riobamba.

## **Empresa periodística:**

**Jaime Abello.** Director de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano - FNPI, Colombia.

**Fernando Larenas.** Editor General del Diario El Comercio – Ecuador. Ejercer las funciones de gerente encargado

**José Mármol.** Secretario Ejecutivo de Signis. Asociación Católica de Comunicación que administra algunos medios de comunicación y capacita a periodistas en Ecuador.

**Jaime Durán.** Editor General de Diario El Mercurio

**Vicente Ordóñez.** Presidente de la Unión Nacional de Periodistas (UNP)

**Diego Cornejo M.** Presidente de la Asociación de Editores de Periódico AEDEP

**Pilar Núñez.** Presidenta Consejo Consultivo de la Televisión Pública

**Eduardo Vivanco.** Gerente Regional de Diario La Hora/ Loja .

Todas las opiniones y criterios expresados por los personajes citados se construirá de manera científica e inductiva, un perfil genérico ideal para la formación de comunicadores sociales en Ecuador, objetivo final de la presente investigación.

Las diversas actividades planteadas, en la parte metodológica, son de carácter exploratorio y están enmarcadas dentro de la metodología de la investigación.

# Capítulo VI

## Resultados de la investigación de campo

## **6.1. ANÁLISIS DE LAS MALLAS CURRICULARES DE LAS TRES OFERTAS ACADÉMICAS SELECCIONADAS**

El proceso de investigación de campo está compuesto por el análisis de tres elementos fundamentales dentro de las ofertas académicas formativas, en estudio que son:

1. La malla curricular
2. Las competencias académicas generales y específicas
3. El perfil profesional

Partimos del hecho que, no existen acuerdos mínimos, ni absolutos, sobre el proceso formativo, ni en las salidas profesionales en nuestro país, por lo cual, las ofertas académicas, en estudio, son diversas y de enfoques académicos diferentes.

El primer elemento de análisis dentro del proceso de investigación de campo, son las mallas curriculares. Las mallas son el horizonte formativo profesional propuesto por la universidad; funcionan como una evidencia cuantitativa de las intenciones formativas, por parte del claustro académico y de la institución universitaria, en particular.

Una propuesta académica a nivel de pregrado en una institución universitaria en el Ecuador, está siempre compuesta por un currículo o descripción puntual de la materia, conocida en el mundo académico como syllabus o plan de materia. El plan de clase no es otra cosa que, la guía del proceso de enseñanza-aprendizaje, expuesta de manera explícita y agrupada entorno a una malla curricular.

La malla curricular a su vez está validada en competencias académicas/formativas, por su naturaleza pueden ser (generales y específicas), y están representada numéricamente en créditos académicos.

En Ecuador, según las recomendaciones del Conesup, expresadas en el reglamento de régimen académico (vigente desde el 29 de enero del 2009 hasta la actualidad), artículo 23, se establece que para obtener una licenciatura se deberá aprobar al menos un número de

225 créditos, más 20 créditos del trabajo de titulación y finalmente realizar las prácticas pre-profesionales correspondientes a (un crédito = 32 horas de dedicación).

Veamos, en términos generales, cuál es la estructura en créditos de las mallas curriculares en estudio, seleccionadas bajo la figura de estudio de caso. El primer elemento de análisis general, es el número de materias y el número de créditos, que de manera global y en relación a las tres ofertas, estaría expresado de la siguiente manera:

**Número total de materias y número de créditos**

<b>Universidad</b>	<b>No. total de materias</b>	<b>No. total de créditos</b>
FACSO	70	274
UDA	58	225
UTPL	52	255

Las variaciones numéricas que vemos en relación a los créditos académicos están íntimamente relacionadas con el número de materias ofertadas y los créditos asignados a cada una y el perfil formativo propuesto, lo cual modifica también los ciclos de estudio.

La carrera más larga es la que ofrece la Universidad Central del Ecuador, que tiene un marcado esfuerzo en la formación intelectual y crítica del estudiante. La malla tiene con enfoque generalista por competencias.

La malla que ofrece la Central tiene tres énfasis ó salidas profesionales:

- a.- Periodismo
- b.- Comunicación Organizacional
- c.- Educomunicación, artes y cultura

En esta investigación, en particular, hemos tomado como referencia de estudio e investigación, la malla que tiene como salida profesional el periodismo, por la relación expresa con los objetivos, hipótesis y preguntas de investigación que se han planteado.

Luego de ello, con 255 créditos académicos, estaría la Universidad Técnica Particular de Loja, que propone un perfil polivalente. La malla en vigencia presta particular atención en la formación ética del estudiante, por ser una universidad de origen católico.

Es además la única universidad en estudio que funciona bajo el modelo de créditos ECTS emulando la propuesta vigente en el contexto Europeo. El modelo ECTS/UTPL fue implementado en el 2007, en la modalidad presencial.

En la Católica de Loja existen en vigencia, en la modalidad presencial, dos mallas curriculares:

- 1.- Una malla conocida como malla por asignaturas que estuvo en vigencia antes de la implementación del sistema de créditos. Su implementación concluiría finales del 2011.
2. Una malla por competencias que se rige por el sistema de créditos ECTS/UTPL, antes mencionado.

En la presente investigación tomamos como referencia de estudio y de análisis la malla por competencias.

La tercera carrera más corta, en función del número de créditos sería la que ofrece la Universidad del Azuay, cuya malla curricular se enfoca en la formación técnica y profesional del estudiante, con una clara orientación hacia la publicidad y las relaciones públicas, en especial, como salidas profesionales emergentes. Tiene una sola malla curricular en función.

En la FACSIO y en la UDA los créditos se miden en función del número de horas de dedicación académica ( hora clase). La UTPL por acogerse a un sistema de créditos ECTS considera el volumen total del trabajo del estudiante y no se limita únicamente a las horas de asistencia a clase presencial, sino, por el contrario, planifica y proyecta el trabajo autónomo del alumno, tomando como referencia el contexto europeo antes comentado.

“ El currículo es un conjunto interrelacionado de conceptos, proposiciones y normas, estructurado en forma anticipada en acciones que se quiere organizar...(....) en una

construcción conceptual destinada a conducir acciones.....” (ARNAZ, 2007). En este caso particular, son una de las primeras evidencias sobre las intenciones formativas dentro de todos los procesos educativos, por ello, es uno de los primeros elementos de análisis dentro de nuestra investigación de campo.

Las mallas curriculares, por su parte, son la estructura general sobre la cual se organiza y administra todo el proceso de enseñanza, a su vez, son un instrumento cuantificable para conocer cuál es el horizonte formativo propuesto por una institución académica.

Y por último, una propuesta académica, en términos generales concluye con un perfil profesional o de egreso, que es donde se expresan los posibles campos de ejercicio profesional, y se validan las competencias formativas propuestas tanto en la malla como en el currículo académico, en general.

Es importante señalar que, hoy se cuestiona el rol que las escuelas de periodismo y comunicación adquieren en torno a las dinámicas que dan forma a la profesión, producto de su falta de definición académica; su escasa vinculación con la sociedad ( BARBERO, 1989) y su incapacidad de conjugar su proyecto de identidad con las salidas profesionales de sus egresados (HERNÁNDEZ & SCHWARZ, 2008).

De hecho, en el Ecuador y como lo detallamos en el marco teórico relacionado con las ciencias de la comunicación, se ofrecen las siguientes salidas laborales:

- a.- Periodismo/ Comunicación Social
- b.- Comunicación Audiovisual
- c.- Relaciones Públicas
- d.- Comunicación Organizacional

Consideramos a las mallas curriculares como la primera evidencia de lo que se pretende enseñar, para luego hacer una verificación más detallada en los planes de estudio, desde el análisis de las competencias académicas, logrando un proceso sistemático de comprobación.

La formación profesional, a nivel universitario, debe regirse por la malla curricular, pero no puede atarse, ni limitarse a ella; los verdaderos procesos educativos son flexibles e

infinitos, aún más cuando hablamos del periodismo donde se vive un cambio acelerado motivado de manera particular por las nuevas tecnologías.

“ La verdadera educación no sólo consiste en enseñar a pensar sino también en aprender a pensar sobre lo que se piensa y este momento reflexivo- el que con mayor nitidez marca nuestro salto evolutivo respecto a otras especies- exige constatar nuestra pertenencia a una comunidad de criaturas pensantes” (SAVATER, 1997).

En tal virtud, con estos antecedentes, hemos efectuado un análisis de las mallas curriculares, para lo cual se ha procedido a dividir las materias en tres grupos temáticos/ formativos, que de alguna manera se encuentran también reflejados dentro de las mallas curriculares.

Hemos logrado identificar los siguientes ejes temáticos de formación, que son los:

- a.- Formación básica
- b.- Formación social humanística
- c.- Formación profesional/ técnica instrumental

Este enfoque y división de las mallas curriculares, además, está referido, de alguna manera, en el Libro Blanco de las Titulaciones en Comunicación de España (ANECA/2005), recoge el debate y los aportes de 40 escuelas y facultades de Comunicación de España y la UNESCO en su plan Modelo de estudios de periodismo para América Latina ( 2007).

El modelo curricular de la UNESCO ha sido revisado y consultado a más de cien educadores, cuerpos profesionales, y la empresa periodística y periodistas en ejercicio (PADHYL, 2011) <sup>126</sup>. En Ecuador ha sido aplicado por la Universidad Técnica Particular de Loja, en su modalidad de estudios presencial.

Estos documentos considerados como fiables nos permitan extender nuestro proceso de comparación universal, con miras a la consolidación de uno de los objetivos finales de esta investigación, el diseño de un perfil genérico ideal para la formación de comunicadores

---

<sup>126</sup> Versión recogida por la autora en la reunión promovida por la UNESCO: Latin American Consultative Meeting on UNESCO's Model Curricula for Journalism Education. Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL), Ecuador. 19-20 July 2011

sociales en el futuro, en el país.

Únicamente en el caso de las prácticas profesionales haremos un estudio condensado de todo el eje de prácticas, sacándolo de las mallas curriculares, por las particularidades de cómo está estructurado en cada caso.

Con estas puntualizaciones, retomamos el análisis de las mallas curriculares enmarcadas en los tres ejes temáticos que hemos comentado.

Dentro del grupo de formación básica hemos incluido aquellas materias que constituyen los cimientos sobre los cuales más tarde se consolida todo el perfil profesional.

Son materias que amplían la visión del mundo en general, y de los procesos históricos económicos, culturales y políticos que han marcado al mundo, a su país y su región. Que en su conjunto se convierten en las bases fundamentales del futuro ejercicio profesional.

Estamos hablando de conocimientos que le permitan al periodista situarse y como mínimo contextualizar los hechos a narrarse, (...) en el buen periodismo, además de la descripción de un acontecimiento, tenéis también la explicación de por qué ha sucedido; en el mal periodismo, en cambio, encontramos sólo la descripción, sin ninguna conexión o referencia al contexto histórico”. ( KAPUSCISNKI, 2001) .

Son materias de contenidos generales pero fundamentales para la introducción de conocimientos específicos y propios de la carrera; no en vano F. Savater decía:

*¿ Y cómo puede instruirse a alguien en conocimiento científicos sin inculcarle respeto por valores tan humanos como la verdad, la exactitud o la curiosidad?. ¿ Puede alguien aprender las técnicas o las artes sin formarse a la vez en lo que la convivencia social supone y en lo que los hombres anhelan o temen” ( SAVATER 1997).*

Bajo este enfoque las materias de formación básica dentro de una licenciatura en Comunicación deberían ser amplias y profundas, por lo cual, el rol y visión del docente, y como tal del cuerpo académico, en su conjunto, debe ser flexible, capaz de adaptarse con ilusión a los cambios de época.

Hablamos de materias relacionadas con la cultura general que deben acompañar a todo buen comunicador, para que pueda cumplir con solvencia las tareas relacionadas con el análisis de la realidad, la gestión de información y otras.

Las nuevas tecnologías plantean a los profesionales de la comunicación un cambio de paradigma y mentalidad (CASTELLS, 2001) utilizando durante todo el proceso de gestión y verificación de la información un pensamiento racional y crítico a la vez.

Bajo esta visión, el proceso del conocimiento y de la formación en sí, no debe reducirse a materias específicas, sino por el contrario, debe brindar una visión panorámica afianzada en la cultura universal.

“ La verdad es que no hay verdad primera, en la búsqueda del conocimiento no hay primera piedra; en vano buscamos la certeza fundadora y evidente de la que se derivarían o sobre la cual se construirían los demás conocimientos; incluso los fundamentos de las ciencias entran en crisis pues también ellos pueden ser siempre reelaborados y reconstruirlos a luz de nuevos enfoques o marcos aparentemente más fundamentales” (FLORES, 1994) . Estamos hablando de un proceso continuo de reciclaje de conocimientos.

Las materias de formación básica tienen como objetivo el logro de conocimientos disciplinares ( saber) como lo denomina el libro blanco elaborado por la Aneca. “Son las competencias necesarias para la vida y el trabajo como personas y ciudadanos responsables, importantes en el ejercicio de cualquier carrera universitaria” (POBLETE, 2011) para lo cual es importante repensar el rol del docente y del estudiante, y hacer los ajustes del caso para que este cambio se vea también reflejado en la malla curricular.

Es importante contar con una malla curricular flexible en cuanto a sus contenidos, como un mecanismo válido de actualización y capacitación de ambas vías: docente/ estudiantes, que unidos con los gestores principales del todo el proceso.

Como bien lo manifiesta Gabriel Galdón, no se puede dar una revolución en el Periodismo si antes no se da una revolución educativa en la universidad ( ....) "Solo el poder anclado en la verdad nos ayudará a salir de la servil esclavitud del poder de la actual mentira institucional", o que implica también una visión creativa para salir librados de la inercia universitaria. (GALDON, 1999).

Retomando el enfoque y la orientación académica que deberían tener las materias de formación básica, Manuel Poblete, de la Universidad de Deusto, España, uno de los responsables del proceso de implementación de créditos y de la evaluación por competencias en la UTPL, considera que la formación básica es importante, si previamente se ha cambiado la mentalidad docente.

La docencia ha de proponerse la formación integral del estudiante, dentro de la cual se atiendan sus necesidades espirituales, emocionales, cognitivas, sociales y técnicas. Debe procurar que el estudiante se convierta progresivamente en protagonista de su aprendizaje y se oriente hacia la excelencia, el mejoramiento de la calidad y pertinencia de la educación” , todo esto organizado en una malla curricular concreta y flexible.

Si hacemos una revisión integral de las materias de formación básica dentro de las tres ofertas seleccionadas, evidenciamos la siguiente distribución:

<b>Universidad</b>	<b>Número de total de materias</b>	<b>Número de materias de formación básica</b>	<b>Porcentaje que ocupan en la malla las materias de formación básica</b>
FACSO	70	29	41,42%
UDA	58	19	32,75%
UTPL	52	19	36,53%

La propuesta educativa que más materias tiene destinadas a la formación básica es la Universidad Central del Ecuador, seguida por la Universidad del Azuay, y en tercer lugar la Técnica Particular de Loja. Estos números serán analizados en detalle más adelante.

Las materias agrupadas en torno a lo que hemos denominado Formación Social-Humanística, se refieren a las materias relacionadas específicamente con las diferentes disciplinas de la comunicación y el periodismo, es decir, materias que acompañadas del conjunto de disciplinas de formación básica, le permitirán una solvencia profesional de carácter integral.

La solvencia profesional está asumida como la acumulación de destrezas, conocimientos y habilidades que le permiten resolver con eficacia los problemas que presenta su entorno profesional.

Estas materias de formación social/humanística son un campo específico del conocimiento dentro de la gama de las ciencias sociales, proporcionan al profesional en formación, un conocimiento multidisciplinario. Es el un terrero en el cual la facultad y escuela específica puede imponer un horizonte y rigor formativo, de lo cual en gran medida dependerá su reputación futura.

Estas materias tienen como virtud lograr que el estudiante tenga un acercamiento real y vivencial a su futuro profesional; por ello, y en el caso específico de la comunicación social deben tener un alto competente práctico.

En este enfoque, el rol docente vuelve a ser fundamental sin que ello implique caer en el paternalismo que tanto daño le ha hecho a la educación. “En muchos casos los profesores en la Universidad reducimos los datos y conocimientos a un valor de cambio por notas y

títulos, en lugar de que sean herramientas para que entiendan la realidad y la vida” (PÉREZ, 2003).

En segunda instancia se ubican las materias de *formación social/humanística* . En las mallas en mención se pueden agrupar dentro de dos grupos fundamentales, aquellas que están relacionadas con los medios de comunicación, las nuevas tecnologías y el periodismo y en otro segundo grupo se ubican las materias relacionadas con la comunicación y las derivaciones de la misma, que están estrechamente relacionadas con los nuevos campos laborales que emergen alrededor de la comunicación y de las ciencias sociales.

En relación a la distribución global de estas materias dentro de la malla de las tres ofertas académicas, la distribución se expresa así:

#### **Materias formación social y humanística**

<b>Universidad</b>	<b>Número total de materias</b>	<b>Número de materias Social/ Humanística</b>	<b>Porcentaje que ocupan en la malla las materias Social / Humanística</b>
FACSO	70	36	51,42%
UDA	58	35	60,34%
UTPL	52	28	53,84%

Como lo expresa el cuadro anterior, el mayor número de materias de formación social y humanística está en la Universidad Central, que tiene una clara orientación hacia un perfil polivalente.

En segundo lugar asoma la Universidad del Azuay, cuyo perfil profesional es técnico, luego la UTPL, que dedica un buen porcentaje a la formación espiritual del estudiante, con las materias de: Desarrollo Espiritual. Y por último estaría la Universidad Central que se centra de manera particular en el desarrollo de capacidades periodísticas, básicamente.

La tercera y última clasificación es la *formación profesional*, o también conocida como pasantías prácticas, materias que por su enfoque aportan al conocimiento técnico-profesional, destrezas específicas que le permitan al estudiante desenvolverse en tareas puntuales de su profesión, que le dan a la licenciatura un perfil más técnico.

Tomando en consideración la planificación propuesta, las mallas en estudio estarían estructuradas de la siguiente forma:

Universidad	Número total de materias	Número materias de Social/ F. Práctica Profesional	Porcentaje que ocupan en la malla las materias Social / F. Práctica Profesional
FACSO	70	5	7,14%
UDA	58	4	6,89%
UTPL	52	4	7,69%

Con estas aclaraciones puntuales, iniciamos con el análisis detallado de las ofertas formativas seleccionadas, tomando de manera particular del número de materias y el número de créditos de toda la malla curricular .

Las materias de formación básica serían los cimientos y columnas donde descansaría todo el perfil profesional, este perfil podrá ser óptimo, en virtud de las habilidades y competencias que se han formado a lo largo de toda la oferta académica y su conexión con las demandas laborales.

En nuestra revisión encontramos en las tres mallas una repetición de contenidos y campos de aprendizaje, como evidencia de una despreocupación de los contenidos micro curriculares por un lado y por otro, por un deseo, en principio bueno, de acumular mayor información frente a áreas de conocimiento relacionadas con la comunicación, que son de naturaleza muy amplia .

Todo esto sumado a la libertad de cátedra ha provocado que los contenidos en muchos casos se repitan, no tengan niveles progresivos, ni estén planificados para elevar y llenar los vacíos formativos con los que ingresan los bachilleres.

Se observa una concentración y reducción a la vez, de contenidos y conocimientos; todo el proceso de transmisión de información expuesto en escasas horas de clase presencial, dejando toda la responsabilidad formativa al profesor.

Un modelo que mina el papel del alumno, como gestor de su propio proceso de aprendizaje, y reduce considerablemente también su responsabilidad. “ *No tengas vergüenza de demandar lo que no sabes (...) No te precies de saber lo que no sabes, mas pregúntalo a los que crees que lo saben*” (VIVES 1984: 155)

Por otro lado, Facultad de Comunicación que tiene un mayor número de materias a aprobarse para obtener una licenciatura en Comunicación Social es la Universidad Central del Ecuador (FACSO). La salida de los estudiantes está planificada y organizada en nueve ciclos, siendo a su vez la oferta formativa más amplia de todas las analizadas.

De las 70 materias que figuran en toda la malla por la FACSO, 29 están dedicadas de manera exclusiva a la formación básica. La Universidad del Azuay tiene 19 materias dentro de este ámbito. La UTPL por su parte, dedica 19 materias, como lo observamos en el cuadro anterior.

Hay muchas evidencias que nos llevan a deducir el porqué el segundo rubro más importante de toda la malla curricular de la FACSO se dedica a la formación básica, la primera que encontramos en nuestra investigación de campo es de carácter histórico.

En sus inicios la facultad de Comunicación Social de la FACSO se llamó Escuela de Ciencias de la Información y era parte de la Facultad de Filosofía, una herencia que aún se evidencia en los planes de estudio.

La Universidad Central es la universidad más antigua del Ecuador tiene una amplia trayectoria en Filosofía y Letras. Por una cuestión práctica de administración de la carga docente, esta inclinación se ha mantenido hasta la fecha, como lo manifiesta el actual decano, Fernando López.

A decir del decano, las materias de formación básica son el soporte científico-crítico fundamental, y se imparten tomando como referencia los postulados de Noam Chomsky.

La administración de currículo, como de la carga docente tienen profunda relación con la naturaleza de la tasa de matriculación que tiene la Universidad Central. Veamos las cifras para fundamentar lo expuesto: “en ciencias sociales y humanas se matriculan el 60.8% de los estudiantes, mientras en las disciplinas científicas lo hacen el 27.2% y en las técnicas el restante 12%” (SAMANIEGO 2009), con este volumen de estudios es operativamente normal que se concentran en la formación básica, compartiendo responsabilidades académicas y administrativas con otras facultades de amplia tradición en la universidad.

Es importante mencionar que según lo ha reconocido públicamente el rector de la Universidad Central, Edgar Samaniego, “Solo el 45% de los estudiantes del primer año gana el siguiente escalón, los demás desertan, pierden el curso o cambian de carrera”, es urgente, dice el rector un “reordenamiento de conducta y actitudes”.

Samaniego agregó, además, que es importante analizar el nivel y perfil del estudiante que ingresa a la Central; al ser una universidad pública sus bachilleres provienen en su gran mayoría de colegios públicos donde el nivel educativo no está garantizado, problemática de

la cual no escapan los futuros comunicadores.

Otro tema vinculante e importante es la docencia. Un profesional contratado a tiempo completo en la universidad Central debe cumplir con 26 horas laborales a la semana, 20 de ellas están destinadas a la docencia, específicamente a dar clases, esto a decir del decano de la Facultad de Comunicación Social.

Las materias de formación básica están enmarcadas dentro de un horizonte amplio, dice el ex decano Marco Villarroel; comenta que dichas materias son la base fundamental de toda la carrera, por cual son abundantes.

La formación básica es una tradición en la central, “ pero hace falta evaluar y auto evaluarnos para saber qué estamos enseñando y qué tan actuales son los contenidos”, expresa el académico Villarroel.

Francisco Febres Cordero, escritor y periodista, quien fuera profesor de la Central<sup>127</sup>, tiene una posición muy crítica en relación al enfoque y la administración académica de la FACSQ, sobre todo por los vacíos que tienen los estudiantes . “ *Ellos no habían leído un libro en toda la carrera, ni hojearan los periódicos regularmente. Me sentí impotente. Los chicos me explicaron que la politización de la Universidad era un problema. Les exigían asistir a las marchas para ponerles una nota*”.

El rector Samaniego Rojas, desde su designación a finales del 2009, habló de una revisión micro curricular como el objetivo de insertarse en la dinámica de la nueva sociedad “ *Estamos sumergidos en un proceso administrativo asfixiante, perezoso, improductivo*” <sup>128</sup>

Es importante mencionar que, en el caso particular de la Facultad de Comunicación Social, en julio del 2009, estimulados por la nueva visión del rector, se iniciaron una serie de diagnósticos <sup>129</sup> en los cuales se evidenciaron algunas falencias. Detallamos las que consideramos más importantes, por las cuales se mantiene y en algunos casos se fortaleció el proceso de formación básica, pero además se hicieron ajustes en toda la malla:

---

<sup>127</sup> Francisco Febres Cordero, conocido en el país como el Pájaro, fue profesor de la Universidad Central de la materia de redacción y estilo, que se ubica dentro de las materias de formación básica. Ha estado vinculado en algunos medios de comunicación con funciones directivas y selección de personal, en especial periodistas, por ello su criterio es fundamental, y se cita de manera textual como lo expreso en una entrevista realizada para la presente investigación.

<sup>128</sup> Estas versiones fueron emitidas por el Rector Samaniego, en el discurso solemne del 18 de Marzo del 2009, meses después fue agredido de manera brutal por un grupo de estudiantes, la prensa afirmó que habían docentes y administrativos universitarios implicados.

<sup>129</sup> Los datos han sido tomados del Proyecto: Rediseño curricular para la carrera en Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, aprobado por el H. Consejo Universitario del 12 de febrero del 2008, y modificado y aprobado por el H. Consejo Universitario del 28 de julio del 2009, para adecuarse a los lineamientos generales del semestralización de la UCE.

- 1.- La estructura curricular no tiene una adecuada coherencia interdisciplinaria y no se proyectan las relaciones transdisciplinarias.
- 2.- Existe una notoria repetición de contenidos en diferentes materias de estudio.
- 3.- Las competencias por alcanzar con los futuros profesionales no tiene una adecuada precisión en relación con las necesidades sociales, institucionales y empresariales, entre otras más.

El rubro de **formación básica para la UDA** ocupa el tercer lugar de importancia en toda la malla, 19 materias están relacionadas con la formación básica, lo que confirma su clara orientación a la formación técnica del estudiante, en conexión con el perfil de egreso.

La UDA privilegia la formación técnica, porque consideran que allí está la clave para la vinculación profesional futura, esto según algunos estudios de mercado que ha efectuado la misma universidad.

Fernando Ortíz, periodista cuencano y académico considera que una de las fortalezas de la UDA está en la formación del espíritu empresarial, que ha provocado la realización de proyectos y emprendimientos de comunicación y publicidad en la ciudad.

Su dedicación formativa se centra en la formación humanística y la formación práctica, esto dos componentes a decir de la directora de la escuela de Comunicación Social Cecilia Ugalde, está el éxito profesional futuro, que podría resumirse en la gestión de productos publicitarios y relaciones públicas básicamente.

Ugalde resalta que existe un porcentaje considerable de egresados que están trabajando en medios de comunicación, y en algunas agencias internacionales de noticias, por lo cual, el ámbito de orden periodístico también está presente.

“Nuestro énfasis, está en el área de Publicidad y Relaciones Públicas no estamos tan vinculados en la parte mediática y periodística; aunque la mayoría de los estudiantes que ingresan a nuestra universidad lo hacen teniendo en mente el área periodística, nosotros le apostamos a un futuro profesional mucho más amplio desde la comunicación social” .

La directora reconoce que existen vacíos fundamentales en los estudiantes, en relación a la escritura, lectura y análisis crítico, por ello, mantenemos materias como: lenguaje, creatividad, pensamiento contemporáneo entre otras comentó; en ello se enfocan las materias de formación básica. Pero el problema dice, no es la universidad en general, sino es parte de la herencia y los problemas básicos que nos deja todo el sistema escolar primario y secundario.

Por su parte, el rector de la UDA Mario Jaramillo<sup>130</sup>, considera que en el marco de la nueva ley de educación superior en el país, se tendrán que hacer cambios, para evitar lo que el denomina: *la prematura especialización*.

Para Jaramillo Paredes, uno de los problemas amenazantes de la educación superior ecuatoriana está en insertar a los estudiantes en materias concretas de su profesión cuando no han superado problemas de lectura y escritura. Se citó también a los feudos docentes que existen en la universidad, nos han llevado a una prematura, débil y temprana profesionalización.

La especialización temprana está anulando la formación básica, lo que hace que los currículos profesionales sean parcelas del saber muy limitadas y en algunos casos caducas, hoy el maestro ya no enseña nada.

Ante esta situación necesitamos una actitud crítica hacia el futuro profesional; la especialidad debe quedar para el cuarto nivel, manifestó Jaramillo, que ha sido por más de dos décadas rector de la mencionada universidad.

En el caso específico de la formación básica en la UTPL, 19 materias están dedicadas de manera exclusiva a esta área de formación básica. En la universidad lojana las materias tienen relación con competencias generales (genéricas) que rigen en toda la universidad<sup>131</sup>, son un estándar mínimo de conocimientos, destrezas y habilidades que todo profesional graduado en esta universidad debe poseer.

Abel Suing, director de escuela, por casi una década, considera que las materias básicas son fundamentales y marcan el sello humanístico y ético que la UTPL. Pretende imprimir en sus graduados, la formación en valores, que figuran en la malla como desarrollo espiritual ( tres niveles en total).

Estas materias son únicas en toda la universidad ecuatoriana, con lo cual cumplen con su misión enmarcada en el Humanismo Cristiano, a la que están éticamente obligados por ser una universidad de católica, formación y orientación que se suma al perfil formativo propuesto en el ámbito de la Comunicación Social. Por trabajar en un sistema de créditos, se promueve el trabajo independiente del estudiante.

---

<sup>130</sup> Mario Jaramillo, ex ministro de Educación del Ecuador, y actualmente rector de la Universidad del Azuay, estuvo en la Universidad Técnica Particular de Loja, visitó Loja, calidad de ponente principal del Congreso de Compromiso Social, Espíritu y Valores, que se realizó en la UTPL los días 4 y 5 de mayo. Las versiones son producto de una entrevista personal con el rector.

<sup>131</sup> En la UTPL desde el 2007, fecha en la cual se decidió implementar un sistema de créditos ECTS, tomando como referencia el sistema europeo, adoptó un listado compuesto por 31 competencia de carácter genérico. Entre las más importante están: Capacidad de abstracción, análisis y síntesis; capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica, capacidad de comunicación oral y escrita; habilidades para busca, procesar y analizar la información procedente de distintas fuentes, capacidad de aprender a aprender como política de formación, entre otras.

Por su parte, el rector de la UTPL, José Barbosa C, considera que la carrera de Comunicación Social tiene “ *la ilusión*” de formar al “*comunicador ético de los nuevos tiempos*” , “ *que defienda la vida y la verdad como un don supremo*”, para lograrlo, dice, nuestra estrategia ha sido la capacitación humana e intelectual de los docentes y estudiantes.

Concluimos esta parte comentando que el aprendizaje y la solvencia profesional no dependen de un solo elemento “El aprovechamiento de las posibilidades intelectuales no sólo se asienta en el conocimiento de las propias capacidades cultivadas, sino en el de las propias limitaciones y en el de la confianza en las posibilidades por desarrollar” (DE LA HERRAN, 1998).

La formación básica por su parte podría agruparse en tres grandes subgrupos formativos:

- a.- Cultura general
- b.- Lenguaje
- c.- Metodologías de la investigación.

Esta nueva agrupación nos permitirá analizar la pertinencia de cada una de las materias.

En el caso particular de las tres ofertas analizadas, existen contenidos íntimamente relacionados, que podrían ser suprimidos por otros o condensados en una sola materia, esto producto de la revisión de los planes de clase y en algunos casos entrevistas puntuales con los docentes responsables de cada una de las materias.

Este tipo de casos se darían de manera común en las materias que están planificadas en dos y tres niveles, por ejemplo: Comunicación Auditiva I, II, Teoría de la Comunicación I, II y III, por citar un par.

Una salida para los contenidos que podrían quedar fuera de la malla curricular es reforzar el trabajo extra clases, los procesos de auto formación por medio de la lectura, como una rutina permanente de trabajo, que permitirá incluso suplir otros vacíos formativos, promoviendo la revisión de casos puntuales, que fomenten el desarrollo del pensamiento

crítico base, fundamental en la profesión.

“El buen conocimiento va unido inexorablemente a la reflexión en profundidad y a un cierto esfuerzo intelectual. Adquirirlo puede resultar a veces más fácil, porque nos interese el tema, se conozca de antemano, se tenga por necesario o incluso nos agrade el profesor o su discurso y su proceder didáctico. Otras, puede exigirse una dedicación mayor, por su extensión, aridez o dificultad inherente” (DE LA HERRAN, 1997) por lo cual, no basta que la materia conste en el plan de estudios.

Una tarea pendiente es evaluar de manera constante e integral cómo se imparte, y si este proceso ayuda al cumplimiento de las competencias académicas, en primera instancia, y luego verificar si aporta a la consolidación del perfil profesional.

Las materias de formación básica por su naturaleza son amplias y de varios enfoques, muy difícilmente se puede lograr profundidad agrupándolas en una sola materia; implementar procesos de auto aprendizaje, es una solución oportuna, para los tres casos de estudio, sobretodo en las materias relacionadas con la historia y la evolución del mundo.

Se evidencia en todas las ofertas analizadas la existencia de muchas parcelas docentes, que reducen en conocimiento a un plan de estudio específico sin tener conexión, ni relación con otras materias que por su naturaleza y proyección se prestan a la repetición de contenidos.

“ Muchos intelectuales mundanos estudian (...) para tener un tema de conversación que aumente su reputación. Para ellos se trata de una actividad interesante que tratan de utilizar para afirmar su superioridad sobre los demás. Esta actitud, sin embargo no hace más que acrecentar su egoísmo” (CLEARY, 1994) y en el caso particular del Ecuador, la vinculación a una cátedra universitaria representa aún una posición de status intelectual, aunque no siempre de reconocimiento económico, sea igual al rendimiento académico.

Como lo expresamos dentro del marco teórico, en el caso de la Central existen tres docentes a tiempo completo, uno de los cuales es el decano de facultad y el otro es del director de postgrados e investigación.

En relación a la formación de cuatro nivel, todos tienen el nivel de master profesionalizante

y solo un docente tiene título de Ph.D pero su vinculación con la universidad es parcial.

En el caso de la UDA , existen cuatro profesores a tiempo completo, entre ellos, el rector de la universidad y la directora de la escuela de comunicación, que a su vez es la directora de cooperación, de la misma universidad.

Todos los profesores cuentan con título de maestría, en áreas relacionadas con las materias que imparten, producto de una política de apoyo que se implementó con éxito, en la universidad, hace aproximadamente cinco años.

En la UTPL, el horizonte es totalmente opuesto existen un promedio de 32 docentes, 30 de ellos son a tiempo completo, 12 docentes se encuentran cursando estudios de cuatro nivel, en convenio con universidades del extranjero, ocho docentes obtuvieron a mediados del 2011 el título de master, producto de un convenio con la Universidad Santiago de Compostela.

Dentro de la planta docente a tiempo completo figura un Ph.D en ética periodística, título obtenido en la Universidad Complutense de Madrid, y un docente que es miembro de número de la Academia de la Lengua.

## **6.1.1 Análisis de la malla curricular de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador**

En la planificación académica en cada una de las materias que presenta la malla de la Universidad Central del Ecuador, se puede evidenciar que existe una repetición continua de contenidos. Esta afirmación nace, en primer lugar, de la comparación de las mallas curriculares por un lado y por otro, producto de la revisión de los planes de estudio.

Se identificó de manera muy puntual una repetición continua en los temas y autores recomendados y citados de la bibliografía utilizada, la misma que por cierto, no es actualizada de manera constante. Hay problemas en la selección de autores también.

Pareciera que existe un divorcio permanente entre los profesores y las materias propuestas en la malla curricular, especialmente en materias que se han planificado para dos y en algunos casos tres semestres.

Existen en las tres mallas curriculares estudiadas, materias planificadas para dos y hasta tres niveles como: Teoría Social y Política I y II, Realidad Ecuatorial/ Realidad Nacional I y II, entre otras, la repetición de contenidos es continua, hay una constante falta de comunicación y cooperación del claustro universitario.

¿Cómo explicar esta falta de coordinación?. La primera respuesta está en el plano administrativo, que es un elemento de fondo, el tiempo de vinculación laboral de profesores, es sustancial, cuando se intenta ejecutar procesos de planificación curricular.

Las comisiones académicas en las propuestas académicas en estudio no cumplen un rol fundamental, justamente por que los profesores no tienen tiempo para dedicarle a esta tarea.

La revisión de los syllabus académicos permite evidenciar que no existe una planificación académica de acuerdo al grado de dificultad de cada una de las materias, como un mecanismo administrativo/académico que permita al estudiante avanzar en su formación y conocimiento, evitando a su vez caer en la repetición de contenidos.

Esta dinámica no optimiza el tiempo de contacto el alumno con el profesor en el aula, tiempo que es cada vez más escaso.

Este vacío es un problema que bien podría ser anexado a nuestra particular forma de ser

como ecuatorianos Vladimir Stoichkov <sup>132</sup>, periodista formado en la Universidad de Sofía/ Bulgaria, y radicado en el país, comenta; *“al estudiante ecuatoriano le falta la ambición que muestran sus colegas de otros países. Una de las causas se puede señalar en la vida más contemplativa que vive el Ecuador y el ritmo más calmado de la sociedad.”*

Le falta según este periodista insertarse a la vida contemporánea que *“ofrece muchas alternativas de desarrollo, autoeducación y distracción. La motivación hacía la lectura y el desarrollo de una escritura más creativa. Y por otro lado, la readaptación de los profesores”*.

Cree, además, que existe un problema en los profesores de larga trayectoria *“ será muy difícil abandonar la inercia y cambiar su modelo educativo, de innovar sus discursos y volverse guías y más didácticos en sus aulas”*, comenta este periodista extranjero, aunque reconoce que los sistemas universitarios del país están a la altura del primer mundo, y sus costos económicos son visiblemente inferiores.

*“ El sistema educativo debe caracterizarse por estar en continua evolución (...) Y es precisamente esta actitud para escuchar la experiencia de otros uno de nuestros grandes desafíos. (ZARAGOZA, 2000). Esta posición abierta al cambio y a la innovación es compleja encontrarla dentro de las ofertas académicas en estudio.*

En el caso particular de la FACSO, más del 40% de su planta docente, son profesionales vinculados más de 20 años a la universidad; sin embargo, también hay que reconocer que se han preocupado por su actualización profesional, aunque no se descarta la existencia de inercia docente.

Veamos de manera puntual la estructura y composición de las materias de formación básica relacionadas con la cultura básica.

<b>Formación Básica en la FACSO: Cultura General</b>	<b>Propuesta actual</b>	<b>Análisis</b>
Teoría Social y Política I y II	Dos materias con contenidos similares y relacionados	Hay repetición de contenidos. Es un eje transversal cuyos contenidos están evidenciados en realidad ecuatorial, y pensamiento contemporáneo, que son materias que también figuran en la malla.

<sup>132</sup> Vladimir Stoichkov. Periodista formado en la Universidad de Sofía Bulgaria, realizó una serie documental de 74 capítulos, “La otra Bulgaria”, filmados en 50 países de 5 continentes. Actualmente es profesor en la Universidad San Francisco de Quito y de la Universidad de los Hemisferios, en Quito. Trabajo para la revista búlgara, Za Horata).

Realidad Ecuatorial I y II	Dos materias con temáticas iguales	Se evidencia una repetición de contenidos. Hay datos de la historia básica del Ecuador que están incluidos en la planes de educación secundaria. Similitud de contenidos con análisis de coyuntura validos para su futuro profesional debe hacerse, sobre el Ecuador y sus circunstancias.
Historia de América Latina	Dos materias con contenidos similares y relacionados	La planificación de Historia de América Latina está muy bien organizada, se podría incluir en esta materia un capitulo para historia del Ecuador, considerando y validando los conocimientos que los estudiantes traen del sistema escolar. Sin embargo, existen dos materias separadas dentro de la malla curricular vigente.
Historia del Ecuador		
Análisis de coyuntura	Óptima	Se evidencia una clara definición de competencias y límites de estudio.
Historia de las civilizaciones	Tres materias con contenidos repetidos	En estas tres materias se evidencia una repetición de contenidos. Bien podría condensarse en una sola materia que se llamaría pensamiento contemporáneo, que engloba los contenidos de historia de la civilización con énfasis en lo mundial y contemporáneo.
Historia Mundial Contemporánea		
Pensamiento Contemporáneo		
Historia de la Comunicación Social	Óptima	Se da una visión general de la comunicación, conceptos básicos y una mirada universal a la profesión.
Filosofía I y II	Dos materias con contenidos similares.	Resumir los contenidos en una sola materia para evitar la repetición de contenidos y optimizar el tiempo del estudiante y no alargar su permanencia de la universidad. Podría centrarse en una sola materia que podría llamarse Filosofía General.
Introducción al Pensamiento Económico	Óptima	Introducción a conceptos básicos. Aporta a la consolidación del pensamiento crítico y numérico fundamental para el futuro ejercicio profesional.
Expresión Corporal	Óptima	Aporta conocimiento sobre el desarrollando escénico, dominio del cuerpo y lenguaje no hablado, como

		habilidades fundamentales en el ejercicio periodísticos en particular.
--	--	--

Dentro de las materias de formación básica evidenciamos un sub eje que es LENGUAJE, considerado como el punto más débil de formación de comunicadores sociales en el país. Partimos del criterio que las destrezas lingüísticas y de redacción se aprenden con la lectura constante, un hábito que debe ser practicado de todas y cada una de las materias, y como tal, está relacionada con los procesos de autoformación del estudiante.

“ la necesidad de enseñar redacción periodística implica que en efecto pueda considerarse el paradigma básico de la enseñanza en periodismo la distinción entre las noticias y comentarios. Como esta distinción no se hace en la conversación corriente, había que acostumbrar el estudiante de periodismo a saber si está informando u opinando” (GOMIS; MARTÍNEZ, 2002). Los contenidos relacionados con la redacción periodística toman como referencia el tratamiento descriptivo y metalingüístico, dejando un espacio, muy reducido, creemos para la práctica profesional, aunque este tópico está presente en las tres mallas.

La redacción, expresada como la capacidad de ordenar ideas por medio del lenguaje, es un problema y una debilidad contante en las ofertas académicas analizadas. Aportamos con datos más exactos, en relación a este vacío formativo, por medio de las entrevistas realizadas, en este caso a la empresa periodística.

“ En el diario La Hora, que emplea a más de cien periodistas en todo el país, han evaluado en los últimos dos o tres años de cien egresados de comunicación social y la mayoría no han pasado las pruebas que incluyen la redacción de noticias o crónica, ortografía y varias preguntas de cultura general” comenta Roque Rivas,<sup>133</sup> de Diario La Hora, el tercer diario más grande del país.

Rivas Zambrano es muy enfático en señalar que “ *un comunicador o periodista que no logre redactar una noticia, puede ser cualquier cosa, menos periodista*” reclama además mayor espacio para la enseñanza de redacción, ingrediente fundamental en la profesión. Esto evidencia que las materias por más abundantes no son del todo eficientes, como lo hemos insistido a lo largo de este proceso investigativo.

Es innegable que buscar en la historia es toparse con problemas: de estructura narrativa (

---

<sup>133</sup> Los datos referidos corresponden a una entrevista personal vía telefónica realizada al periodista Roque Rivas Zambrano, uno de los editores nacional de Diario La Hora. Rivas Zambrano además está vinculado académicamente con la Facultad de Comunicación Social de la Universidad central del Ecuador. Sede Quito.

cómo contar) de conocimiento (hay que describirlas con propiedad), de ética ( la globalidad y la complejidad de lo que se cuenta) de espacio ( hay medios que decidieron, en forma absurda, que la historia más larga debe medir 30 centímetros) (HERNÁNDEZ, 2004), y no de reglas de redacción y ortografía, formar destrezas y habilidades de escritura es un reto mucho más amplio.

La persona que tiene una buena redacción como norma general tiene una cultura vasta y una visión lejos de los prejuicios y oscurantismos que nublan al mundo, lo cual implica también asumir el hecho que la comunicación y el periodismo no son disciplinas puras, sino por el contrario tiene un carácter transdisciplinar.

“el periodismo como método de interpretación de la realidad puede entenderse tanto desde los túneles abiertos por la lingüística como por los que ha abierto la sociología. Así, los conceptos de lenguaje, objetividad, periodismo y género se han visto matizados y profundizados en los últimos años gracias a los embates sucesivos de la lingüística y la sociología” (GOMIS, 2004).

Como lo comentamos en su momento, en el análisis realizado en la malla de la FACSO la abundancia de materias no solucionan los vacíos fundamentales que traen los bachilleres, en relación al lenguaje y la escritura. En estas áreas estarían las mayores falencias del proceso de formativo de las tres universidades seleccionadas, las materias actuales no están cumpliendo este objetivo.

Este vacío/ debilidad ha sido un factor recurrente en todas las entrevistas de campo efectuadas, además es un elemento de fondo para la contratación laboral, sobre todo dentro de la empresa periodística en el Ecuador, cuyos criterios serán expuestos más adelante. Veamos en detalle la estructura actual de la malla curricular con énfasis en periodismo que ofrece esta Universidad:

<b>Materias vigentes en la FACSO. Formación Básica: Lenguaje</b>	<b>Propuesta Actual</b>	<b>Análisis</b>
Estudio del lenguaje	Dos materias con contenidos similares y relacionados	No creemos que es función de la universidad enseñar gramática por muchos vacíos que existan, esto es parte de la educación media, si existe vacíos podría
Gramática del español		

Escritura creativa		ser un filtro de rigor académico de las escuelas en general. No hay mayores diferencias de contenidos entre las materias de gramática del español y escritura creativa.
Lingüística textual	Óptima	Enfoque basado en las teorías de N. Chomsky
Semiótica	Óptima	Enfoque teórico y práctica enfocado particularmente a los textos periodísticos y el lenguaje periodístico
Segundo Idioma I, II, III, IV y V	Segundo Idioma I, II, III y IV	Reducir este componente de segundo idioma a cuatro niveles únicamente.

No consideramos oportuno los cinco niveles propuestos, bajo la figura de un segundo idioma, esta es una competencia fundamental que no debe formarse únicamente en la universidad. Hay evidencias claras que el sistema secundario privado del país está formando estudiantes bilingües.

Resaltamos como positivo el hecho que se incluya dentro de la malla curricular un segundo idioma y que no exista la imposición que sea el inglés, por ejemplo, como sucede en las mallas de la UDA y de la UTPL.

En la UDA, el inglés es un valor añadido con el cual ingresan los estudiantes a la universidad, sobre todo si vienen de colegios privados.

Nuestra última arista de análisis dentro de las materias de formación básica, son las materias que están relacionadas con la investigación científica.

Dentro de la malla de la Universidad Central existen tres materias, orientadas al ámbito investigativo:

- Investigación científica
- Investigación social
- Técnicas del trabajo intelectual

<b>Materias vigentes en la FACSO Formación Básica: Investigación Científica</b>	<b>Propuesta Actual</b>	<b>Análisis</b>
Investigación científica	Dos materias con contenidos similares, íntimamente relacionados.	El nivel de las dos materias es muy parecido, pero se complementan por la vinculación de las dos áreas del conocimiento No hay mayores evidencias de ejercicios prácticos en las materias.
Investigación Social		
Técnica del Trabajo Intelectual	Óptima	Es importante revisar algunos ejes que estaban en investigación social relacionados con la sociedad, agrupaciones sociales, etc. Su objetivo, expresado en el plan de clases, es formar la conciencia social de los estudiantes.

Una vez revisados los planes académicos y las competencias formativas no existe repetición de contenidos, la materia de investigación científica se dedica a fundamentar y jerarquizar los procesos de investigación; pretende, además, sistematizar los elementos y partes del proceso de investigación, concluyendo con el diseño tentativo de una investigación.

Este ensayo previo, les permite, a futuro, aplicar dichos conocimientos en la consolidación de su tema de tesis. Mientras que la materia de investigación social pone en práctica un proyecto específico con el cual cada universidad, pretende vincularse de manera concreta con la sociedad, muchos de los emprendimientos están específicamente relacionados con la comunicación organizacional y comunicación para el desarrollo, en los barrios periféricos de la ciudad de Quito.

La materia Técnicas del Trabajo Intelectual es de carácter básico, el objetivo final es ayudar a la generación de un pensamiento crítico por medio de la lectura y reflexión de textos, y técnicas de estudio y comprensión, por lo cual, consideramos que las materias tal como están diseñadas son pertinentes.

Además, la dedicación y estructura académica de las materias, antes mencionadas, le permitirán a la Facultad de Comunicación Social de la FACSO, aportar de manera puntual al desarrollo de investigación, que exige el nuevo marco de la Ley de Educación Superior, que presta particular atención a la investigación.

En la Central el proyecto de tesis de grado, previo a la obtención de la licenciatura, está estructurado como un trabajo de investigación. En la mayoría de las veces se realiza una investigación de carácter bibliográfico únicamente.

Pese al enfoque de carácter teórico de las tesinas de grado, es importante comentar, como un elemento de fondo de la administración académica de la FACSO, y de la universidad pública en el país, uno de los problemas fundamentales es la titulación de sus egresados.

Veamos algunas estadísticas puntuales en relación a la facultad de comunicación:

Formas de graduación	2007	2008	2009	TOTAL
Graduados regulares	81	70	51	202
Graduados por seminario	Sexto seminario 60	Séptimo seminario 58	Octavo y novenos seminario 89	207
Total general de graduados	409			
Promedio de graduados por año	136			

Fuente. Informe FACSO. Documento No. 9. Informe de la Junta de Facultad. Enero, 2010

El promedio de estudiantes matriculados en cada ciclo académico en esta universidad entre: en los años 2007 2008 y 2009, es de aproximadamente 90 y 120 alumnos. Los alumnos que han abandonado de manera temporal su carrera son por lo general quienes toman los seminarios que están citados en el cuadro anterior, luego de dejar las aulas universitarias, por lo menos dos años antes.

Es importante, mencionar que la FACSO ahora mismo está relacionada con los siguientes proyectos de investigación, en los cuales de manera parcial se han vinculado estudiantes, aunque representan tareas puntuales de los profesores:

- a.- Observatorio de medios Ecuador. En convenio con CIESPAL ( 2009/ indefinido)
- b.- La violencia en la televisión del Ecuador. Estudio de Casos 2009/ 2011.

Además su cuerpo docente se encuentra vinculado a dos redes importantes. La primera es la red latinoamericana de investigadores conocida como la Red AMLAT, en la que participan algunas universidades de América Latina. Y la segunda red de comunicación, es la AUNLAD, conformada por 6 universidades públicas y privadas, de distintos países.

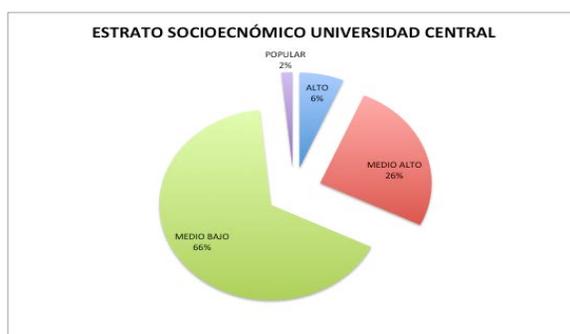
Es una red de intercambio de profesores, de Venezuela, Brasil, y Ecuador, esta pasantía, a criterio de Alberto Pereira Valarezo, sub director de escuela, ha sido una oportunidad excelente para medir y refrescar conocimientos; ver modelos administrativos que sin mayores ajustes pueden implementarse en el país, comentó.

La Central en el caso particular de Comunicación Social, no tiene ningún programa de intercambio, ni de movilidad estudiantil establecido, Pereira Valarezo, considera que es muy compleja la implementación, por dos factores perfectamente identificados.

El primero de los problemas es el presupuesto de la propia universidad; y el segundo, el nivel socio económico de los estudiantes.

En la encuesta que se aplicó a los 123 estudiantes, de los tres últimos ciclos de la carrera, se detecta que, el 66% se incluye dentro de la clase social media baja, un 26% de la clase media alta, únicamente un escaso 6% de la clase alta, y apenas un 2% de la clase popular.

### **Nivel socioeconómico estudiantes/Comunicación Universidad Central**



Elaboración: La autora

## 6.1.2 Análisis de la malla curricular de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad del Azuay

El rubro más importante de toda la malla de la Facultad de Comunicación Social de la UDA está en la formación humanística; el perfil formativo se orienta de manera particular a la publicidad y las relaciones públicas.

Materias vigentes en la UDA Formación Básica: Cultura general	Propuesta	Análisis
Pensamiento contemporáneo	Tres materias con contenidos muy relacionados	Las tres materias se dividen y alejan al conocimiento en parcelas muy puntuales y poco útiles para el proceso de formación  Las tres materias restantes bien podrían ser unidades o capítulos específicos de la nueva propuesta.
Problemas contemporáneos		
Corrientes artísticas contemporáneas		
Antropología Cultural	Óptima	Su planificación es muy atractiva y está organizada de manera cronológica lo que permite tener vastos conocimiento de los diferentes fenómenos culturales y del ser humano en general
Creatividad	Óptima	Como el perfil formativo esta enmarcado en la publicidad y la relaciones publicas esta materia introduce a los estudiantes en la técnicas de creatividad y lógica elemental
Emprendimiento	Óptima	El perfil formativo promueve el trabajo autónomo. Esta materia tiene un corte enmarcado dentro de la gerencia y el espíritu empresarial.

Creemos necesario en el caso de la UDA las materias de antropología cultural y corrientes artísticas contemporáneas, debido al activo movimiento cultural y artístico que tiene la ciudad de Cuenca, que además ha sido declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad, reconocimiento otorgado por la UNESCO.

La creatividad y emprendimiento tienen coherencia; de acuerdo al criterio expresado por la directora de escuela, en relación al perfil profesional propuesto por la UDA que se enmarcaría en la publicidad y las relaciones públicas desde una visión y función gerencial, las materias antes mencionadas aportan a este cometido. Además están centradas en la

práctica profesional, que a decir de los actores vinculados en la empresa periodística, tiene actualmente una valoración muy positiva.

En relación a las materias de formación básica, vinculadas con el eje de lenguaje, no vemos la importancia de mantener dos materias, en dos niveles diferentes, efectivamente la materia está organizada con dificultad progresiva y ejercicios prácticos que bien podrían nutrirse, usando la figura de trabajos extra clase.

Recomendamos reforzar el interés por la lectura, no solo en esta materia, sino a lo largo del primero y tercer ciclo, donde se ubican las materias de formación básica, como un mecanismo para suplir las deficiencias formativas básicas de los estudiantes.

Los trabajos extra clases/independientes permitirán además, aportar con el cumplimiento del tercer objetivo planteado en la reforma curricular, aplicada desde septiembre del 2009 y que será evaluada en octubre del 2013, que dice *“Preparar a nuestros estudiantes para trabajar como dependientes, o emprendimientos propios de tal forma que pueden ser más productivos”*, consolidando el tercer eje de toda universidad: la extensión.

La productividad depende efectivamente de las condiciones y habilidades personales que deben estimularse dentro de las aulas universitarias, siendo también un eje en el cual se centra el perfil de egreso de esta universidad.

Veamos cómo están estructuradas y distribuidas las materias de formación básica con énfasis en lenguaje:

Materias vigentes en la UDA Formación básica: Lenguaje	Propuesta actual	Análisis
Lenguaje I Lenguaje II	Dos materias con contenidos muy similares	Hay materias de expresión oral, de redacción periodística y creatividad, con objetivos y contenidos muy parecidos. Si bien es cierto estas materias pueden apoyar y reforzar la capacidad de escritura que tiene como competencia común las materias antes mencionadas.
Expresión oral	Óptima	Tienen un enfoque práctico y la vinculación con el escenario laboral futuro. Hay un competente basado en ejercicios reales.

Creatividad	Óptima	Es posible que se repitan los contenidos con la propuesta de las materias de Lenguaje que está centrada en el fomento de la escritura.
Inglés I, II, III, IV y V	Inglés I, II, III y IV	Reducir la enseñanza del idioma inglés a cuatro niveles únicamente. No se admite una prueba de suficiencia como una opción para el estudiante, aunque el dominio del inglés en los estudiantes es muy positivo.

Para ampliar lo manifestado, en el cuadro anterior, diremos que los ejercicios propuestos, dentro de los planes de estudios de Lenguaje I y Lenguaje II son básicos, se quedan en la normativa ortográfica, cuando lo que deberíamos potenciar es la creatividad por medio de la lectura, con lo cual se solucionaría un problema recurrente el de la escritura.

En esta línea preguntamos a Cecilia Ugalde, directora de la Facultad de Comunicación Social de la UDA: ¿Ustedes han logrado detectar vacíos en los bachilleres que optan por la carrera de Comunicación Social, que es un tema preocupante al momento de la formación de comunicadores?

Creo que lo más grave es el deficiente manejo del idioma, no saben redactar y en la parte de los conocimientos de cultura general es muy pobre, pero generalmente uno ya lo detecta cuando vienen de ciertos colegios; les cuesta mucho a los estudiantes igualarse, comenta.

Es importante citar la existencia dentro de la estructura física de la Universidad de un sala de redacción y práctica profesional muy a tono con las estrategias del periodismo digital. Este espacio es voluntario y está liderado por dos profesores con perfil periodístico, que están alimentando de información a los diferentes medios de comunicación, sobre todo de la región sur del país.

En relación a la carencia del lenguaje y la escritura, también fue evidenciada por Fernando Ortiz, periodista cuencano, para este profesional es un problema estructural, al cual la universidad se enfrenta, producto de las debilidades de todo el sistema escolar.

Por otro lado, el intento de formación para la investigación científica en la UDA dentro de la malla curricular está expresado en las siguientes materias:

- Estadística
- Investigación y Proyectos
- Metodología de investigación (cualitativa)

- Metodología de la investigación (cuantitativa)
- Métodos de investigación III (análisis de audiencias)

Luego de hacer una revisión de los planes de clase, evidenciamos lo siguiente:

<b>Materias vigentes en la UDA Formación básica: Investigación científica.</b>	<b>Propuesta actual</b>	<b>Análisis</b>
Estadística	Óptima	Los contenidos formativos son pertinentes y son la base para la aplicación práctica y real de la metodología de la investigación propuesta más adelante.
Investigación y proyectos	Óptima	Se hacen aproximaciones muy reales sobre proyectos puntuales, que son una base experimental para la tesis y el futuro profesional.
Metodología de investigación (cualitativa) Metodología de la investigación (cuantitativa)	Metodología de la investigación	Creemos que estos dos tipos de investigación si bien son diferentes en relación al manejo y análisis de datos tiene una relación constante que bien podrían darse en una sola materia. Consideramos además que existe la materia de estadística, y más adelante en el cuarto ciclo existe la materia de metodología de la investigación ( análisis de audiencia) donde se puede pulir algún vacío.
Métodos de investigación III ( Análisis de audiencias )	Óptima	Si revisamos el perfil profesional la carrera tiene un enfoque marcado entre la publicidad y las relaciones públicas. Este tipo de conocimientos le permitirán gestar proyectos independientes, como agencias de publicidad y de análisis de mercado.

Reconocemos de manera particular, el interés de la UDA, en fortalecer los procesos de investigación de sus estudiantes, también hay vacíos generales como los encontrados en cuanto a al lenguaje y la escritura, sobre todo cuando se revisa el eje de formación básica.

Las materias de metodología de la investigación III, como se denomina en el plan de estudios de la UDA, que tienen un enfoque muy práctico, orientado específicamente en el análisis de audiencias, área puntual que ha permitido abrir un interesante espacio laboral.

La universidad cuencana está aportando en esa línea al desarrollo del país, esta inclinación académica estaría también fomentando el trabajo autónomo. Estudiantes vinculados con la facultad de comunicación social han creado sus propias agencias de publicidad.

Según el Mapa de Comunicación en Ecuador ( UTPL, 2011) existen 11 agencias dedicadas a sondeos de audiencia, publicidad y /o relaciones públicas, donde se han vinculado egresados de dicha facultad.

Mientras que en la ciudad de Loja se registran, según el mismo mapa, únicamente dos agencias, con lo cual podemos deducir el nivel de influencia de la universidad cuencana y la marcada inclinación que tiene la universidad en el área de publicidad.

Es importante comentar que estas actividades son de índole profesional/ operativa/técnica pero no tienen influencia alguna en el continente investigativo en general. No se registran proyectos puntuales de orden investigativo.

En el caso específico de la Licenciatura de Comunicación Social de la UDA, la reforma curricular última hecha en septiembre del 2009, tomó algunas referencias del libro blanco titulaciones (ANECA, 2007), las mismas que se pueden evidenciar dentro de los planes curriculares y no directamente en la malla por las normativas impuestas por el CONESUP.

Esto, según Cecilia Ugalde, sería un adelanto a las reformas propuestas en la nueva ley de educación superior que privilegia los procesos de investigación, a decir de la directora se están haciendo los ajustes para que los docentes puedan combinar la investigación con la docencia.

Si bien es cierto no se existen programas de investigación puntuales que vinculen a los docentes con los estudiantes, hay una interesante política de salida de observación y práctica para los estudiantes.

Por ejemplo, en el área de publicidad con la Universidad de la Plata Argentina, con la Universidad Houston Texas, y otras pasantías con el proyecto S. Valley. Ninguno de los procesos son obligatorios y dependen de la capacidad económica de los estudiantes.

### **6.1.3. Análisis de la malla curricular de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja**

La malla de la Escuela de Comunicación, y dentro del eje de formación básica, con énfasis en cultura básica, figuran nueve materias, de las cuales tres se dedican de manera exclusiva a la formación de carácter humanístico, con una clara tendencia de la religión católica, que gobierna la universidad.

Estas materias que se denominan Desarrollo Espiritual I, II y III, buscan la formación en valores, siendo esto una de las preocupaciones fundamentales de la universidad, con las cuales cumpliría su misión “ *Buscar la verdad y formar al hombre, a través de la ciencia, para que sirva a la sociedad*” tarea en la cual se escoge como maestro al Cristo histórico.

Estas materias según Bertha Villalta, líder del grupo de docentes que llevan las materias antes mencionadas en toda la universidad, se basan en el Humanismo Cristiano, tomando en cuenta el desarrollo de actitudes y hábitos y promoviendo el gran potencial que tiene la persona humana. El eje principal es la práctica de valores.

La deshumanización de la vida y de la historia humana siempre ha estado en relación con la pérdida de valores espirituales. Su restauración paso, por tanto, por la recuperación de los mismos, siendo esto uno de los objetivos de las materias de desarrollo en la UTPL “*Hay que dejarse divinizar por Dios para que este mundo sea cada vez más humano a lo divino*” (RIELO, 2001).

El pensamiento y legado de Fernando Rielo, fundador de la Comunidad Idente, encargada de la administración de la Universidad desde el 1997, es un ingrediente fundamental en las materias antes mencionadas.

El objetivo de estas materias es la formación en valores, actitudes y hábitos a fin de que fortalezca el cultivo, la práctica y la trascendencia de los valores humanos en la educación. Pese a la importancia que las materias tienen; considero que bien podrían reducirse a tres niveles.

<b>Materias vigentes en la UTPL Formación básica: Cultura básica</b>	<b>Propuesta actual</b>	<b>Análisis</b>
Realidad nacional	Óptima	Se recomienda la inclusión de casos de la política y la economía ecuatoriana, y no únicamente de historia como está contemplada la materia en la actualidad
Computación	Deficiente	El diseño de la materia es muy básico, existe además un examen de suficiencia. La inclusión de los jóvenes a las nuevas tecnologías la convierten en una materia muy elemental.
Liderazgo y Desarrollo de la Inteligencia	Óptima	Por el enfoque hacia los emprendimientos empresariales que tiene toda la universidad en general.
Sociología	Dos materias con contenidos muy similares	Se puede producir una repetición de contenidos.
Pensamiento sociopolítico	Óptima	Analiza el ordenamiento social, estatal, cultural y jurídico, lo cual es fundamental para el desempeño profesional. Interpretar además las normas y principios del estado, que más tarde le ayudan a entender la coyuntura social de las noticias que se produzcan en este ámbito
Desarrollo Espiritual I, II , III y IV	Óptima: Desarrollo Espiritual I, II y III	Tres niveles únicamente, para no repetir contenidos. Reforzar el trabajo extra clase, y fortalecer la posibilidad de cursar la materia dentro de un seminario

Las materias de formación básica relacionadas con el eje del lenguaje se expresa una dedicación particular de las materias en pulir y fomentar la capacidad de redacción de sus estudiantes. Veamos en detalle la distribución de las mismas.

Materias vigentes en la UTPL. Formación básica: Lenguaje	Propuesta	Análisis
Estilo y redacción	Estilo y redacción	Contenidos que se repiten Enfoque formativo muy básico. Conocimiento que debe superarse en el sistema escolar
Expresión Oral y Escrita		
Lingüística	Óptima	Aunque la materia está muy diseñada, existe un alto nivel de pérdida. Sería importante evaluar las causas
Literatura	Óptima aunque con pequeñas reformas	Darle un enfoque más contemporáneo y actual a la materia
Inglés I, II, III, IV y V	Inglés I, II, III y IV	Analizar la posibilidad de reducir la enseñanza del idioma inglés a tres niveles únicamente

Para justificar la unión de las materias de Estilo y Redacción y Expresión Oral, diremos que los contenidos se repiten y conforme están diseñadas las materias tienen un nivel muy escolar, no se puede en la universidad enseñar normas de redacción y ortografía; insistimos en este tema porque son contenidos frecuentes, que se repiten en todos los planes. Como decía el científico y humanista A. Einstein : “ El supremo acto del profesor es despertar (en sus alumnos) la alegría por la expresión creativa y el conocimiento”.

Es importante comentar que, desde inicio del 2011, la UTPL se está ejecutando un proceso de adaptación paulatina de su malla curricular, a los contenidos propuestos por la UNESCO y como tal las materias relacionadas con los siguientes modelos de redacción, partiendo siempre del dominio del lenguaje periodístico, y como tal se concentran en:

- Redacción narrativa
- Redacción descriptiva
- Redacción explicativa

UNESCO tiene una especial preocupación por los contextos y la correcta definición del espacio temporal de la profesión.

Las materias de lingüística y literatura, están a cargo de un docente, que además es miembro de número de la Academia de la Lengua Ecuatoriana, lo que le da aún más solvencia a los contenidos impartidos.

En el caso particular de Literatura creemos conveniente incluir la lectura de la literatura moderna, sobre todo los últimos premios nobel, para estimular la capacidad de interpretación, narración de los estudiantes, y además como un mecanismo para superar los otros vacíos, evidenciados y detallados anteriormente.

Es importante comentar que en octubre del 2010, la Escuela de Comunicación Social de la UTPL, se sometió a un proceso de evaluación y acreditación de la escuela de Comunicación Social ante el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo (CLAEP)<sup>134</sup>.

La escuela fue acreditada, pero se realizaron algunas observaciones entre ellas :

- a.- Estar atentos al desbalance entre el saber hacer vs. el saber – saber, (formación humanística) se encontró una dedicación constante a los saberes prácticos ( prácticas profesionales) y algunos vacíos en la formación humanística, que nos llevan a revisar como están diseñadas las materias

Las dos ofertas ( UDA/ UTPL) proponen cinco niveles de inglés, que bien podrían reducirse a cuatro niveles intensivos. Esto en virtud que, dentro del sistema de educación básica las materias de inglés/ francés tienen un papel protagónico, con lo cual las bases fundamentales estarían dadas.

El inglés es sin duda una habilidad indispensable dentro del nuevo ejercicio periodístico “ Si haces economía no puedes decirme no leo el *Financial Times*. Eso es básico. El 80% de los periodistas no hablan inglés y ni nada de español”, dice el periodista argentino Jorge Lanatta.

Es importante sugerir a las escuelas/facultades dos medidas puntuales, que justifican esta reducción pero que además sean defendibles en el contexto universal. Creemos que una solvencia lingüística en otro idioma podría aprenderse en tres ciclos.

En líneas generales, el tema del aprendizaje de otro idioma, podría administrarse considerando las siguientes recomendaciones, que perfectamente pueden ser aplicadas en las tres universidades:

---

<sup>134</sup> El Consejo de Acreditadores por parte del Claep estuvo conformado por un equipo de renombre como Tony Pederson, quien fuera presidente de la SIP, : Dra. Alicia Casermeiro , Directora de Relaciones Institucionales de la Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA) entre otros.

- a.- Que se administre una prueba de suficiencia en el idioma, cualquiera que sea, privilegiando a los estudiantes que dominan previamente una segunda lengua.  
La FACSO, por ejemplo, deja abierta la puerta que el estudiante escoja entre el inglés y el francés.
- b.- Implementar una prueba de valía y reconocimiento mundial, por ejemplo, en el caso de inglés del TOFFEL, con lo cual quedaría garantizado el nivel de las materias propuestas, además puede abrir la puerta para procesos de movilidad y acceso a becas, ofertadas en especial por el primer mundo, con lo cual también sé que fortalecería la pertinencia de la facultad en la sociedad.

La formación de orden humanístico es uno de los rubros más importantes en la malla de la universidad lojana. La malla expresa a diferencia de las otras dos ofertas analizadas un enfoque al periodismo tradicional encasillado en radio, prensa y televisión.

La materia de periodismo digital tiene un enfoque bastante atractivo. Evalúa la evolución de periodismo digital en el Ecuador, el enfoque y uso de las redes sociales y la convergencia digital que la red está provocando, entre otros detalles.

### **Análisis de las materias de Formación Social/Humanística en la UTPL**

<b>Énfasis: Comunicación Social</b>	<b>Propuesta actual</b>	<b>Análisis</b>
Introducción a la comunicación	Óptima	Visión general y práctica sobre la comunicación y los medios Estudian los principios básicos de la comunicación y el periodismo para que el estudiante pueda verificar su futuro profesional
Teoría de la imagen	Óptima	Contexto básicos sobre la producción. Principios de fotografía, diseño y perspectiva audiovisual. Hay un enfoque muy práctico, en relación al uso de Adobe Photo Shop.
Televisión	Óptima	Producción audiovisual Un nivel superior y profundización de los contenidos planteados en Teoría de la imagen .
Educomunicación	Óptima	La fusión necesaria de comunicación y educación. ¿Cómo pueden los medios ayudar a formar críticamente al ser humano?. Es una materia muy teórica pero fundamental para cumplir con el perfil formativo propuesto por la UTPL.

Teoría de la comunicación	Óptima	Principales teorías y modelos de la comunicación y las escuelas de la comunicación. Dedica un espacio al pensamiento crítico y los estudios culturales. No es una materia muy actualizada.
Relaciones públicas	Existen dos materias con contenidos muy similares	Estudia la influencia de las nuevas tecnologías en las relaciones públicas. Analiza el ejercicio de las relaciones públicas en medios tradicionales y nuevos medios. Hay el riesgo de repetición de contenidos con la materia de comunicación organizacional.
Diseño gráfico	Óptima	Estrategias para la comunicación publicitaria, imagen corporativa, mercadeo y relaciones públicas. Hay en riesgo de usar una sola plataforma, en este caso Mac
Publicidad	Riesgo de repetición de contenidos	Análisis de las tendencias de la publicidad. Evolución de la publicidad. Casos prácticos de publicidad efectiva
Marketing	Riesgo de repetición de contenidos	Implementación de planes de mercadeo, estudios de mercado. Conceptos básicos sobre marketing Hay una íntima relación con la materia de publicidad.
Comunicación organizacional	Riesgo de repetición de contenidos	Planes de comunicación integral Relación de conceptos de comunicación, relaciones públicas e imagen corporativa en general
Cine	Óptima	Visión evolutiva del cine Revisión de los principales géneros que existen en cine Revisión de películas históricas ( cultura audiovisual)
Arte escénico y vídeo	Óptima	Dominio del lenguaje y los escenarios escénicos. Desarrollo de habilidades escénicas para cine, video y televisión Hay amplios ejercicios de actuación, locución e improvisación claves para el futuro profesional
<b>Énfasis: Periodismo y medios</b>		

Periodismo de investigación	Óptima	Formula y plantea problemas sociales que podrían investigarse y denunciarse. Aportan con técnicas sobre el periodismo de investigación No se habla nada sobre fuentes nuevas y entornos digitales. No está muy clara la aplicación práctica de dichos contenidos a lo largo de la materia.
Periodismo digital	Óptima	Tendencias del periodismo digital Gestión de la información en plataformas digitales. Tendencias periodísticas en las redes sociales .
Ética Periodística	Óptima	Ética del periodismo, Fundamentos filosóficos en general . Un aporte latinoamericano a través del estudio de los casos recopilados por Javier Darío Restrepo. Los contenidos básicos tienen estrecha relación con los planteados en las materias de Desarrollo espiritual.
Medios impresos	Riesgo de repetición de contenidos	Todo sobre la prensa escrita ( periódicos, revistas, folletos impresos) Estrategias del periodismo escrito. Hay un repetición de contenidos con las materias de géneros periodísticos.
Legislación	Óptima	Normativas legales Contexto jurídico nacional Violaciones implícitas por parte de la prensa nacional (ejemplos reales)
Géneros Periodísticos	Óptima	Visión general y las diferencias en los géneros de información y los géneros de opinión. No se estudian las nuevas tendencias de la redacción digital, aunque sí están en materia de periodismo digital, la parte narrativa parece ser un vacío.
Radio	Óptima	Elementos de la producción radial básicamente. Se habla de manera muy amplia sobre la producción digital y la radio digital.

En la malla curricular, en vigencia, en la modalidad presencial, en la Escuela de Comunicación Social de la UTPL existen únicamente dos materias vinculadas y relacionadas con la investigación científica:

- Estadística
- Investigación y proyectos.

Su director de escuela dice que no es un ámbito al cual hay que prestar mucha atención, por que la estructura de la malla, es “ atípica”. Es en la gestión productiva, donde los estudiantes

hacen emprendimientos relacionados con la investigación, de todo tipo, que más tarde se ve reflejada de manera puntual en la definición de su tema de tesis.

Materias vigentes en la UTPL Formación básica: Investigación científica	Propuesta actual	Análisis
Estadística	Óptima	<p>Criterios y conocimientos de uso exclusivo en el futuro profesional.</p> <p>Existen materias de libre configuración como estadística general es una opción previa antes de cursar materias de conocimiento y aplicación específica.</p> <p>Se podría pensar en un ajuste, por ejemplo: estadística para comunicadores.</p>
Investigación y proyectos	Óptima	<p>El enfoque es actual y práctico, aunque debemos comentar que la materia se ubica dentro de las cinco materias de libre configuración que tiene la malla, lo cual deja en libertad al estudiante para tomarla.</p>

Aunque no existe mayor empeño en las materias de investigación, la existencia de Centro de Investigación y Transferencia de Tecnología CITTE, en el caso particular de la Comunicación, denominado VIA Comunicación, ha permitido que la escuela se involucre en algunos proyectos de investigación, entre ellos:

- a.- Nuevas estrategias educativas para la enseñanza universitaria en comunicación: aprendizaje por competencia en América Latina. Proyecto Alfa III
- b.- La impunidad en América Latina. Proyecto SIP. Capítulo Ecuador: 2010/2013
- c.- El estudio del estado de la empresa periodística en el Ecuador
- e.- Investigación Puzzle: Mapa de la comunicación en el Ecuador (2011)

Las líneas también forman parte del impulso por lograr la internacionalización de la universidad en general; en el ámbito de la investigación hay muchas cosas por lograr aún.

“Sentimos que aun cuando todas las posibles cuestiones científicas hayan recibido respuesta, nuestros problemas vitales no se han rozado en lo más mínimo. Por supuesto, que entonces, no queda pregunta alguna; y esto es precisamente la respuesta (WITTGENSTEIN, 1989).

Lo cual nos lleva a volver la mira a lo local y a la realidad circundante para desde allí proponer nuevas políticas y temas de investigación; esto es una tarea pendiente de la universidad ecuatoriana .

A finales del 2010, como parte de las políticas del nuevo rector se ha previsto una nueva estructura académica y administrativa, tomando como referencia el modelo europeo que agrupa a los docentes por cátedras.

En lo relacionado con la comunidad de docentes de comunicación social se ha planteado la creación de tres cátedras, que a su vez serían asumidas como líneas de investigación:

- Periodismo y nuevas tecnologías
- Producción audiovisual
- Comunicación organizacional

La propuesta de movilidad estudiantil de la UTPL es bastante atractiva, prueba del proceso de internacionalización que vive la universidad. Existen convenios con 23 universidades de todo el mundo.

La movilidad dentro del territorio ecuatoriano es un proyecto muy activo, por ejemplo desde 2008 la Escuela de Comunicación Social ha recibido 9 pasantes, provenientes de la Universidad Católica del Ecuador, con sede en Santo Domingo y de la Universidad Tecnológica Equinoccial.

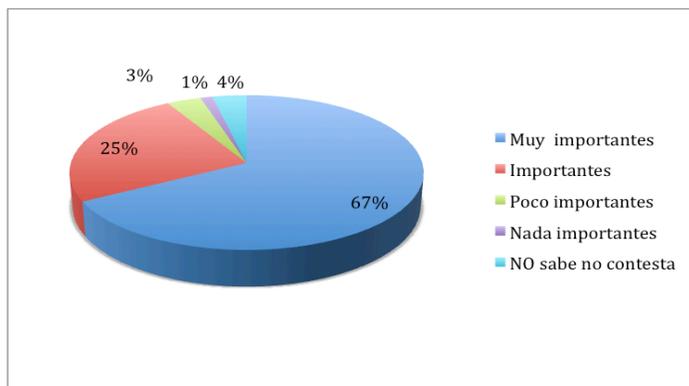
Desde el 2006 hasta junio del 2011, seis estudiantes de la UTPL habían cursado todo un ciclo académico en universidades del extranjero, gracias al convenio de movilidad estudiantil. El destino más frecuente fue México.

La movilidad de docente, es más limitada, solo se registra una salida en el 2011, del Eco. Abel Suing, director de escuela, a la Universidad Santiago de Compostela.

De nuestra parte como investigadores consideramos que la movilidad estudiantil es uno de los logros más emblemáticos del proceso implementado en el contexto europeo, aprovechamos la encuesta para consultar a los estudiantes de las universidades en estudio, sobre la importancia de este proceso dentro de la vida de los estudiantes.

Recordemos que nuestro análisis comparativo se ha centrado dentro de la propuesta académica de la Unión Europea, en la cual la movilidad es uno de los mayores logros, consideramos de particular importancia tener la opinión y criterio de los estudiantes en relación a este factor, que en el contexto europeo es visto como una ventaja de la implementación del sistema de créditos.

Consultamos a los estudiantes sobre que tan importantes eran los procesos de movilidad estudiantil, y las respuestas fueron las siguientes:



Los procesos de movilidad son altamente valorados por los estudiantes, alcanzan un 67%, seguido de 25% que considera importante. Estos dos porcentajes expresan la valoración positiva de los estudiantes.

Lamentablemente, y producto de nuestra investigación, la Universidad Central no tiene ninguna iniciativa en este sentido, y la Universidad el Azuay y la Técnica Particular de Loja, aunque cuentan con programas en este sentido no se expresa una continuidad ni apoyo constante a este proceso.

## **6.1.4 La Formación Profesional/ Técnica instrumental el saber hacer clave para el campo laboral**

En América Latina existe cada vez más un riesgo y además un temor muy generalizado en el mundo académico, de considerar muchas de las veces que las prácticas profesionales conducen a la formación técnica del estudiante, y que en la mayoría de los casos resultan mucho más efectivas que los esfuerzos que se hacen en el resto de materias que pretenden darle al estudiante un perfil y valía intelectual.

Así hemos llegado a una larga bizantina discusión sobre la comunicación como una ciencia, un arte, u oficio o una profesión, restando importancia a la clase presencial por un lado y por otro, dejando toda la responsabilidad del proceso formativo en el profesor.

“ El periodista es un analista o el diarista moderno que está calificado especialmente por su preparación para interpretar los acontecimientos de cada día” (BENETTON, 1957), <sup>135</sup> lo cual equivocadamente nos lleva a pensar que el buen periodista se hace en la práctica, más aún se nos remontamos a los orígenes de la profesión.

De hecho hasta el último tercio del siglo XIX, los periodistas se forman en la escuela de la vida (WEAVER; WILHOIT, 1991) considerando al periodismo simplemente como un oficio, cuyas competencias profesionales específicas no han sido del todo consensuadas.

“ Ingresar en el periodismo es iniciar una andadura a través de una profesión completa y llena de atractivos, pero también de incertidumbre” (ORTEGA; HUMANES, 2002)

Cuando hablamos de las prácticas profesionales estamos haciendo alusión expresa a “ el conjunto de ámbitos y prácticas de desempeño efectivo del comunicador” (UNGARO 2005) que en la práctica están expresadas en las habilidades profesionales y/o el saber hacer, que en su conjunto garantizarían la vinculación efectiva dentro del ámbito laboral.

Lo cual a su vez nos enfrenta con la misma dificultad de fondo, que bien podría traducirse,

---

<sup>135</sup> Beneyto Juan ( 1957): El periodismo como técnica y como cultura, Escuela Oficial de Periodismo, Barcelona, 1957.

en relación a las siguientes preguntas, cuando se intenta definir y delimitar los territorios prácticos y profesional, que debería recorrer un profesional en formación:

- Qué enseñar
- Quién lo enseña
- Dónde debería enseñarse

Bill Kovach y Tom Rosenstiel, en su libro “ *Los elementos del periodismo*” nos recuerda que: (...) históricamente, muchos profesionales desprecian la formación académica del periodismo, arguyendo que el periodismo sólo se puede aprender por ósmosis, en la práctica” o también como “ una ruta de paso, no un lugar de llegada” (FERENCZI, 1993) (CHALABY, 1996).

A lo cual hay que sumar la concepción simbólica que traen todo los estudiantes que hace que identifiquen y relacionen a la comunicación con los medios de comunicación, y a las necesidades técnicas y operativas de estos, reduciendo el escenario de la comunicación que por su propia naturaleza es una ciencia y un objeto de estudio de carácter trans y post disciplinar, cada vez más flexible pero complejo a la vez.

Ted Koppel considera que: “Las escuelas de periodismo son una absoluta y total pérdida de tiempo” <sup>136</sup> , concepto que dentro del ámbito latinoamericano fuera en alguna medida también acogido por el premio nobel García Márquez, que ha defendido al periodismo como un oficio.

Francisco Sierra Caballero, considera al comunicador bajo la dramática figura del trabajador “ .... un comunicador que sabe-hacer pero no sabe hacer, que habla pero no escucha, que informa pero no forma, que produce pero no contextualiza, que traduce pero no comprende ni interpreta” nos introduce a un problema sin respuestas cerradas, ni definitivas.

Las puntualizaciones de Sierra ponen además en tela de juicio a la imparcialidad y la

---

<sup>136</sup> Citado por el Everette E Dennis: “ Whatever happened to marse Robert ‘s Dreams”. The dilemma of american Journalism Education. 1988

independencia del periodista y como tal de su trabajo, pero a su vez nos lleva a clarificar la naturaleza de la organización en la que trabajan los periodistas (FREIDSON, 1986).

La universidad, en este escenario, estaría cumpliendo un rol muy similar al encomendado a los institutos de formación técnica profesional, a lo que se suman dos hechos de particular importancia, dentro del ejercicio práctico del periodismo, que describimos a continuación

Que “ el periodismo es, por propia naturaleza, más reactivo y pragmático que filosófico e introspectivo” (ROSENSTIEL; KOVACH, 2004) y como tal está inserto en muchos fenómenos y acontecimientos. Lo cual podría derivarse en un problema mayor “ que las escuelas de periodismo y las facultades de comunicación hoy se enfrentan a la dificultad de unir de manera armoniosa el contenido de las técnicas periodísticas, con las bases teóricas y el estudio de la comunicación social” (MELLADO, 2010), como lo hemos evidenciado con abundantes detalles dentro del marco teórico de la presente investigación.

La desprofesionalización periodística marcada por la flexibilidad que ofrecen las nuevas tecnologías, y las visiones pesimistas sobre el futuro del periodismo, la facilidad de difundir información.

Por otro lado, la Conferencia Hemisférica Universitaria sobre “*Políticas públicas para combatir la impunidad*” organizada por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), a la que asistieron más de 11 países y 23 universidades latinoamericanas acordaron, entre otras cosas que: “ Las universidades, en acuerdo con los medios, establezcan reglas de respeto a las condiciones de trabajo y bienestar de los jóvenes estudiantes que trabajan como pasantes en las redacciones”<sup>137</sup>

Con estas puntualizaciones de carácter teórico, a continuación presentamos un análisis comparativo global de la oferta en formación profesional, que promueven las universidades seleccionadas y los parámetros que plantean dos órganos referenciales, y de aceptación universal como son la UNESCO) y el Libro Blanco de Títulos de Grado en Comunicación (ANECA, 2005).

---

<sup>137</sup> El documento completo denominado la Declaración de Puebla, puede verse en la siguiente dirección: <http://www.impunidad.com/noticia.php?id=747&idioma=sp>. Acceso: 28/07/ 2011.

## Pasantías Nivel I :

Se considera el primer acercamiento al trabajo real y práctico de los medios de comunicación

<b>Ciclo académico en el cual se plantea la ejecución del primer nivel</b>				
<b>FACSO</b>	<b>UDA</b>	<b>UTPL</b>	<b>UNESCO</b>	<b>Libro Blanco</b>
Proyecto integrador I	Pasantías profesionales I	A lo largo del primer año ( ciclo 1 y 2) Gestión productiva 1.1 Gestión productiva 1.2	Entre el tercer y cuarto año ( ciclos 5 y 6) Cobertura periodística/ periodismo especializado	Se denominan competencias profesionales ( saber hacer) y como tal no están expresadas ni organizadas como curso específicos.
<b>Descripción de las actividades prácticas programadas</b>				
Vinculación con la comunidad. Aplicación en proyectos reales de vinculación profesional, como por ejemplo las campañas de comunicación, difusión de cine, etc.	Aplicación de los conocimientos adquiridos en Comunicación organizacional, planificación y proyectos de la comunicación, comportamiento y cultura organizacional	Prácticas de redacción básica y periodismo digital Cobertura periodística, foto periodismo Principios básicos de edición audiovisual Manejo de planes locales de relaciones públicas	Estancias en medios de comunicación e información nacionales o internacionales Acercamientos a cobertura periodística y redacción	Todas las materias están divididas de la siguiente forma: Teoría, práctica, trabajo personal, tutorías y evaluación
<b>Número de créditos asignados</b>				
2 créditos	No se expresa específicamente en créditos pero se habla de 90 horas prácticas, que serían	Gestión productiva 1.1. ( 4 créditos ) Gestión productiva 1.2 ( 4 créditos)	No se expresa en créditos específicamente se habla de 30 semanas a lo largo de dos cuatrimestres	No se especifican puntualmente por lo que hemos argumentado anteriormente.

	aproximadamente ( cinco créditos )			
--	---------------------------------------	--	--	--

## Pasantías Nivel II:

Ciclo académico en el cual se plantea la ejecución del segundo nivel				
FACSO	UDA	UTPL	UNESCO	Libro blanco
Proyecto integrado II	Pasantías Profesionales II	A lo largo del primer año ( ciclo 3 y 4) Gestión productiva 2.1 Gestión productiva 2.2	A lo largo del cuarto año ( Ciclo 7 y 8)	No aplica
Descripción de las actividades prácticas programadas				
Vinculación con la comunidad de sectores periféricos Aplicación del periodismo como divulgativo ( prevención en salud)	Prácticas en varios medios de comunicación, agencias de publicidad o comunicación, empresas públicas y privadas que mantienen relación con la Universidad		Taller de prensa escrita diaria Taller de radio y televisión Taller de periodismo para revistas	No aplica
	Número de créditos asignados			
2 créditos	No se expresa específicamente en créditos pero	Gestión Productiva 2.1 ( 4 créditos)	No se expresa en créditos específicamente se habla de 30 semanas	No aplica

	se habla de 90 horas prácticas, que serían aproximadamente ( 5 créditos )	Gestión Productiva 2.2 ( 4 créditos)	a lo largo de dos cuatrimestres	
--	---	--------------------------------------	---------------------------------	--

### **Pasantías Nivel III:**

<b>Ciclo académico en el cual se plantea la ejecución del tercer nivel</b>				
<b>FACSO</b>	<b>UDA</b>	<b>UTPL</b>	<b>UNESCO</b>	<b>Libro Blanco</b>
Practica de Pre titulación Diseño del trabajo de grado ( AG)	Seminario de tesis	A lo largo del primer año ( ciclo 5 y 6) Gestión productiva 3.1 Gestión productiva 3.2	No cita ninguna actividad específica de práctica profesional Salvo la tesina de la licenciatura	
<b>Descripción de las actividades prácticas programadas</b>				
Análisis y consolidación del potencial proyecto de tesis	Orientaciones puntuales para ejecutar la tesis	Ejecuta junto con los docentes proyectos de investigación puntual ( tipo puzle)	No aplica	No aplica
<b>Número de créditos asignados</b>				
6 créditos	4 créditos	Gestión productiva 3.1 ( 5 créditos) Gestión productiva 3.2 ( 5 créditos )	No aplica	No aplica

## Pasantías Nivel IV:

Ciclo académico en el cual se plantea la ejecución del cuarto nivel				
FACSO	UDA	UTPL	UNESCO	Libro blanco
Ejecución del trabajo de grado	No tiene pasantías específicas Pero se plantea la realización de la tesis de grado	A lo largo del primer año ( ciclo 7 y 8) Gestión productiva 4.1 Gestión productiva 4.2	No cita ninguna actividad específica de práctica profesional Salvo la tesina de la licenciatura	No aplica
Descripción de las actividades prácticas programadas				
La realización de la tesis de grado, con tutorías programadas con el director de tesis una hora cada semana	Selección y delimitación del tema de tesis Trabajo de investigación de campo monitoreado	Selección y delimitación del tema de tesis Trabajo de investigación de campo monitoreado	No aplica	No aplica
Número de créditos asignados				
Seis créditos		Gestión Productiva 4.1 ( 12 créditos) Gestión Productiva 4.2 ( 12 créditos)	No aplica	No aplica

Aunque este eje pretende vincular la teoría con la práctica, el proceso no es del todo vinculante. Por ejemplo: Fernando López, decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central, considera que hay que trabajar aún en lograr una íntima relación de conocimientos teóricos con los saberes prácticos, por ello, el énfasis y el interés de la facultad de relacionarse con la comunidad y no tanto en los medios de comunicación donde existe una marcada precariedad laboral. Comenta además que existen un evidente

distanciamientos de los medios de comunicación en el país, porque la vinculación de estudiantes no se da en condiciones muy justas, argumenta.

Las pasantías en los medios de comunicación vinculan de manera precoz a los estudiantes en una práctica muy utilitaria, comenta.

## **6.2. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS COMPETENCIAS GENÉRICAS DE LAS TRES OFERTAS SELECCIONADAS Y LAS SUGERENCIAS DADAS POR LA UNESCO Y EL LIBRO BLANCO ANECA**

El análisis de las competencias dentro de las propuestas académicas relacionadas con los procesos de formación de Comunicadores Social/ Periodismo debe partir de la definición y delimitación el término competencia.

Una competencia dentro de los conceptos de propiedad intelectual, está encajada en el saber/ conocer, pero además implica el desarrollo de una serie de destrezas y habilidades, que potencian el desarrollo social y humano.

“ El concepto de competencia es diverso, según el ángulo del cual se mire o el énfasis que se otorgue a uno y otro elemento, pero el más generalizado y aceptado es el de “ saber hacer en un contexto específico”. El “ saber hacer”, lejos de entenderse como afectividad, compromiso, cooperación y cumplimiento, todo lo cual se expresa en el desempeño también de tipo teórico o teórico-práctico” ( POSADA, 2008)

Dentro de este proceso de estudio e investigación se establecen dos tipos y niveles de competencias, que además son de consenso a nivel de directivos y docentes de las facultades y escuelas participantes, que son:

- 1.- Competencias genéricas
- 2.- Competencias específicas

En el caso particular de las competencias genéricas, creemos puntual establecer un primer análisis comparativo entre la propuesta de la UNESCO y el libro blanco, como estándares de validez internacional y debidamente socializados, como un mecanismo para medir la pertinencia de las propuestas en estudio y su relación con el perfil profesional, desde una amplia visión generalista.

Luego de ello planteamos, una segunda instancia de investigación, un análisis comparativo de las competencias genéricas en relación a los tres grandes ejes de formación que planteamos en la malla curricular: formación básica, formación social/humanística y formación técnico profesional, de cada una de las tres ofertas formativas.

Y como tercer bloque proponemos, el análisis de las competencias específicas por materias, delimitando su nivel de influencia y la pertinencia de las mismas.

### 6.2.1. Análisis comparativo de las competencias genéricas en relación al perfil profesional

**Universidad Central del Ecuador , Universidad del Azuay,  
Universidad Técnica Particular de Loja,  
UNESCO y Libro Blanco de titulaciones**

EJES FORMATIVOS COMUNES	FACSO	UDA	UTPL	UNESCO	LIBRO BLANCO
<b>FORMACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES</b>	Diseña productos de comunicación social para los diferentes medios, con propuestas coherentes y motivadoras, que representan la realidad objetiva, sobre bases epistemológicas de las ciencias sociales, humanas y de la comunicación, con una amplia formación cultural-humanística, que demuestre conocimiento y respeto por los diversos actores sociales.	No se citan de manera específica	Capacidad de abstracción, análisis y síntesis Habilidad para trabajar en contexto internacionales  Conocimiento sobre el área de estudio y la profesión. Capacidad de investigación Capacidad crítica y autocrítica Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas	La capacidad de pensar de modo crítico, integrando destrezas de comprensión, análisis, síntesis y evaluación de material con el que no se ha tenido un contacto previo, y una comprensión básica del concepto de prueba y de los métodos de investigación	Conocimiento del estado del mundo y de su evolución histórica reciente sociedades europea, mediterránea, americana, africana y asiática
<b>VISIÓN PERIODÍSTICA Y MANEJO DE NUEVAS</b>	Genera y gestiona la información noticiosa contextualizada para valorar los diversos	Planificador de la comunicación, con formación	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Habilidad para buscar,	Conocimiento de la estructura de los medios de comunicación y de sus principales formatos	Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos,

TECNOLOGÍAS	<p>procesos de la vida social, la economía, la política y la cultura, con espíritu crítico y propositivo.</p> <p>Realiza las actividades periodísticas en los diversos escenarios, en condiciones adversas y de incertidumbre, con responsabilidad, ética constancia y creatividad.</p>	<p>ética y capacidad crítica.</p>	<p>procesar y analizar información procedente de diversas fuentes</p> <p>Capacidad para organizar y planificar el tiempo</p> <p>Capacidad y adaptación al cambio</p> <p>Capacidad para tomar decisiones</p> <p>Capacidad de trabajo en equipo</p> <p>Habilidad en el uso de las tecnologías Tics</p>	<p>La capacidad de redactar con claridad y coherencia valiéndose de procedimientos narrativos, descriptivos y analíticos.</p>	<p>Conocimiento y aplicación de las tecnologías y de los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información, así como para expresar y difundir reacciones o ficciones y en particular el diseño gráfico y la infografía.</p>
FORMACIÓN CULTURAL	<p>Valora y divulga el patrimonio artístico-cultural del Ecuador, potencia la interculturalidad nacional, y contribuye al desarrollo sostenible en sus distintos campos de actuación.</p> <p>Expresa empatía con los actores de la sociedad, y combina la seguridad en el actuar con relaciones solidarias y de respeto.</p>	<p>La solvencia académica será el fundamento de su realización personal y de un efectivo servicio a la comunidad.</p>	<p>Capacidad creativa y innovadora</p> <p>Habilidades interpersonales</p> <p>Responsabilidad social y compromiso ciudadano</p> <p>Compromiso con la preservación del medio ambiente</p> <p>Capacidad para conocer, valorar y fortalecer la identidad nacional</p> <p>Valoración y respeto por la diversidad multiculturalidad</p>	<p>El conocimiento de instituciones políticas, económicas, culturales, religiosas y sociales nacionales e internacionales.</p> <p>El conocimiento de asuntos y cuestiones de actualidad y unas nociones generales de historia y geografía</p>	<p>Conocimiento de otras extranjeras, de preferencia el inglés como forma de expresión profesional en los medios de comunicación.</p>

<p><b>HABILIDADES TÉCNICO PROFESIONALES</b></p>	<p>Diseña y gestiona productos y proyectos comunicacionales que apoyen los procesos de enseñanza-aprendizaje; así como de formación y promoción cultural.</p>	<p>Tendrá la capacidad de planificar, ejecutar y evaluar campañas publicitarias y sociales; diseñar estrategias publicitarias y dirigir la producción de materiales impresos, spots y jingles y estructurar programas de identidad corporativa.</p>	<p>Capacidad para motivar y conducir hacia metas comunes Habilidad para trabajar en forma autónoma Capacidad para formular, diseñar y gestionar proyectos Capacidad de aprender y aprender como política de formación continua</p>	<p>Conocimiento de las teorías sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa, a partir de la aplicación del pensamiento creador y mediante sus diversas manifestaciones y actividades. Conocimiento del impacto social de las tecnologías informativas y de la comunicación contemporánea, así como de las mediaciones del sistema comunicativo y del sistema social. Conocimiento de la estructura, funcionamiento y gestión de la empresa de comunicación. Conocimiento de los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses de todo tipo.</p>	<p>No se cita ninguna competencia específica para este campo pero todas las materias están planificadas con un eje práctico</p>
---	---	---	--	---	---

<p><b>FORMACIÓN HUMANÍSTICAS Y ÉTICAS</b></p>	<p>No se citan de manera específica</p>	<p>No se citan de manera específica</p>	<p>Vivencia de los valores universales del Humanismo Cristiano Compromiso Ético Compromiso con la calidad Capacidad de emprendimiento Motivación del logro</p>	<p>Conocimiento de la ética y deontología profesional del periodismo así como del ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador con arreglo al compromiso cívico derivado de la información como bien público.</p>	<p>No se cita ninguna competencia puntual dentro de este campo</p>
---	---	---	--	--	--

### 6.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LAS TRES OFERTAS SELECCIONADAS.

Las competencias específicas, como su propio nombre lo advierte son habilidades y destrezas puntuales que figuran dentro de la malla curricular, destinadas a formar y consolidar competencias y habilidades puntuales para el desarrollo profesional.

Su estudio y aprobación, ayudan a la consolidación del perfil profesional definitivo y en su conjunto marcaran el futuro profesional.

Las competencias por sus propias características se desarrollan de manera independiente en cada una de las materias, pero unidas buscan consolidan los saberes profesionales que requiere el ejercicio profesional.

Para lograr un análisis mucho más detallado mantenemos la división curricular de la malla propuesto al inicio de la investigación de campo, agrupando las materias en dos grandes grupos temáticos:

- a.- Materias de formación básica
- b.- Materias de formación social y humanística

#### 6.3.1. Análisis de las competencias específicas en las materias de formación básica de la FACSO

Materia de Formación Básica relacionadas con la Cultura Básica Facultad de Comunicación Social - Universidad Central del Ecuador					
Universidad	Eje curricular Formación básica	Materia	Ciclo	Créditos	Competencias específicas
FACSO		Realidad ecuatorial I y II	1/2	2	Realizar debates defendiendo posiciones y puntos de vista. Realizar presentaciones orales sobre los principales problemas económicos y políticos del país. Poseer una visión ampliada sobre la realidad social, política y económica de nuestro país.
		Historia de América Latina	2	4	Escritura de ensayos sobre los temas estudiados.

		Historia del Ecuador	3	4	Escribir ensayos referidos a la identidad nacional, regional y locales, a partir de las identidades con las que adscriben los estudiantes.
		Historia de la Civilización	1	6	Realizar resúmenes analíticos que vinculen los contenidos históricos estudiados. Análisis comparativo de los hechos actuales, para relacionar pasado y presente.
		Historia Mundial Contemporánea	5	4	Conocer las herramientas y mecanismos para la difusión al público de los conceptos e ideas, fundamentadas en principios históricos. Capacidad para relacionar la historia con los principales acontecimientos que marcan la coyuntura actual.
		Pensamiento Contemporáneo	9	4	Determinar y distinguir los principales hitos históricos de la humanidad. Elaborar ensayos sobre los contenidos de la asignatura. Desarrollar la capacidad de análisis de la coyuntura actual y su relación con la historia del país.
		Historia de la Comunicación Social	1	4	Análisis de los modelos de comunicación. Historia de las teorías y modelos Análisis de las diferentes corrientes del pensamiento en comunicación
		Filosofía I y II	2/3	4	Realizar ejercicios básicos de comunicación. Planificar entrevistas imaginarias a los pensadores estudiados. Realizar ensayos sobre uno de los paradigmas de la modernidad.
		Introducción al Pensamiento Económico	6	4	Conocimiento de la cultura liberal, neoliberalismo y pos neoliberalismo. Elaboración y presentación de productos de comunicativos sobre cada uno de los temas de la asignatura
		Análisis de Coyuntura	4	7	Identificar los movimientos y tendencias sociales. Capacidad para realizar todo tipo de análisis de coyuntura.
		Expresión Corporal	1	2	Interpretación con su cuerpo de una secuencias legible en mimo. Capacidad de interacción con el público.

Dentro de la malla curricular de la FACSO, existe una repetición de contenidos temáticos y por supuesto, y en este caso de competencias, lo que se provoca justamente, por el hecho que las materias estén organizadas y planificadas para dos ciclos académicos, como es el caso de Teoría social y política I, II y Realidad ecuatorial, ya comentadas.

La planificación curricular dentro de dicha facultad, no se estructura en competencias, sino por el contrario, está organizada en una estructura muy similar, pero que la llaman “ *Redes lógicas de los contenidos de estudio y productos de aprendizaje por asignatura y ejes del conocimiento*”.

Dentro de las materias de formación básica, agrupadas dentro el eje de cultura básica, encontramos las materias de Teoría social y Realidad ecuatorial, aunque ambas materias buscan la formación cultural y la visión política y cultural del país y de Latinoamérica, es evidente que, existe una repetición de contenidos, que bien podrían organizarse mejor en busca de competencias mucho más generales, pero profundamente conectadas con el futuro laboral.

Las dos materias tienen competencias similares también, justamente por la naturaleza de sus contenidos, que podrían resumirse, en el hecho de lograr el desarrollo del pensamiento crítico, por medio de la escritura, lo cual ayuda al desarrollo de la capacidad de redacción, indispensable dentro del ejercicio periodístico. Sin embargo, no se encuentra justificación alguna que para esta tarea se la haga dentro de cuatro materias, cuando bien podría ser tratada como un eje de carácter transversal, si lo que se busca es desarrollar las capacidades de redacción.

En relación a la formación dentro del ámbito de la historia, el panorama es un poco más complejo, existen seis materias dedicadas a la formación de este tópico, producto de la tradición universitaria, que rige en este centro de estudios, y la amplitud de materias que presenta la malla de manera puntual

Estas materias serían :

- a.- Historia de América Latina
- b.- Historia del Ecuador
- c.- Historia de las civilizaciones
- d.- Historia mundial contemporánea
- f.- Historia de la Comunicación Social
- g.- Pensamiento contemporáneo

En la revisión de competencias, dentro de la estructura que plantea la FACSO, y que fuera comentada, se evidencia que las materias relacionadas, con la historia, buscan una vez más, motivar la capacidad de escritura dentro de los estudiantes, logrando, entre otras cosas, que el estudiante pueda realizar una relación cronológica de la realidad ecuatoriana, con el contexto latinoamericano y su repercusión en lo internacional.

El desarrollo de esta competencia es un principio muy útil dentro del ejercicio profesional, sin embargo, es importante reflexionar sobre la información que presentan los planes de

estudios y la conexión que tienen unas materias con otra, lo cual optimizará el tiempo del estudiante, priorizando otras áreas fundamentales para su formación.

Las competencias que se plantean en la materia de Historia de la Comunicación Social tienen una estrecha relación con las competencias de Teoría de la Comunicación, sin embargo, se evidencia en la primera, una revisión de orden cronológico de evolución del pensamiento en comunicación.

Se estudia además la evolución y trayectoria de los medios en el Ecuador, todas estas tareas funcionan como un ejercicio previo a su vinculación laboral futura; dentro de los planes y las tareas planificadas, los medios de comunicación, son estudiados como empresas representantes del capitalismo vigente en el Ecuador.

Las competencias de las materias de Filosofía I y II se fundamentan sobre todo en los principios filósofos de la humanidad, es como tal una materia muy densa y poco práctica, sin embargo, vital para la formación integral. Se centra en el estudio y el debate de los paradigmas de la modernidad y son la base para una materia que consta también en el plan de estudios denominada: Análisis de Coyuntura.

En relación a la materia de Introducción al Pensamiento Económico y las competencias planteadas, se observa una tendencia a ver a la economía desde la posición y visión neoliberal, lo cual expresa una reducción del conocimiento, que podría ser una debilidad del programa.

El plan de estudios de dicha materia se centra en estudiar las visiones importantes pero no únicas como: la economía liberal del Adam Smith. John Stuart Miller, C. Marx entre otras. En el caso de las otras dos ofertas, UDA y UTPL; la economía tiene una visión empresarial, que estimula el emprendimiento, y la gestión empresarial dentro del marco de la responsabilidad social.

Este tipo de enfoques dentro de la planificación de las materias y las competencias logradas, expresa a su vez las diferencias que asoman dentro de las salidas profesionales. Es importante sin embargo, destacar que al final de la carrera se plantea la materia de periodismo económico, que requiere la base formativa planteada en la materia de Introducción al Pensamiento Económico.

Y por último, está la materia de Expresión Corporal, que busca el dominio de los escenarios y públicos diversos; es una competencia muy valorada sobre todo en los medios de comunicación, recordemos que un buen porcentaje de la producción audiovisual nacional está ampliamente relacionada con el entretenimiento.

**Materias de Formación básica relacionadas con el lenguaje**  
**Facultad de Comunicación Social**  
**Universidad Central del Ecuador**

FACSO	<b>Eje Lenguaje</b>	Estudio del lenguaje	1	8	<p>Debatir sobre la lectura de una obra literaria.</p> <p>Síntesis de la historia de la lingüística y de los fundamentos de las principales escuelas lingüísticas del siglo XX.</p>
		Gramática del español	2	6	<p>Desarrollar la capacidad de redacción y de texto periodísticos en particular y la capacidad para realizar análisis morfosintáctica de textos periodísticos.</p>
		Escritura creativa	7	4	<p>Dramatizar obras literarias y escritura de un cuento, de poesía o de la crónica.</p> <p>Desarrollar ejercicios prácticos que fomenten la escritura creativa.</p>
		Lingüística textual			<p>Realización de ensayos que incluyan textos narrativos, expositivos, descriptivos argumentativos y dialógicas.</p> <p>Corrección de la normativa en texto de medios impresos ( periódicos y revistas)</p>
		Semiótica	4	5	<p>Conocer los elementos para el estudio del discurso</p> <p>Determinar la correcta aplicación de sintaxis y la semántica</p> <p>Introducción al análisis del discursos y la proyección social del mismo</p>
		Segundo Idioma I, II, III, IV y V	2,3,4,5	4 c/u	<p>Interactuar a través de la recepción de formación de otras culturas, sociedad y condiciones de vida en los tres tiempos simples, presente, pasado y futuro a nivel reproductivo con autonomía, eficacia y tolerancia.</p> <p>Interactuar empleando el inglés para la expresión oral y por escrito de sus pensamientos y opiniones, con honestidad respeto y tolerancia.</p>

Dentro del bloque de las materias de formación básica relacionadas con el lenguaje diremos lo siguiente, existen cinco materias que se dictan netamente en español, que se unen a cinco materias más denominadas “segundo idioma”, el inglés es el idioma que mayoritariamente seleccionan los estudiantes, en el caso de la Universidad Central.

Todas las materias de lenguaje tienen una estrecha relación con la literatura, como área de conocimiento muy frecuente dentro de los planes de estudio; las materias parten del estudio morfológico y sintáctico del lenguaje, para luego lograr su correcta aplicación dentro del campo periodístico.

Están programadas de manera progresiva y de acuerdo a su dificultad, se destaca de manera particular la materia de escritura creativa que busca desarrollar procesos de escritura libre.

La planificación induce a la creación de una serie de piezas marcadas por la ficción, en las cuales los estudiantes desarrollan su imaginación pero también aprenden el valor de elementos primordiales en periodismo como: la exactitud, la descripción y la narración entre otras.

Recordemos que pese a la evolución del periodismo, el uso de las herramientas tradicionales como la escritura se mantiene aun intactas, con lo cual justifica ampliamente que dentro de la malla curricular existan cinco materias relacionadas con lenguaje .

Sin embargo, y pese a la planificación y enfoque de estas materias su objetivo es lograr el dominio del lenguaje y de la escritura, estas facultades aún son una debilidad formativa, según lo expresado por la empresa periodística y los periodistas en ejercicio.

<p style="text-align: center;"><b>Materia de Formación Básica relacionadas con la investigación científica</b>  <b>Facultad de Comunicación Social</b>  <b>Universidad Central del Ecuador</b></p>					
FACSO	Eje Investigación Científica	Técnicas del trabajo intelectual	1	4	Presentar maneras creativas que demuestren las capacidades adquiridas para el manejo polémico y la argumentación lógica, con un mínimo rigor intelectual.

		Investigación científica	1	4	Fundamentar y jerarquizar los procesos de investigación científica. Analizar, evaluar y diferenciar el fenómeno del conocimiento y su posición sobre la realidad
		Investigación social	4	4	Aplicar, métodos y técnicas de la ciencias sociales Orientar las motivaciones profesionales de los estudiantes en función de las necesidades de la comunidad.

Como lo hemos sostenido a lo largo de esta investigación, la Universidad Central al igual que el resto de las universidades en el país, no tienen una tradición investigativa, por el contrario, se están haciendo los ajustes del caso para que la universidad deje de ser meramente docente. Estos cambios han sido provocados por el mandato 14 y las modificaciones expresadas en la Ley de Educación Superior.

Existen tres materias relacionadas con la investigación científica, organizadas de manera progresiva, al inicio de su carrera, el estudiante en el primer nivel, debe cursar la materia de Técnicas del Trabajo Intelectual.

En esta materia se refuerzan estrategias para el lectura, comprensión y análisis de textos y contextos en general, funciona como una materia que prepara al estudiante para el mundo universitario, en particular. Se estudian los principios básicos de metodología, hipótesis, y otros planteamientos básicos de la investigación.

A la par cursan la materia de investigación científica que pretende inducir al estudiante en procesos de investigación de carácter empírico, simulando datos y situaciones reales, partiendo, por supuesto siempre, del conocimiento previo de la realidad. Y concluye con la materia de investigación social donde el estudiante plantea un proyecto puntual, relacionado con su comunidad y con la comunicación, que a su vez es una oportunidad para ir perfilando su futuro profesional.

La materia en cuanto a su planificación académica parte de la selección específica de un tema y el trabajo en grupo, que a su vez le permite aplicar métodos y técnicas de las ciencias sociales, tomando como referencia los conocimientos de las otras materias antes mencionadas.

### 6.3.2. Análisis de las competencias específicas en las materias de formación básica de la UDA

<b>Materia de Formación básica relacionadas con la cultura básica Escuela de Comunicación Social Universidad del Azuay</b>					
<b>Universidad</b>	<b>Eje curricular Formación básica</b>	<b>Materia</b>	<b>Ciclo</b>	<b>Créditos</b>	<b>Competencias específicas</b>
<b>UDA</b>	<b>Eje Cultura Básica</b>	Pensamiento Contemporáneo	1	4	Dar una idea más clara sobre corrientes contemporáneas de pensamiento y estimular la curiosidad e interés de los estudiantes hacia distintas áreas del pensamiento.
		Problemas Contemporáneos	1	4	Comprender la problemática mundial, sus orígenes, sus protagonistas y como esta realidad nos afecta.
		Corrientes Artísticas Contemporáneas	2	4	Ubicar e interpreten adecuadamente las obras artísticas estudiadas y utilizar herramientas útiles para que procedan de igual manera con otras obras de los periodos tratados.
		Antropología cultural	2	1	Enfrentar a conglomerados humanos distintos a quienes debe entender de la mejor manera posible para cumplir con los fines de su actividad.
		Creatividad	1	1	Desarrollar en los estudiantes las habilidades que requieren para manejar adecuadamente sus procesos creativos y estrategias y procesos propios de creatividad. Analizar piezas creativas de varios tipos y tendencias.
		Emprendimiento	7	5	Tener claro el proceso necesario para sacar adelante un proyecto de emprendimiento en el área de la comunicación.

Antes de iniciar con el análisis de las competencias académicas planteadas por la Universidad del Azuay, debemos comentar que no se trabaja por competencias se trabaja en objetivos formativos, y la malla curricular está organizada con una serie de prerrequisitos.

Las materias de formación básica relacionadas con el eje de cultura básica, propuesta por la Universidad del Azuay, son seis en total. Las cuatro primeras tienen relación la una con la otra, y están unidas básicamente por el estudio de las diversas manifestaciones contemporáneas, en particular.

Estas materias serían: Pensamiento Contemporáneo, que se ubica en el primer ciclo de la carrera, que tiene como competencia académica, el estudio de la evolución historia del ser humano, comparte competencias y campos formativos con la materia de Problemas contemporáneos, en la cual se estudia, de manera particular, la incidencia y el aporte al desarrollo de la humanidad del pensamiento humano. Ambas materias se ubican en el primer nivel y son de carácter inductivo.

Existe un riesgo evidente de la duplicación de contenidos, entre las materias: Pensamiento contemporáneo, problemas contemporáneos y corrientes artísticas contemporáneas, sin embargo, la directora de escuela, manifiesta que una de las intenciones formativas de la universidad en general es la formación de un pensamiento crítico e histórico, por ello, la ubicación que tienen dentro de la malla curricular. Recordemos, además, que esta oferta académica está anexa a la escuela de filosofía, desde su creación.

Por otro lado, la materia de Corrientes Artísticas Contemporáneas se justifica por el enorme y activo movimiento cultural que tiene la ciudad, hay un espacio vacío para la crítica cultural, por ello y pensando en la vinculación laboral de los estudiantes hemos incluido esta materia. La materia busca la formación cultural y el criterio estético del estudiante, partiendo del estudio y observación de las diferentes tendencias del arte.

Como dos materias independientes del grupo antes comentado están las materias de Creatividad, que trabajan mucho por un lado con las habilidades interpersonales de los estudiantes, y su capacidad de trabajo en grupo, pero a su vez va induciendo en técnicas de creatividad necesarias para la formación de su perfil profesional, que en este caso se centra de manera particular en la publicidad, que más tarde les permite vincularse en manera independiente al ámbito laboral.

La materia de Emprendimiento tiene dentro de los objetivos de aprendizaje, que hemos ido traduciendo a competencias académicas, para efectos de este análisis, un enfoque de orden administrativo, trabaja con simulaciones puntuales de campañas de publicidad, introducción de productos en el mercado y campañas puntuales de comunicación, bajo una normativa más lúdica y libre, que permite a la estudiantes expresar su imaginación y creatividad.

<b>Materia de Formación básica relacionadas con el lenguaje</b> <b>Escuela de Comunicación Social</b> <b>Universidad del Azuay</b>					
UDA	Eje lenguaje	Lenguaje I	1	5	Conocer los conceptos básicos de la lengua y el uso de sus herramientas. Principios fundamentales de redacción, ortografía y sintaxis.
		Lenguaje II	2	5	Reconocer el uso correcto del lenguaje Aplicación de las principales normas del lenguaje y su uso particular en los diferentes medios de comunicación.
		Expresión oral	1	2	Determinar e identificar estrategias para una correcta comunicación oral. Conocimientos de las diversas técnicas discursivas.
		Inglés I, II, III, IV y V	(2/5)	4	Conjugaciones verbales simples y compuestas Frases de uso común y diario Expresión fluida del inglés

Las materias de formación básica, relacionadas con el lenguaje dentro de la malla curricular de la universidad cuencana son tres, a las cuales se suma los cinco niveles de inglés.

Las materias de Lenguaje I y II están planificadas de manera progresiva y tienen como objetivo/ competencia final la aplicación fluida y correcta del lenguaje; su enfoque es muy práctico, pero también profundiza en normas gramaticales y de ortografía, tratando de llenar el vacío formativo con el cual ingresan los bachilleres.

La tercera materia es la expresión oral; tiene como competencia específica desarrollar la capacidad discursiva de los estudiantes; se realizan simulaciones de transmisiones en vivo, y otros ejercicios de comunicación oral, como un proceso de acercamiento de los estudiantes a las diferentes prácticas discursivas. Combina de manera muy armónica la práctica con la teoría.

Y por último, se ubican las materias de inglés; este segundo idioma representa una

habilidad común en los estudiantes; se ha logrado una conciencia plena de su importancia, no representa dentro del curso de la carrera una mayor dificultad. Su competencia final es el dominio fluido del idioma inglés.

Los resultados de la pruebas de solvencia del idioma son muy positivos, a diferencia de lo evidenciado en la Universidad Central y en la UTPL. El dominio del idioma inglés no representa un problema para los estudiantes.

<b>Materia de Formación básica relacionadas con Investigación Científica</b> <b>Escuela de Comunicación Social</b> <b>Universidad del Azuay</b>					
<b>UDA</b>	<b>EJE: Investigación Científica</b>	Estadística	2	6	Familiarizarse con el uso de SPSS y EXCEL (o programas similares que sirvan para fines similares y que se utilicen en el mercado laboral) y utilizar bases estadísticas para el análisis de la información en investigación.
		Investigación y proyectos	7	3	Lograr un entendimiento cabal de lo que es un proyecto, sus elementos, su organización y régimen operacional. Aplicación práctica de conceptos relacionados con la gestión administrativa.
		Metodología de investigación (cualitativa)	2	5	Comprender las diversas formas de investigación cualitativa. Usar las aplicaciones de los conocimientos y herramientas de manera incorporada.
		Metodología de la investigación (cuantitativa)	3	5	Proporcionar a los alumnos herramientas prácticas, que les permitan obtener información del entorno. Mejorar la capacidad de análisis de los estudiantes, trabajando la figura de estudio de caso.
		Métodos de investigación III (Análisis de audiencias)	4	5	Proporcionar a los estudiantes las herramientas y conocimientos para la realización de los distintos tipos de análisis de contenidos y de audiencias de los medios de comunicación.

Por el enfoque técnico centrado en la publicidad, que tiene esta oferta académica, a diferencia de las otras propuestas en estudio, las áreas relacionadas con la metodología de la investigación se encuentran divididas, en campos puntuales.

En primera instancia, en el segundo nivel, el estudiante cursa la materia de Estadística, donde hace un acercamiento a todos los conceptos básicos de variables, muestras, tipos de mercados y otros, que son la base fundamental para las tres materias de metodología de la investigación que vendrán luego.

Para la universidad cuencana, la metodología de la investigación debe aprenderse, siguiendo la siguiente secuencia, primero la investigación de orden cualitativo, en relación a las cualidades de un producto o mercado específico, y como tal se trabaja con simulación de casos.

En segundo lugar, y dentro de este mismo campo, está la investigación cuantitativa, con la incidencia numérica que el tema tiene, y concluye con el estudio y análisis de las audiencias, proyecto en el cual los estudiantes hacen una aplicación práctica y real de todo lo aprendido, que más tarde les servirá para su desempeño profesional.

### 6.3.3. Análisis de las competencias específicas en las materias de formación básica de la UTPL

Materia de formación básica relacionadas con la cultura básica Escuela de Comunicación Social Universidad Técnica Particular de Loja					
Universidad	Eje curricular	Materia	Ciclo	Créditos	Competencias específicas
UTPL	Eje: Cultura básica	Realidad Nacional	2	4	Conocer las características sociopolíticas e institucionales del Ecuador históricas y actuales. Analizar las diferentes coyunturas políticas del régimen democrático en el Ecuador.
		Computación	1	4	Disponer de fundamentos matemáticos, económicos, estadísticos y financieros necesarios para interpretar, seleccionar, valorar el uso y desarrollo tecnológico y sus aplicaciones. Dominio de las nuevas tecnologías y de las diferentes redes sociales
		Liderazgo y Desarrollo	6	4	Identificar las características y perfil de un líder Estudiar el perfil e influencia de los principales líderes del mundo
		Sociología	3	4	Facilitar la comprensión de cada uno de los acontecimientos o fenómenos que constantemente forman parte del colectivo y como estos se presentan en los medios de comunicación.
		Pensamiento Sociopolítico	7	5	Demostrar conciencia crítica en el análisis del ordenamiento social, estatal, cultural y jurídico.
		Desarrollo espiritual I	1	4	Capacidad para actuar en nuevas situaciones diarias que se presentan y las habilidades interpersonales. Formación del espíritu ético y moral de los estudiantes en general.
		Desarrollo espiritual II	4	4	Actitud ética desde el sentido del ser humano, la capacidad de relaciones intra personales y trabajo en equipo.

		Desarrollo espiritual III	5	4	Valorar el aporte cultural-social de la Iglesia a lo largo de la historia y mayor conocimiento de la religión católica.
--	--	---------------------------	---	---	---

Las materias de formación básica relacionadas con el eje de cultura básica, dentro de la universidad lojana, son de origen diverso la mayor concentración está en las tres materias de Desarrollo Espiritual I, II y III, que dentro de la malla se dedican de manera particular, a la formación moral y espiritual de los estudiantes dentro el ámbito del Humanismo Cristiano, por la vocación católica de la misma universidad.

En este mismo espíritu humanístico está la materia de Liderazgo y Desarrollo, que busca lograr habilidades para el trabajo en equipo, que es además uno de los valores universitarios de la UTPL y el respeto del ser humano dentro de una dimensión cristiana. No existen dentro de las otras mallas en estudios materias con competencias y/o contenidos similares.

La materia de Realidad Nacional pretende dotar al estudiante de una visión integral sobre la realidad social, cultural, política y económica del país, tomando incluso conceptos básicos relacionados con la historia y geografía del país, que normalmente son parte del sistema educativo escolar. Se fundamenta en el análisis de la coyuntura social y el conocimiento de las particularidades naturales de cada una de las provincias del Ecuador.

La materia de Computación es una de las de menor valía, dentro del ámbito de formación básica, puesto que los estudiantes ingresan a la carrera con una serie de competencias y habilidades especiales para el manejo de las nuevas tecnologías, por lo cual es muy común que se presenten a una prueba de suficiencia, dejando cupos libres siempre.

El director de escuela Abel Swing, dice que las realidades de los bachilleres son muy diversas y complejas, y la materia existe sobre todo por los bachilleres que provienen de la provincia de Loja, donde el acceso a tecnología es muy escaso y en algunos casos nulo.

En cuanto a la materia de Sociología, es de estructura y enfoque básico, se fundamenta en los principios de A. Giddens, estudia de manera particular la estructura y evolución de la sociedad, su objetivo es el conocimiento profundo de la sociedad en todas sus dimensiones como un saber fundamental para el ejercicio periodístico.

La materia de Pensamiento Sociopolítico tiene un enfoque enmarcado dentro del ámbito jurídico social de las ciencias sociales; estudia como tal el ordenamiento jurídico de la sociedad en general y la evolución de la misma. Los contenidos tienen algunos puntos coincidencias con la materia de sociología.

<b>Materia de Formación básica relacionadas con el lenguaje</b> <b>Escuela de Comunicación Social</b> <b>Universidad Técnica Particular de Loja</b>					
<b>UTPL</b>	<b>Eje Lenguaje</b>	Estilo y Redacción	3	4	Desarrollar un estilo de redacción personal que diferencie y distinga una forma de escribir de otra.
		Expresión Oral y escrita	2	4	Identificar las normas que rigen la ortografía de la lengua española. Aplicación fluida y adecuada del lenguaje en ocasiones diversas.
		Lingüística	2	5	Aplicar destrezas cognitivas para la redacción, investigación periodística y periodismo digital.
		Literatura	1	5	Fundamentar el carácter científico de la literatura y el lugar de este objeto de estudio en el campo de las ciencias. Análisis del aporte de la literatura al mundo periodístico en general.
		Inglés I, II, III y IV			Capacidad para hablar en un segundo idioma

Hay una evidente relación y coincidencia de contenidos temáticos entre las materias de Estilo y Redacción y Expresión oral y escrita, ambas tienen como objetivo el dominio del lenguaje y la escritura, como las herramientas indispensables para el ejercicio profesional.

La materia de Estilo y Redacción tiene un enfoque ampliamente genérico, reflexiona sobre las normas gramaticales y de sintaxis, mientras que la materia de Expresión oral, parte de ejemplos puntuales desde los medios de comunicación y las diferentes errores que se producen normalmente dentro del habla.

La materia de lingüística tiene un nivel superior, y profundiza en el estudio de más sintaxis, la semántica y la morfología de las palabras en general; busca que el estudiante entienda y dimensione la fuerza y significación de un discurso en particular.

Dentro de las materias del primer ciclo está la materia de literatura cuyo enfoque es amplio, va desde la literatura universal hasta la latinoamericana, la intención es que los estudiantes puedan descubrir las diferentes normas y discursos narrativos que existen dentro de este ámbito. En la materia los estudiantes tienen la oportunidad, además de leer algunos clásicos de la literatura ecuatoriana y lojana en particular, ampliando su nivel cultural.

Es común que las materias de Lingüística y Literatura estén bajo la responsabilidad del Dr. Fausto Aguirre, miembro de Número de la Academia Ecuatoriana de la Lengua, su evaluación docente es muy satisfactoria.

Dentro de la malla curricular, se establecen cuatro niveles de inglés, cuya exigencia académica es un problema de fondo para egresar de la carrera; existen varios casos de estudiantes que han concluido con éxito el resto de la malla curricular, pero no pueden obtener su título por no poder comprobar su solvencia en el uso del inglés.

Las tutorías previstas para las materias de inglés son mayoritariamente virtuales, lo cual representa una dificultad para los estudiantes, esto según lo evidenciado en el informe de evaluación presentado por el CLAEP.

<b>Materia de Formación básica relacionadas con la investigación científica</b> <b>Escuela de Comunicación Social</b> <b>Universidad Técnica Particular de Loja</b>					
UTPL	<b>Eje investigación científica</b>	Estadística	7	4	Representar, analizar e interpretar datos en cuadros estadísticos, aplicando y calculando las diferentes medidas en el proceso de una investigación.
		Investigación y proyectos ( complementarias)	7	4	Identificar el proceso de las etapas que tiene un proyecto reconociendo la empresa como marco donde se ejecutan los proyectos. Aplicación efectiva de las estrategias de gestión para la ejecución de un proyecto real.

Dentro de la malla curricular en vigencia en la UTPL, existen únicamente dos materias relacionadas con la investigación científica; la primera es la materia de estadística que tiene un enfoque genérico, se fundamenta en herramientas básicas de estadística y cálculos básicos.

La segunda materia de investigación y proyectos, la UTPL trabaja con un modelo de créditos ECTC; dentro de la malla curricular existen una amplia oferta de materias cuyo objetivo es complementar la formación del estudiante y permitir a su vez que vayan constituyendo su propio perfil formativo, por lo tanto, se deja en libertad al estudiante la posibilidad de tomar esta materia.

### 6.3.4 Análisis de las competencias específicas en las materias de formación social y humanística de la Universidad Central del Ecuador

Materias de Social/ humanística relacionadas con el eje de Comunicación Social Facultad de Comunicación Social Universidad Central del Ecuador					
Universidad	Eje curricular Formación Social / Humanística	Materia	Ciclo	Créditos	Competencias específicas
	<b>Eje: Comunicación Social</b>	Teoría de la Comunicación I	2	3	Interpretar los principales paradigmas teóricos de la comunidad. Sobre lo que pasa en Latinoamérica y en Ecuador en cuanto a las practicas comunicativas.
		Teoría de la Comunicación II	3	4	Análisis de las principales teorías y modelos de la comunicación. Estudios de las principales escuelas y tendencias de la comunicación en general.
		Teoría de la Comunicación III	3	4	Aplicación de las teorías y modelos de la comunicación Análisis de la relación comunicación y sociedad.
		Comunicación publicitaria I	5	4	Lograr que el estudiante sea capaz de desarrollar proyectos publicitarios o que sepa entender lo que es la publicidad y lo que significa.
		Comunicación publicitaria II	6	4	Desarrollar campañas publicitarias para productos reales mediante la aplicación de conceptos creativos originales y persuasivos.
		Comunicación Impresos I	5	3	Resolver problemas de planificación, ejecución y evaluación de productos impresos.
		Comunicación Impresos II	6	4	Utilizar estratégicamente los lenguajes de comunicación visual imprenta, ejecutando productos integradores que refuercen sus destrezas y competencias en materia de comunicación visual impresa.

<b>Eje: Comunicación Social</b>	Comunicación Auditiva I y II	4/7	6	Principios fundamentales sobre la locución Producción de productos radiales de todo tipo.
	Comunicación Audiovisual I y II	6/7	4	Fundamentos generales de la realización y producción audiovisual. Conocimientos de los fundamentos teóricos de la puesta en escena de productos diversos.
	Comunicación Institucional	5	3	Manejar los conceptos y habilidades básicas de comunicación para empresas e instituciones, aplicando los conocimientos adquiridos en un análisis teórico-práctico.
	Deontología y Legislación de la Comunicación	3	4	Familiarizarse con conceptos básicos de Ética Periodística y Derecho. Conocimiento y aplicación del marco jurídico del Ecuador.
	Psicología de la Comunicación	5	3	Analizar e interpretar de manera crítica los principios teóricos de las diversas teorías y escuela del comportamiento con la realidad comunicacional existente en el medio inmediato.
	Teoría de la Imagen	5	4	Identificación de los principales planos y encuadres audiovisuales. Aplicación de los principios básicos de producción y post producción.

Como lo hemos venido evidenciando a lo largo de este análisis, es común que dentro de la planificación académica de la Universidad Central del Ecuador, existan materias organizadas en dos y hasta tres niveles. Dentro del grupo de las materias de formación social humanística, relacionadas con el eje de comunicación social encontramos las siguientes materias:

- a.- Teoría de la Comunicación I, II y III
- b.- Comunicación Publicitaria I, II y III
- c.- Comunicación e Impresos I y II
- d.- Comunicación Auditiva I y II
- c.- Comunicación Audiovisual I y II

Iniciamos nuestro análisis con la materia de Teoría de la comunicación I, esta materia tiene, en primera instancia, un enfoque que parte del estudio de los paradigmas teóricos de la comunicación, relacionándolos con el entorno local y latinoamericano.

Se ubica en el segundo ciclo e introduce al estudiante en conceptos básicos que le permitirán entender las teorías y modelos de comunicación, que se estudian de manera particular en la materia de Teoría de la comunicación II.

La materia de Teoría de la Comunicación III se dedica a la aplicación de las teorías y modelos de comunicación, y la relación que estos modelos tienen con la sociedad actual y el ejercicio del periodismo en líneas generales. En el caso de estas tres materias, la dificultad y profundidad del conocimiento es progresiva.

Las materias de Comunicación Publicitaria I y II, se centran, de manera particular, en el desarrollo de proyectos puntuales y reales; parten del estudio teórico de conceptos relacionados con la publicidad, sus tendencias y aplicaciones a nivel general, mientras que en la materia de Comunicación Publicitaria II, tiene como objetivo desarrollar un producto o proyecto específico aplicando conceptos de publicidad, como son el impacto visual, la creatividad, la persuasión, el lenguaje icónico, entre otros.

Las materias de Comunicación Impresos I y II, ambas materias tienen como objetivo el estudio y el manejo del lenguaje dentro de los diferentes elementos que contiene un producto impreso, pero además los alumnos aprenden los mecanismos para la planificación y ejecución de productos impresos.

No hay dificultad mayor en los objetivos/ competencias que plantea esta materia, sin embargo, no se considera un componente importante del proceso de formación, que se fundamenta básicamente en la migración de productos impresos a versiones digitales; esto como parte de un mecanismo común dentro de la empresa periodística en el Ecuador y en Latinoamérica. Pero es un lugar a dudas una materia técnica.

Las materias de Comunicación Auditiva I y II están estrechamente asociadas con contenidos para trabajar en radio y en locución radial, buscan lograr el dominio de las competencias discursivas y creativas dentro del lenguaje, por lo cual su planificación es bastante práctica.

Y por último, y dentro del grupo de materias organizadas en dos y tres niveles está la materia de Comunicación Audiovisual I y II, que tiene relación con el mundo de la producción audiovisual y la televisión en general. Su competencia es lograr el contacto del estudiante con los procesos de producción, realización y postproducción de productos audiovisuales.

Lo interesante de este proceso de trabajo, con proyectos reales, es que permite a los estudiantes la asignación de roles, de acuerdo a sus propias habilidades e intereses, sin embargo, como lo hemos comentando ampliamente, existe el riesgo de hacer muchos acercamientos a la práctica de la profesión, sobrevalorando los soportes teóricos, y caer en una especialización prematura.

La materia de Comunicación Institucional, dentro de la malla de la FASCO, confirma la estructura polivalente del perfil académico de dicha universidad, que busca dotar al estudiante de una diversidad de enfoques y de conocimiento, como mecanismo de ayuda

para perfilar su futura especialización.

La materia tiene contenidos relacionados con el mundo de las relaciones públicas y logra un acercamiento a las diversas estrategias para el manejo de la comunicación y de la imagen de las empresas.

La materia de Deontología y Legislación de la Comunicación busca el logro de competencias relacionadas con el ámbito normativo y jurídico de la profesión. Parte del estudio de la normativa jurídica vigente en el país, así como la responsabilidad legal y ética del oficio de informar, mediante el estudio de casos.

A diferencia de las otras dos ofertas académicas en estudio, la central incluye dentro de la materias de legislación, la deontología periodística, lo que permite que el estudiante tenga un contacto real y práctico con las funciones reguladoras del Estado y la Constitución del país.

Una de las competencias específicas que se logra es la diferenciación entre el derecho y la moral, principios fundamentales para generar en el estudiante una conciencia plena de su oficio y futuro profesional.

Psicología de la Comunicación, tiene un alto componente de psicología, sobre todo en cuanto estudia el comportamiento humano y la relación que estas acciones tiene en la comunicación y el ejercicio de los medios de comunicación social.

Teoría de la imagen es una materia que comparte contenidos y competencias con las materias de comunicación audiovisual, lo que podría provocar incluso una repetición poco útil de contenidos.

De acuerdo a la planificación en esta materia los estudiantes podrán conocer todos los principios teóricos en relación al manejo de la imagen, la estética e iluminación, los mismos que serán puestos en práctica en la materia de Comunicación Audiovisual.

Materias de Social/ humanística relacionadas con el eje de Periodismo y medios Facultad de Comunicación Social - Universidad Central del Ecuador					
Eje : Periodismo y Medios	Semiótica	1	3	Reflexionar sobre los signos y el funcionamiento de los hechos de la vida como fenómenos simbólicos en general. Reflexionar sobre los modos de construir y transmitir los sentidos.	
	Periodismo I y II	4/5	4	Análisis de los fundamentos y teorías periodística en general Conocimiento de la evolución del periodismo y las principales tendencias en la actualidad.	

		Periodismo Político	8	4	Análisis de conceptos sobre movimientos y participación política en general en Latinoamérica. La relación que existe en el país entre el ejercicio periodísticos y la política partidista del país. Diferencias y estrategias para el tratamiento de la información pública.
		Investigación Periodística	8	4	Conocimiento y aplicación de las técnicas de investigación en defensa de la transparencia democrática. Aplicación de las diferentes técnicas para análisis de datos y presentación de resultados. Análisis de las leyes de acceso a la información pública del país y su aplicación actual.
		Periodismo Económico	8	4	Análisis de las principales políticas macro y micro económicas de la región. Conocimiento y aplicación de los principales indicadores económicos como PIB, IDH inflación, y otros.
		Comunicación Multimedia	8	4	Análisis de las principales tendencias del periodismo en red. Uso y aplicación práctica de las nuevas tecnologías en fomento del periodismo digital.
		Gerencia de Medios de comunicación	8	5	Demostrar cualidades de liderazgo en la conducción de grupos humanos y dirigir procesos administrativos, diseñando y terenciano campañas comunicacionales de orientación y capacitación.
		Periodismo Deportivo	9	4	Conocimiento de las técnicas de narración para eventos deportivos. Principales técnicas de locución para eventos deportivos y del lenguaje periodístico usado en este tipo de eventos.
		Periodismo Social	9	4	Conocimiento de la función social del periodismo. Análisis de periodismo como agente cultural y social.
		Periodismo cultural	9	4	Conocimientos de los principales movimientos culturales del país y su aporte a la educación del país. Desarrollar técnicas para la difusión efectiva de las manifestaciones y eventos culturales en general.
		Periodismo científico	9	4	Conocimiento y aplicación de las diferentes técnicas de divulgación de la ciencia. Análisis de la relación ciencia, tecnología y sociedad y los mecanismos efectivos para lograr la divulgación de sus avances.
		Seminarios temáticos o de autor	2	2	Sensibilizar a los estudiantes para el desarrollo de una cultura de la paz en el marco de la participación en la comunidad internacional u en la integración andina y latinoamericana

El eje de periodismo y medios dentro de la Universidad Central del Ecuador es el más

diverso y amplio de toda la malla; iniciamos con las materias de los primeros niveles de la Carrera. Periodismo I y II son materias de orden muy genérico y teórico a la vez.

Se centran en el estudio de los fundamentos y las teorías del periodismo, así como en la descripción general del periodismo, su evolución y tendencias, topando de manera muy rápida ámbitos relacionadas con el periodismo digital.

Luego vendría una especie de paquete de especialidades y enfoques periodísticos, producto de las diferentes tendencias y orientaciones que existen dentro del mundo del ejercicio periodístico. Dentro de este paquete estaría: Periodismo Político, Periodismo Económico, Periodismo Deportivo, Periodismo Social, Periodismo Cultural y Periodismo Científico.

El sub decano de la Facultad, Alberto Pereira Valarezo, dice que a lo interno de la facultad se ha discutido mucho esta estructura; sin embargo, en consenso, han considerado prudente un acercamiento prematuro a las tendencias del periodismo, para que puedan inmediatamente seleccionar una especialización, mejorando así su cualificación profesional. Por ello estas materias se ubican dentro del octavo y noveno nivel, es decir la final de la carrera universitaria.

Dentro de esta misma línea estaría la materia de Investigación periodística, cuyo enfoque es bastante práctico y busca como competencia final que el estudiante haga conciencia que su ejercicio profesional, que siempre debe estar orientado en la defensa de la transparencia democrática.

La materia de Comunicación y Multimedia es relativamente nueva dentro de la malla curricular, pretenden que el alumno haga un contacto real y crítico a las diferentes tendencias del periodismo que circulan por la red, a su vez prepararlo para que pueda trabajar en entornos virtuales.

Esta materia tiene relación con el desempeño profesional, según lo que hemos evidenciado a lo largo del marco teórico, existe por parte de la empresa periodística del Ecuador, una amplia demanda en este sentido.

Cerramos este bloque con la materia de Gerencia de Medios de Comunicación, que se centra de manera particular en conceptos de orden administrativo, en relación al manejo de los medios de comunicación. Se establecen además dentro del pensum visitas puntuales a medios y proyectos de éxito en el ámbito de la comunicación social.

### 6.3.5. Análisis de las competencias específicas en las materias de formación social y humanística de la Universidad del Azuay

Materias de Social/ humanística relacionadas con el eje de Comunicación Social Escuela de Comunicación Social - Universidad del Azuay					
Universidad	Eje curricular Formación Social Humanística	Materia	Ciclo	Créditos	Competencias específicas
	<b>Eje: Comunicación Social</b>	Introducción a las teorías de la comunicación	1	5	Comprender y analizar de mejor manera el fenómeno comunicacional.
		Presentaciones digitales	1	1	Utilizar el programa Power Point y/u otros para fines similares como complemento para realizar presentaciones digitales.
		Ética de la Comunicación	3	3	Estudiar a profundidad la ética profesional del comunicador y explorar la libertad de expresión.
		Legislación de la comunicación	3	2	Estudiar a profundidad la comunicación en la constitución y conocer el marco jurídico que regla los derechos y deberes del futuro comunicador
		Comportamiento del consumidor	3	5	Comprender mejor el proceso de toma de decisiones del consumidor y los factores del individuo y del entorno que influyen en el mismo, incluyendo la motivación, la formación y cambio de actitudes, la percepción humana y las influencias culturales, familiares y de grupos de referencia.
		Publicidad I, II	3	5	Proporcionar al estudiante los conocimientos para planificar, concebir y ejecutar campañas publicitarias de toda índole y entender los diferentes elementos que forman parte del proceso publicitario.
		Publicidad II	4	5	Analizar tanto la parte creativa cuanto la parte conceptual de las publicidades actuales y conocer los principales medios publicitarios, sus alcances y limitaciones.

		Herramientas gráficas	4	3	Dar a conocer las herramientas básicas y de menús.
		Redacción publicitaria	4	3	Aprender y practicar técnicas de redacción publicitaria.
		Diseño Gráfico	5	4	Proporcionar conceptos básicos de diseño gráfico y de las herramientas más usadas por diseñadores gráficos.
	<b>Eje: Comunicación Social</b>	Publicidad radial	5	5	Producir mensajes radiales que cumplan con los lineamientos y objetivos del cliente, de acuerdo con las estrategias del cliente y del público meta.
		Producción de Video I y II	5	5	Editar materiales televisivos haciendo uso del sistema no lineal de edición y por otra parte los estudiantes se involucrarán en los procesos de preproducción, producción y postproducción y podrán presentar en formato digital sus creaciones.
		Cultura y Comportamiento Organizacional	5	5	Brindar a los estudiantes soporte técnico para que comprendan el comportamiento individual y grupal en las organizaciones, a fin de que, a través de un manejo adecuado de la comunicación organizacional, puedan incidir en él, en beneficio general.
		Semiótica de la Publicidad	6	4	Conocer las herramientas que permitan comprender y utilizar a la semiótica como una disciplina de utilidad para los estudiantes.
		Publicidad Televisiva	6	5	Enfatizar la edición utilizando efectos especiales de audio y video para crear un mayor impacto en la audiencia.
		Producción de materiales multimedia	6	5	Conocer todas las etiquetas o tags principales para crear una página Web que contenga tablas, gráficos, links y crear páginas Web únicamente utilizando la codificación manual dada por el HTML.
		Comunicación Organizacional	6	5	Conocer el manejo de sus herramientas fundamentales; así como que tengan un acercamiento práctico a una organización en la que posteriormente puedan realizar sus prácticas pre-profesionales.
		Organización de eventos	6	3	Conocer la logística y pasos implicados en la organización de un evento.
		Comunicación Estratégica	7	4	Proporcionar los conocimientos y herramientas que les permitan entender las acciones estratégicas de las compañías y el aporte que se requiere de la comunicación e identificar los principales elementos que sostienen la propuesta de la comunicación estratégica.
		Planificación de campañas de comunicación	7	5	Organizar gran parte de los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y buscarles una aplicación real y brindar a los estudiantes la oportunidad de reforzar conocimientos y demostrar lo aprendido.

		Planificación y proyectos	7	3	Lograr un entendimiento cabal de lo que es un proyecto, sus elementos, su organización y régimen operacional, así como la gestión administrativa.
		Gerencia de agencias	7	2	Conocer el funcionamiento interno de una agencia de publicidad y visitar agencias de publicidad para ver de cerca su realidad.
		Identidad e imagen corporativa	8	5	Generar conciencia de la importancia de la imagen corporativa, como elemento de diferenciación y proporcionar herramientas para el manejo estratégico de la imagen.
		Ejecución de campañas	8	5	Organizar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y buscarles una aplicación real y enfrentar situaciones y problemas verdaderos, los mismos que encontrarán en el ejercicio de su futura profesión. Planificar campañas de comunicación para productos y servicios específicos.

La propuesta de la Universidad del Azuay, en relación a las materias de formación social y humanística, es la oferta más gruesa y consistente de toda la malla.

Dentro del eje de Comunicación Social se encuentran 25 materias. Iniciamos nuestro análisis con la materia de Introducción a las Teorías de la Comunicación, que es una de las primeras materias relacionadas con su carrera y desempeño profesional.

El enfoque de materia y de las competencias planteadas es bastante teórico por la naturaleza misma de la materia, estudia el fenómeno comunicacional en todas sus dimensiones e implicaciones. Es una introducción general y retrospectiva de la profesión centrada por su salida profesional, en la publicidad.

La materia de presentaciones digitales es puramente técnica, trabaja con el manejo de infografías y programas puntuales para el diseño de presentaciones de todo tipo y formatos; esta materia tiene una íntima relación con la materia denominada herramientas gráficas, donde se usa en cambio software específicos para el diseño.

La formación moral y ética del estudiante para la Universidad del Azuay se concentra en dos materias de manera particular: Ética de la Comunicación y Legislación de la Comunicación, ambas materias buscan que el estudiante se entere del marco jurídico por un lado, pero también de las implicaciones morales, éticas y legales de su ejercicio profesional. Por lo cual estas materias tienen un carácter transversal.

El enfoque en cuanto a contenidos y competencias se enfocan mayoritariamente en el ejercicio periodístico, pese a que la salida profesional de esta carrera está encaminada en la publicidad.

Este potencial vacío podría ser llenado con las competencias que plantea la materia de Comportamiento del consumidor, donde se estudia las tendencias del mercado y se reflexiona sobre la aplicación de la ética, las percepciones y decisiones humanas.

Los ámbitos relacionados con la Publicidad dentro de la malla curricular están previstos en dos niveles Publicidad I y II, buscan que el estudiante aprenda a planificar y ejecutar campañas de publicidad, como un mecanismo para introducirlo de lleno al proceso publicitario. La intención de estas materias es que al final de su carrera el profesional puede diseñar y ejecutar campañas de publicidad en todos los campos que la sociedad le exija.

Estas materias se complementan de manera muy armónica con la materia de Redacción publicitaria, donde se unen las competencias de las materia de Publicidad I y II logrando consolidar un producto o una campaña puntual. La materia de redacción publicitaria, se fundamenta, de manera particular, en el uso de técnicas publicitarias.

La materia de Diseño Gráfico es mucho más técnica, en cuanto a sus competencias, plasma las ideas consolidadas en redacción publicitaria y publicidad de manera gráfica, usando todo tipo de tipografía y estilos; trabaja en la manipulación de herramientas para el diseño publicitario.

Todos estos conocimientos se ven reforzados con la materia Semiótica de la Publicidad, que ayuda a la comprensión, uso y significación de los elementos estéticos, necesarios para la creación de un producto con mayor profundidad y sentido.

La materia de Publicidad Radial tiene una amplia conexión con el mundo laboral, estimula la creatividad de los estudiantes para lograr la creación de piezas auditivas de todo tipo, combinando también las técnicas de comercialización y puesta en el mercado.

Las materias de producción de vídeo I y II buscan que los estudiantes puedan aprenden a editar vídeos, usando los sistemas no lineales de edición, pero a su vez se introduzcan en rutinas relacionados con las preproducción, producción y postproducción.

Esta materia tiene una íntima relación con la materia de Publicidad Televisiva y Semiótica de la Televisión, en su conjunto aportan a la formación de una visión crítica del estudiante, desde la concepción estética, lo cual marca el desempeño profesional.

La materia de Cultura y Comportamiento Organizacional es más bien de corte teórico, y aporta a la formación intelectual del estudiante; se fundamenta en el análisis de la dinámica empresarial y las diferentes formas de gestión que existen dentro de una organización. Estudia el comportamiento organizacional y el rol que la comunicación tiene dentro de este proceso.

La materia comparte contenidos con la materia de Comunicación Organizacional, está planificada con un espacio para realizar prácticas pre profesionales, y como tal los estudiantes realizan visitas de observación, analizando los sistemas de administración y organización, dentro de empresa comunicacional, para lo cual existen algunos convenios.

Luego que los estudiantes han aprobado las materias de Cultura y Comportamiento Organizacional y Comunicación Organizacional, viene una materia en amplia conexión de contenidos y destrezas académicas, estamos hablando de la materia de Comunicación Estratégica, que ayuda a entender los movimientos y acciones que se han a lo interno y externo de la empresa.

La materia de productos de Materiales Multimedia, son de corte instrumental y técnico, trabajan de manera particular con elementos digitales. Su objetivo es la creación de páginas web combinando de manera armónica todos los elementos de la comunicación y el lenguaje que se aprendieron a lo largo de la carrera.

La materia organización de eventos es también técnica e instrumental, trabaja en la preparación de eventos puntuales, muchas de las veces se ensaya con eventos reales que se realizan en la universidad, se práctica técnicas básicas de protocolo, comunicación y otros elementos relacionados con las relaciones públicas.

La materia de Planificación de Campañas de Comunicación tiene una relación con la materia de ejecución de campañas. En la primera materia, una de las competencias han desarrollarse es organización de una campaña, la misma que es analizada en papel, cuando se han estudiado todas las variables y riegos, la campaña como tal está lista, es ejecutada, como parte del objetivo final de la materia denominada: Ejecución de campañas.

Dentro de esta misma línea administrativa asoma la materia de Gerencia de agencia, que tiene como objetivo final conocer el funcionamiento y la normativa expresa que conlleva administrar una agencia, su enfoque está centrado en la publicidad. La materia se ve reforzada con salidas de campo.

Y dentro del eje comunicación, nos quedan dos materias más, Planificación y Proyectos e Identidad e Imagen Corporativa. En la primera materia, trabaja con proyectos puntuales que ayudan a la comprensión integral de la gestión administrativa, muy a tono con su futuro profesional, tomando como referencia las iniciativas e ideas de los estudiantes.

Mientras que la materia Identidad e Imagen Corporativa, trabaja con el estudio e impacto de la imagen tomando como referencia conceptos relacionados con la responsabilidad corporativa y el marketing social; estos son a su vez mecanismos válidos para generar una conciencia social en los estudiantes.

Muchos de los proyectos que se cristalizan en estas materias se ejecutan en los barrios periféricos de la ciudad de Quito, esto como parte del proceso de extensión universitaria.

Materias Social/ Humanística relacionadas con el eje de Periodismo y Medios					
Escuela de Comunicación Social - Universidad del Azuay					
	<b>Eje: Periodismo y medios</b>	Redacción Periodística	3	5	Conseguir que el alumno redacte con estilo periodístico noticias y reportajes, editoriales y artículos, de acuerdo con las exigencias del periodismo actual. Dominio de los principales géneros periodísticos, en general.
		Fotografía	3	3	Dar a conocer al alumno a través de la teoría y práctica el manejo correcto de una cámara fotográfica para obtener imágenes de calidad aceptable tanto en la técnica como en la estética.
		Producción formatos para radio	4	5	Dotar de conocimientos y destrezas para trabajar en radio, como alternativa profesional efectiva en la comunicación social.
		Guiones	4	5	Realizar un guión técnico literario que podrá ser usado para cualquier producción televisiva. Análisis las diferentes técnicas para la elaboración de proyectos audiovisuales a bajo costo.
		Producción de Videos	5	5	Editar materiales televisivos haciendo uso del sistema no lineal de edición. Involucrarse en los procesos de preproducción, producción y postproducción Análisis de los principales formatos digitales.
		Planificación en medios	5	1	Conocer los principales fundamentos teóricos de la planificación. Familiarizarse con los pasos para la elaboración e implementación de un plan de medios efectivo.
		Producción Multimedia	6	5	Conocer todas las etiquetas o tags principales para crear una página Web que contenga tablas, gráficos, links, y crear páginas Web únicamente utilizando la codificación manual dada por el HTML.

Dentro del eje de Periodismo y medios, la Universidad del Azuay tiene siete materias, que son de enfoque diverso, pero siempre encaminadas al desarrollo de habilidades y destrezas, que le permiten trabajar de manera solvente en los medios de comunicación.

Dentro del tercer nivel figuran las materias de Redacción Periodística y Fotografía, que la materia de redacción periodística refresca y profundiza los conocimientos de las materias de Lenguaje I y II, que figuran dentro de las materias de formación básica. Su objetivo final es lograr el dominio y aplicación de las normas y técnicas de redacción y estilo periodístico.

La materia de fotografía, por su parte, busca inducir al estudiante en el mundo de la observación y significación de detalles que forman la sociedad en general, para luego realizar prácticas de los diversos enfoques y técnicas de la fotografía. La materia de fotografía no profundiza en contenidos de orden estético, sino más bien desarrolla habilidades de orden técnico, y como tal se centra en la manipulación de las diversas funciones de una cámara fotográfica.

La materia de producción de formatos para radio, es de carácter técnico, su objetivo es lograr que los estudiantes puedan producir formatos de todo tipo auditivo, y pongan a prueba sus capacidades de locución y creatividad.

La materia de Guiones trabaja de manera fundamental en pulir y hacer uso de las técnicas de redacción por medio de ejercicios prácticos que canalizan las ideas de los estudiantes hasta lograr la estructura integra de un guión de orden literario. Una de las competencias de esta materia es trabajar en la lógica para la ordenación de ideas y párrafos para construir una historia de principio a fin.

La materia de Producción de Vídeos, es de carácter técnico. Trabaja de manera particular en el uso de sistemas no lineales de edición, el objetivo es que los estudiantes puedan de manera independiente editar todo tipo de productos, pensando básicamente en la posibilidad de que, a futuro puedan laborar de manera autónoma.

La materia de Planificación de medios es una materia que combina la parte teórica con la práctica, busca que el estudiante aprenda los pasos para la implementación de un plan de medios, parte del análisis de la naturaleza del evento y del proyecto, las particularidades propias de los medios de comunicación, así como las agendas de cobertura. Concluye con una serie de ejemplos y estrategias para la consolidación de un plan en general.

Y por último, dentro del eje periodismo y medios asoma la materia de Producción Multimedia, el desarrollo de la materia es netamente virtual; trabaja estudia elementos relacionados con el lenguaje HTML y las tendencias en cuanto a la comunicación digital.

### 6.3.6. Análisis de las competencias específicas en las materias de formación social y humanística de la Universidad Técnica Particular de Loja

Materias Socio/ humanística relacionadas con el eje de Comunicación Social Escuela de Comunicación Social Universidad Técnica Particular de Loja					
Universidad	Eje curricular Formación Social / Humanística	Materia	Ciclo	Créditos	Competencias Específicas
	<b>Eje: Comunicación Social</b>	Introducción a la Comunicación	1	4	Distinguir la visión general, teórica y practica sobre la comunicación y los medios de comunicación, utilizando las NTC' s bajo los parámetros de la Educomunicación.
		Historia de la Comunicación	1	4	Tener la capacidad de analizar en forma crítica las diferentes formas de censura en la actualidad, tomando como base los hechos históricos de la comunicación.
		Teoría de la Imagen	3	5	Tener la capacidad de ejecutar los diferentes planos, ángulos, movimientos de cámara que son necesarios en el mundo de la televisión.
		Educomunicación	4	5	Formar profesionales que sepan interrelacionar Educación y Comunicación en la nueva sociedad de la información.
		Teoría de la Comunicación	4	5	Distinguir la visión general, teórica y práctica sobre la comunicación y los medios de la comunicación; utilizando las NTC's bajo los parámetros de la Educomunicación.
		Relaciones Públicas	5	5	Organizar, diseñar y construir formatos para prensa, radio y televisión así como para folletos, trípticos y similares.
		Diseño Gráfico	5	5	Construir estrategias de comunicación publicitaria, imagen corporativa, mercadeo y relaciones públicas para el desarrollo de planes de comunicación organizacional.
		Cine	6	5	Demostrar interés por los acontecimientos y problemáticas sociales de la actualidad y dominar el lenguaje audiovisual. Conocimiento de los procesos de preproducción, producción

					y post-producción.
		Marketing	7	5	Elaborar planes de medios y campañas de publicidad en general. Identificar las estrategias más idóneas en la selección de medios.
	Eje: Comunicación Social	Comunicación Organizacional	8	5	Construir estrategias de comunicación publicitaria, imagen corporativa, mercadeo y relaciones públicas. Desarrollo de planes de comunicación organizacional.
		Legislación	8	5	Aplicar los principios de la ética y deontología profesional del periodismo y la comunicación social. Conocimiento y aplicación del ordenamiento jurídico de la información en el país.

En relación a la formación básica dentro del eje de Comunicación Social la Escuela de Comunicación Social de la UTPL, plantea dentro de su malla curricular, un total de 11 materias de características y enfoques diversos.

Dentro de lo que es el primer nivel de estudios, figura la materia de Introducción a la comunicación, cuyo enfoque es bastante amplio, pretende que el estudiante haga un recorrido panorámico por el mundo de la comunicación, en relación a los medios de comunicación. Su enfoque es teórico.

La siguiente materia de enfoque teórico está centrada en agrandar la cultura básica del estudiante, es la materia de Historia de la Comunicación, comentan los principales acontecimientos relacionados con comunicación y la historia de la humanidad, desde el inicio de la imprenta hasta los cambios que han provocado las nuevas tecnologías.

La materia de Teoría de la Imagen tiene amplia relación en cuanto a enfoque y contenidos temáticos con la materia de Televisión, trabajan en conceptos de imagen y producción. La intención final de estas dos materias es desarrollar en los estudiantes capacidades de producción, e incluso se pretende que el estudiante pueda ejercer las funciones y responsabilidades asignadas a un productor audiovisual.

Dentro de la materia de Educomunicación se busca que los estudiantes puedan visualizar diversas posibilidades para usar los medios de comunicación como instrumentos generadores de procesos educativos. El objetivo general de esta materia es que los estudiantes piensen en los medios como agentes válidos para la formación educativa de las personas.

En la revisión del plan de estudio se observa el análisis de casos particulares de la televisión local y como el ejercicio del periodismo. Se analiza los discursos, el manejo de conceptos éticos por ejemplo, el impacto del entretenimiento y la producción periodística local y nacional.

La materia de Teoría de la Comunicación profundiza los contenidos y objetivos planteados dentro de la materia de Introducción a la Comunicación, por lo cual, se trabaja en conceptos relacionados con la comunicación, la información y el accionar de los medios de comunicación.

La materia de Relaciones Públicas combina principios de comunicación y de administración básicamente, se trabaja en proyectos y prácticas puntuales que le permiten al estudiante organizar y diseñar materias de orden comunicativo, cuyo eje central son las relaciones con el entorno social.

Diseño Gráfico es una materia planificada de manera muy práctica y como tal sus competencias académicas se enfocan en el manejo de las herramientas y elementos gráficos que les permitan en su conjunto construir no solo estrategias de comunicación, sino productos integrales.

La materia de Cine inicia con una revisión teórica del aporte del Cine al desarrollo de la humanidad, la revisión y crítica de unas cuantas películas emblemáticas, como un mecanismo válido para comprender el lenguaje audiovisual, que es una de las competencias específicas planteadas dentro de esta materia. Se trabaja, además, conceptos de producción audiovisual en general partiendo de piezas de cine referenciales, intentando ampliar la cultura y la capacidad crítica del estudiante.

Marketing, es una materia de enfoque administrativo, su intención es que los estudiantes puedan trabajar en la elaboración de planes específicos, identifiquen estrategias de gestión, diseño e introducción de productos en el mercado.

Comunicación Organizacional comparte competencias y enfoques académicos con la materia de Relaciones Públicas, aunque la visión comunicacional de esta materia es mucho más amplia. Mira a la comunicación como una herramienta que pueden incidir y aplicarse en todos los campos.

Busca, entre otras cosas, que el estudiante pueda conocer, distinguir y aplicación de conceptos relacionados con publicidad, marketing y relaciones públicas.

Y por último está Legislación, es una materia que tiene un enfoque jurídico; parte del estudios de la ética, de la deontología del periodismo como una profesión, así como la aplicación de toda la normativa jurídica.

<b>Materias Socio /humanística relacionadas con el eje de Periodismo</b> <b>Escuela de Comunicación Social</b> <b>Universidad Técnica Particular de Loja</b>					
Eje : Periodismo y Medios	Géneros periodísticos	2	5	Aplicar destrezas cognitivas para la redacción, investigación periodística y periodismo digital.	
	Medios impresos	2	5	Tener la capacidad para diseñar, tomando en cuenta los elementos básicos de la redacción periodística. Capacidad para proponer estrategias de diseño periodístico y nuevos productos impresos.	
	Radio	3	5	Crear un acercamiento entre la técnica y la teoría en el proceso de producción radiofónico. Análisis los principales fundamentos de producción digital y a bajo costo.	
	Televisión	4	5	Utilizar el lenguaje audiovisual en los procesos de pre-producción, producción y post-producción para elaborar productos comunicacionales.	
	Periodismo de investigación	6	5	Formular temas de investigación relacionados con su entorno social. Formular proyectos y estrategias de comunicación periodística. Análisis las principales tendencias y ejemplos de periodismo de investigación en América Latina.	
	Administración de medios	7	5	Utilizar herramientas de organización, diseño y planificación de los medios de comunicación para la gestión de empresas comunicacionales.	

Dentro del eje de periodismo, la malla curricular de la UTPL presenta seis materias cada una con un enfoque práctico específico y particular de acuerdo a cada una de las materias, aunque están enmarcadas en el quehacer tradicional de los medios de comunicación. La materia de Géneros Periodísticos, se enfoca de manera particular en los géneros de información, los géneros de opinión y las tendencias que estos están tomando sobre todo a nivel de la prensa escrita; no hay un enfoque en relación al periodismo digital, en particular.

Busca dentro de las competencias que el estudiante pueda reconocer las diferencias que existen entre la opinión y la información básicamente los límites y características, así como el dominio de los géneros de información y de opinión.

La materia de Medios Impresos tiene un enfoque periodístico orientado también en los fundamentos del diseño y la tipografía periodística. Estudia además la evolución de los medios impresos y las tendencias actuales.

En el tercer nivel asoma la materia de Radio, con un enfoque muy práctico tiene como concepción primera, el contacto del estudiante con la producción digital, trabajando de manera puntual con podcast y otro tipo de materiales de corta duración, que exigen a los estudiantes poner a prueba su creatividad. La materia se dicta íntegramente en sistemas computarizados.

La materia de Televisión tiene una relación de contenidos con la materia de Teoría de la Imagen, sin embargo, el logro de sus competencias están enmarcadas dentro de la producción audiovisual, por lo cual dedica una parte importante a la realización y puesta en

escena. Concluye con la consolidación de algunos productos audiovisuales de corta duración, pero que le permiten al estudiante manipular programas de edición de vídeo.

Periodismo de investigación es una materia de enfoque profundamente periodístico, se fundamenta en técnicas y estrategias para conseguir información oculta y de interés público, se analizan casos particulares de periodismo de investigación, como ejemplos emblemáticos de lo que se podría hacer en los medios de comunicación.

Y por último, la materia de Administración de Medios, que tiene un enfoque de orden administrativo y contable, comenta las diferentes formas de administración de medios de comunicación tomando ejemplos locales y regionales, sobre los rubros de publicidad, producción, empleados y otros mecanismos para sacar adelante proyectos relacionados con la comunicación.

## **6.4. ANÁLISIS DE LAS COMPETENCIAS DESDE LA VISIÓN DE LOS ACTORES DEL PROCESO**

El análisis de las competencias desde la visión de los actores del proceso, se realizó considerando como actores a los siguientes grupos involucrados con el tema de esta investigación. Los estudiantes de los últimos cursos de las tres ofertas académicas en estudio, cuya opinión fue recogida por medio de una encuesta.

Dentro del segundo grupo se consideró a los periodistas vinculados con la academia; los periodistas en libre ejercicio; y por último la opinión de la empresa periodística. El criterio de este segundo grupo fue recogido, usando la técnica de entrevista directa, con preguntas semi estructuradas.

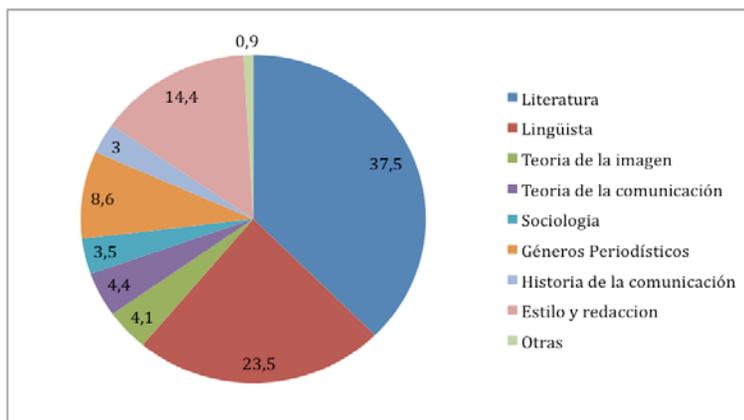
### **6.4.1. Competencias desde la visión de los estudiantes**

En relación a las competencias académicas formativas de a los estudiantes, se consultaron las siguientes interrogantes:

- 1.- ¿ Qué competencias generales debe tener un comunicador social?
- 2.- ¿ Qué competencias considera que son indispensable para el ejercicio de su profesión?
- 3.- ¿ Qué competencias considera complementarias para el ejercicio profesional?

En relación a la primera interrogante planteada; las competencias de carácter general que debe tener los futuros profesionales, se dejó abierta la posibilidad de selección tres opciones de acuerdo al grado de importancia, desde la visión de los estudiantes.

Las respuestas en relación a las competencias más importantes, seleccionadas dentro de la primera opción fueron las siguientes:



La formación dentro del ámbito de la literatura, asoma como una de las áreas de conocimiento, altamente valoradas por los estudiantes; alcanza en 37.5%; seguida de formación lingüística, que tiene un 23,5%. Áreas de conocimiento que forman parte de los fundamentos tradicionales del periodismo.

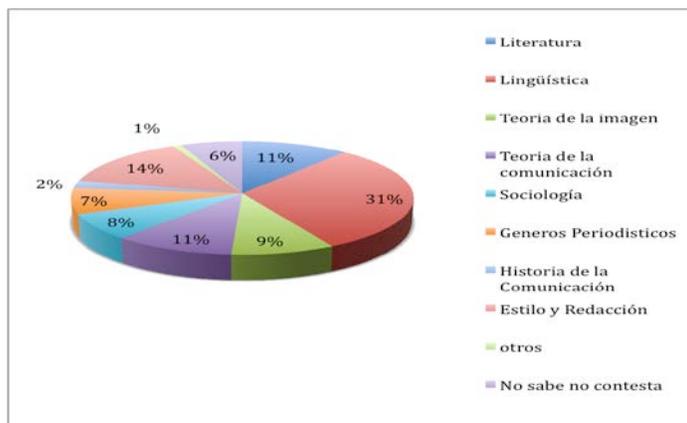
Es posible que la valoración superior que los estudiantes asignan a las áreas del conocimiento, antes mencionadas, tenga vinculación con su experiencia y contacto docente.

Recordemos que el caso de la Central y la UTPL, estas materias están en manos de docentes de reconocida trayectoria laboral, pero además estimados dentro de la comunidad estudiantil.

Los resultados expresados por los estudiantes en esta pregunta, también nos permiten dimensionar la importancia que los alumnos le dan a la formación en campos académicos vinculados con el lenguaje. Veamos: la materia de lingüística tiene un 23.5, Estilo y Redacción 14.4% y Géneros Periodísticos 8,6%, y que además son las valoraciones más estimadas dentro de todo el listado presentado a los estudiantes.

Las materias de Teoría de la Imagen, Sociología y Teoría de la Comunicación, que figuran dentro de las tres mallas analizadas, no son muy bien valoradas, como primera opción, alcanzan niveles inferiores.

La segunda opción en cuanto a las competencias generales, seleccionadas por los estudiantes, provocó los siguientes resultados:



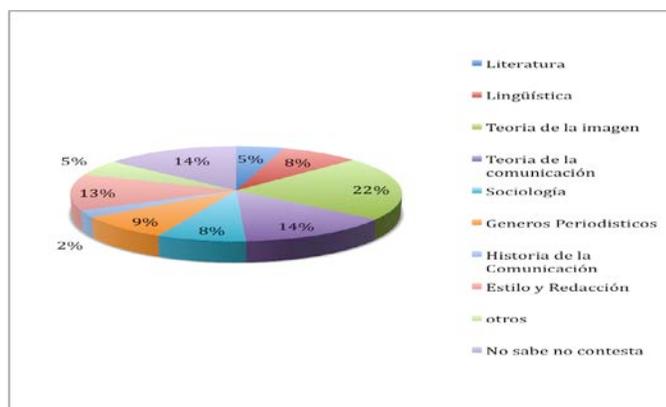
Con un 31% las competencias en torno a la lingüística, seguida de otra área relacionada con el lenguaje, que es el Estilo y Redacción 14%, y con 11% la Literatura.

Los conocimientos relacionados con Teoría de la Comunicación con un porcentaje del 11%, Teoría de la Imagen, que es un campo técnico profesional, según la respuesta de los estudiantes tiene un 9% , luego asoma la sociología con un 8%.

En relación a la tercera opción seleccionada por los estudiantes, se obtuvo los siguientes resultados: Con un 22% la materia de Teoría de la Imagen, con 14% Teoría de la Comunicación y Estilo y Redacción con 13%.

Luego y con porcentajes inferiores al 13% asoman las materias de Géneros Periodísticos, Sociología e Historia de la Comunicación.

Lo más destacado de la opinión de los estudiantes, en relación a las competencias generales, es que, tanto en la opción No. 1, No. 2 y No. 3 asoman dentro de las tres primeras opciones materias vinculadas con lenguaje: Literatura, Lingüística y Estilo y Redacción.



Áreas que de acuerdo a la consulta que realizamos a los periodistas en ejercicio y a la empresa es donde se presentan las mayores falencias.

Es importante comparar las competencias generales señaladas por los estudiantes y la relación que estas tienen con las perspectivas laborales, sobre todo en cuanto al campo en el cual piensa ejercer su profesión.

Las competencias tienen una íntima relación con el campo profesional, lo que justifica nuestra inquietud y la necesidad de consultar a los estudiante sobre este parámetro. Los resultados fueron los siguientes:

Un 44.1% expresó su deseo por trabajar en los medios de comunicación, lo que explica de manera muy lógica el interés manifiesto en las temáticas relacionadas con el lenguaje, evidenciado dentro de las competencias generales que debe tener un comunicador social.

Pese a los problemas que presenta el ejercicio periodístico en nuestro país, y la marcada precariedad laboral, cuyos antecedentes han sido detallados en el marco teórico, subsiste el interés por vincularse laboralmente con los medios de comunicación.

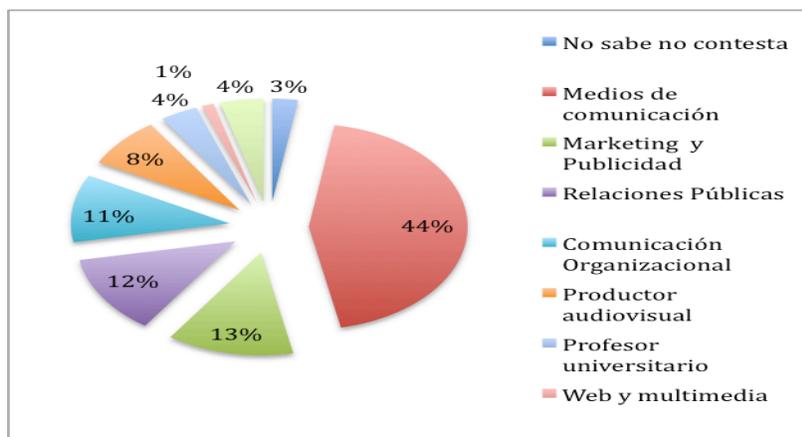
El segundo campo de interés por parte de los encuestados, es el Marketing y la Publicidad con un 13%, temática en la cual se enmarca la salida profesional de la Universidad del Azuay; seguida muy de cerca por las Relaciones públicas con un 12% y la Comunicación Organizacional con un 11%.

Llama particularmente la atención que únicamente un 1.2% tenga interés por trabajar en sistemas web y multimedia, probablemente por el escaso conocimiento que en este campo tienen las ofertas académicas estudiadas. La respuesta de la academia en este sentido es aún muy débil, según lo evidenciado a lo largo de esta investigación.

Es importante comentar que, dentro del sondeo/consulta realizada a periodistas en ejercicio y a empresarios vinculados con los medios de comunicación, una de las competencias más valoradas fue la destreza para trabajar en sistemas virtuales y redes sociales, también el dominio del lenguaje y la vasta cultura en varios campos.

Solo un 4% pretende vincularse en calidad de profesor universitario, seguramente por el mínimo reconocimiento económico que esta actividad tiene; pero además se puede presumir que los jóvenes involucrados desconocen las exigencias y mejoras que plantea la nueva Ley de Educación Superior.

Es importante comentar que existe un programa de becas y apoyo para la formación docente, promocionado por el Estado Ecuatoriano a través del Senacyt, bastante novedoso como un mecanismo para fomentar los procesos de investigación a lo interno de las universidades .



Para tener una comprobación mucho más específica en relación a las competencias consultamos de manera directa, a los estudiantes lo siguiente: *¿ Qué competencias considera que son indispensables para el ejercicio de su profesión?.*

Pusimos a consideración de los estudiantes, que participaron de la encuesta, un listado de 17 alternativas, considerando sobre todo la vinculación de la Comunicación y el Periodismo con diversas áreas del conocimiento y otros aspectos que están dentro del ámbito de las ciencias sociales.

De estas 17 alternativas, los estudiantes tenían la posibilidad de seleccionar seis opciones. Los resultados ampliados y en detalle fueron los siguientes:

Competencias	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5	Opción 6
Medios impresos	5,3%	6,5%	7,1%	2,6%	5,0%	5,3%
Radio	2,6%	19,45	4,7%	3,8%	3,2%	2,6%
Televisión	4,4%	9,4%	12,1%	3,8%	3,2%	4,4%
Relaciones públicas	2,9%	8,5%	7,6%	10,6%	3,2%	2,9%
Periodismo de Investigación	4,1%	9,7%	5,3%	8,5%	7,6%	4,1%
Administración de Medios	4,7%	6,5%	2,1%	4,4%	2,6%	4,7%
Opinión Pública	3,5%	5,3%	6,5%	3,2%	3,8%	3,5%

Comunicación Organizacional	3,2%	6,5%	6,2%	4,1%	6,2%	3,2%
Ética Periodística	3,5%	7,1%	6,2%	5,0%	4,4%	3,5%
Cine	3,5%	2,4%	6,2%	3,5%	2,9%	3,5%
Diseño Gráfico	2,6%	1,2%	6,5%	7,1%	4,1%	2,6%
Educomunicación	3,2%	1,8%	5,3%	6,2%	4,7%	3,2%
Legislación	3,5%	0,9%	2,1%	3,5%	4,7%	3,5%
Marketing	2,6%	2,6%	5,6%	3,8%	4,7%	2,6%
Periodismo Digital	7,6%	2,9%	2,9%	5,9%	7,4%	7,6%
Publicidad	7,6%	2,1%	2,4%	5,0%	6,5%	7,6%
Otras	0%	0%	0%	0,9%	0,6%	4,4%
No sabe, no contesta	30,3%	7,4%	11,5%	17,9%	25%	30,3%

Dentro de los primeras tres opciones más seleccionadas, y como tal las consideradas indispensables para el ejercicio profesional, tenemos los siguientes resultados:

<p style="text-align: center;"><b>Opción No.1</b></p> <p>1.- Medios Impresos 37,1%</p> <p>2.- Radio 11,8%</p> <p>3.- Relaciones Publicas 11,8%</p>	<p style="text-align: center;"><b>Opción No.2</b></p> <p>1.- Radio 19,4%</p> <p>2.-Periodismo de Investigación 9,7%</p> <p>3.- Televisión 9,4%</p>
<p style="text-align: center;"><b>Opción No. 3</b></p> <p>1.- Televisión 12,1%</p> <p>2.-Relaciones Públicas 7,6%</p> <p>3.- Medios Impresos 7,1%</p>	<p style="text-align: center;"><b>Opción No. 4</b></p> <p>1.- Relaciones Públicas 10.6 %</p> <p>2.- Radio 8,5%%</p> <p>3.- Diseño Gráfico 7,1%</p>

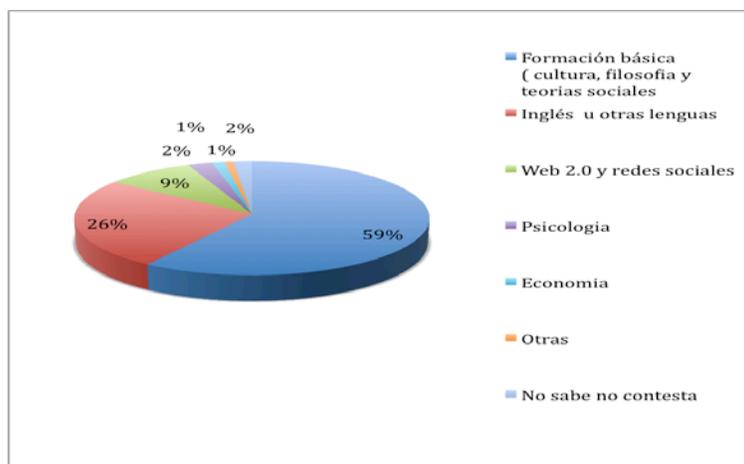
<p><b>Opción No. 5</b></p> <p>1.- Periodismo de Investigación 7,6%</p> <p>2.- Periodismo Digital 7,4</p> <p>3.- Publicidad 6,5 %</p>	<p><b>Opción No. 6</b></p> <p>1.- Periodismo Digital 7,6%</p> <p>2.-Publicidad 7,6% %</p> <p>3.- Medios Impresos 5,3 %</p>
--	--

Con estos resultados podemos deducir que las competencias que los estudiantes consideran indispensables para el ejercicio profesional son las siguientes:

- 1.- Medios Impresos
- 2.- Radio
- 3.- Relaciones Públicas
- 4.- Periodismo de investigación
- 5.- Televisión
- 6.- Periodismo Digital
- 7.- Publicidad

En relación a las **competencias complementarias para el ejercicio profesional**, pusimos a consideración de los estudiantes un listado de seis competencias, y la posibilidad de seleccionar tres opciones.

Los resultados expresados por los estudiantes fueron en la **primera opción** fueron los siguientes:

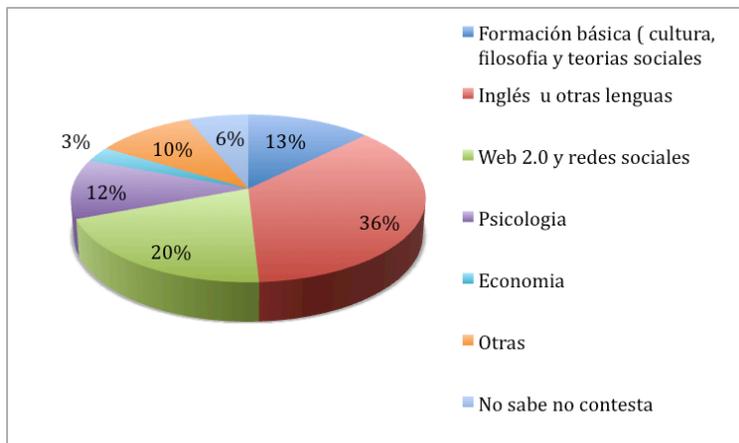


Las materias relacionadas con la formación básica de los estudiantes es altamente valorada alcanza un 59%, seguida con bastante distancia por el dominio del inglés y/o otras lenguas, competencia complementaria a la cual los estudiantes le asignan un 26%.

En tercer lugar el dominio de entornos relacionados con las web 2.0 y redes sociales con apenas un 9%, lo cual podría ser muy explicable, dentro de las mallas en estudio no existen

más de dos materias relacionadas con esta nueva e importante competencia.

En relación a la segunda opción, los resultados de la opinión de los estudiantes, es la siguiente: El dominio del idioma inglés y/o otras lenguas con un 40%, en segundo lugar competencias relacionadas con la Web 2.0 con 22.1%, seguida de la formación básica con 14.1%, en cuarto lugar la psicología con 12.6%, y por último la economía con 3%.



Si realizamos un condensado de los datos expresados dentro de la opción No.1, No.2 y No.3, las competencias complementarias, más estimadas por los futuros profesionales serían las siguientes:

- 1.- Formación Básica
- 2.- Inglés
- 3.- Web 2.0 y redes sociales
- 4.- Psicología
- 5.- Economía

Es importante mencionar que los conocimientos en cuanto a la web 2.0 y redes sociales están seguida muy de cerca por la Psicología.

En resumen el criterio de los estudiantes en cuanto a las competencias pueden condensarse de la siguiente manera:

**Las competencias generales que debe tener un comunicador social son:**

- 1.- Lingüística
- 2.- Estilo y Redacción
- 3.- Literatura
- 4- Teoría de la comunicación
- 5.- Teoría de la Imagen

**Las competencias indispensables para el ejercicio profesional son:**

- 1.- Medios impresos
- 2.- Radio

- 3.- Relaciones Públicas
- 4.- Periodismo de investigación
- 5.- Televisión
- 6.- Periodismo digital
- 7.- Publicidad

**Las competencias complementarias para el ejercicio profesional son las siguientes:**

- 1.- Formación Básica
- 2.- Inglés
- 3.- Web 2.0 y redes sociales
- 4.- Psicología
- 5.- Economía

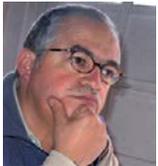
## 6.4.2. Competencias desde la visión de académicos vinculados con la formación de comunicadores sociales en el Ecuador .

Para poder identificar de una manera mucho más precisa las competencias académicas que deben formarse dentro del seno universitario, consultamos, usando el método de entrevista compuesta por preguntas abiertas a académicos relacionados con las facultades y escuelas de comunicación social del país.

La consulta se extendió a un grupo de periodistas destacados por su ética y profesionalismo, población que por su condición tiene una estrecha relación con el mundo profesional y las exigencias del oficio.

El tercer grupo entrevistado fue la empresa periodística, considerado como un fuerte y potencial empleador de los futuros profesionales, más aun si consideramos que una de las aspiraciones de los estudiantes, expresadas en la encuesta es vincularse en los medios de comunicación.

En algunos casos las entrevistas se efectuaron de manera presencial, en otros vía correo electrónico y telefónicamente.

Académicos	Competencias
 <p><b>Luján González</b> PhD en Ética para la Comunicación Profesora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja</p>	<p>Capacidad de redacción y análisis de la realidad circundante</p> <hr/> <p>Formación ética a toda prueba</p> <hr/> <p>Dominio de las nuevas tecnologías</p>
 <p><b>Fernando López</b> Decano de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador</p>	<p>Conocimiento interdisciplinario de la comunicación</p> <hr/> <p>Dominio del lenguaje y la redacción Conocimiento de los diferentes lenguajes y la forma como se va a comunicar con su audiencia</p> <hr/> <p>Conocimiento de las bases epistemológicas de las ciencias sociales</p>

	<p>Investigador de las manifestaciones causas y efectos de la realidad</p> <p>Capacidad de trabajo en escenarios y condiciones adversas</p> <p>Ética, constancia y creatividad</p> <p>Dominio de la semiótica y el análisis narrativo</p> <p>Conocer de la literatura contemporánea y la cultura ciudadana ( antropología urbana, estéticas populares urbanas)</p> <p>Cultura básica del cine y la televisión ( Sepa leer estos lenguajes)</p> <p>Dominio de dos a tres idiomas como una capacidad básica</p>
 <p><b>José Villamarín Carrascal</b> Académico de la Universidad Central del Ecuador (Quito). (Universidad Pública) . Vinculado con el observatorio de medios “ Mediaciones” de CIESPAL</p>	<p>Rigurosidad en el manejo del lenguaje y la redacción</p> <p>Comprensión integral de las ciencias sociales y en especial del mundo de la ideas</p> <p>Dominio del inglés por ser el lenguaje en el que se publican las investigaciones, relevantes en el ámbito de las ciencias</p> <p>Capacidad de analizar la realidad y traducirla en un lenguaje correcto, independientemente de los soportes</p> <p>Capacidad de manejo de las nuevas tecnologías</p>
 <p><b>Fernando Ortiz</b> Catedrático y periodista en ejercicio profesional. Director académico de la Universidad de Azuay. ( Universidad Pública)</p>	<p>Una solidad formación cultural y política, el mundo de hoy requiere de encuentros interculturales, multiculturales</p> <p>Dominio de todos los ámbitos virtuales y plataformas tecnológicas.</p> <p>Tener una suficiencia en el manejo lingüísticos, estilísticos, gramaticales constante. Una base bien fundamentada en semiótica, análisis expresiva, análisis narrativo, análisis crítica del discurso</p> <p>Conocimientos de la relación comunicación y cultura y su influencia en el mundo actual.</p> <p>Tener habilidades con herramientas que pueden ir desde marketing y publicidad, hasta trabajar en medio, ONG.</p>
 <p><b>Lucía Lemos</b></p>	<p>El dominio del lenguaje como materia prima indispensable para su trabajo.</p> <p>Solvencia en el manejo de los entornos digitales y las redes sociales. No puede ir a manipular la tecnología sino no sabe estructurar un solo párrafo.</p>

Decana de la Facultad de Comunicación Social de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador	Capacidad para producir todo tipo de contenidos
	Debe ser como persona y como profesional objetivo, equilibrado
 <p><b>Hugo Burgos</b> Director del Colegio de Comunicación y artes contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito ( Universidad Privada)</p>	Emprendedores con una amplia visión del mundo y en especial de las artes liberales.
	Capacidad para trabajar en un mundo globalizado con una clara conciencia del entorno local
	Capacidad para consolidar proyectos de innovación
 <p><b>Cecilia Ugalde</b> Directora de Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad del Azuay</p>	Conocimiento profundo de la relación comunicación y desarrollo como una necesidad específica del país
	Dominio de conceptos relacionados con la comunicación y /o relaciones públicas
	Dominio de al menos dos idiomas, dentro de los cuales se incluye la lengua materna
 <p><b>Pablo Escandón</b> P profesor de Nuevos medios (USFQ) (UTPL) (UCG) Editor de la Revista Chasqui CIESPAL ( Ecuador)</p>	Domino de lenguaje y los principios básicos de la comunicación
	Capacidad para trabajar en los retos y nuevas formar de narración que plantea el periodismo digital
	Dominio de un segunda lengua

Los académicos consultados para la presente investigación de manera abrumadora expresaron su preocupación sobre los vacíos y debilidades formativas que existen en temáticas relacionadas con el lenguaje y su aplicación en los diferentes entornos periodísticos.

Todos coinciden que una de las competencias fundamentales para el ejercicio profesional es el dominio del lenguaje y la redacción, independientemente del formato en el cual se difunda el trabajo, la capacidad de redacción es fundamental.

Como segunda competencia fundamental para el ejercicio profesional, figuran dos ámbitos formativos. El primero, el uso y aplicabilidad de las nuevas tecnologías, que en su conjunto

han permitido la existencia y evolución del periodismo digital y todas las tendencias de comunicación y periodismo que existen.

Como segunda competencia, el dominio de otra lengua, aunque se señaló de manera preferente el inglés, por ser uno de los lenguajes donde más producción científica existe en torno a las ciencias sociales.

Otra de las áreas formativas en las cuales hubo un amplio acuerdo por parte de los académicos fue la necesidad de dotar al estudiante de una serie de conocimientos interdisciplinarios, que van desde la cultura básica, historia y ciencias sociales, que le permitan un análisis profundo y crítico de la realidad.

Los académicos, por otro lado, consideraron que es importante la formación ética del estudiante como una cualidad que les permitirá tener conciencia de la importancia y las implicaciones morales de su oficio.

Se señaló también, por parte de los académicos, la necesidad de formación sólida en áreas relacionadas con el marketing, las relaciones públicas, la publicidad entre otras. Y como habilidades de tipo personal se sugirió la capacidad de desarrollar relaciones interpersonales, trabajo en equipo, iniciativa y emprendimiento.

### 6.4.3. Competencias desde la visión de los periodistas en ejercicio en el Ecuador

Periodistas en ejercicio	Competencias
 <p><b>Fernando Astudillo</b> Editor de información Diario El Universo. Guayaquil</p>	<p>Capacidad para redactar y gestionar información en plataformas múltiples.</p> <p>Conocimiento de la realidad nacional y capacidad de resumirlo e interpretarlo en lenguaje informativo.</p> <p>Vocación y amor a la profesión en general. Porque la profesión no pasa por un buen momento.</p>
 <p><b>Francisco Febres Cordero</b> Periodista de Opinión, especializado en humor Director de la revista Diners ( Quito)</p>	<p>Leer más para ser auto críticos</p> <p>Una profunda vocación periodística, porque el periodismo es un oficio</p> <p>Una buena formación en conocimientos básicos relacionados con la historia, la cultura y la política de su país</p> <p>Capacidad para crear nuevas y creativas formas de comunicación como una respuesta a la censura</p>

<p><b>Vladimir Stoichkov</b> Periodista formado en la Universidad de Sofía Bulgaria</p>	<p>Capacidad y autonomía para emprender en auto procesos de formación profesional.</p> <p>Conocer e interpretar la multiculturalidad del país .</p> <p>La motivación hacía la lectura y el desarrollo de una escritura más creativa.</p> <p>Historia universal, historia del Ecuador, historia de los medios de comunicación (nacional e internacional), historia de la fotografía, literatura universal, escritura periodística, escritura creativa, moral y ética.</p> <p>Dominio de las técnicas narrativas y los nuevos géneros y formatos periódicos.</p>
<p> <b>Rubén Darío Buitrón</b> Periodista de varios medios de comunicación Editor de información de Diario El Comercio Profesor universitario ( UTPL, UES)</p>	<p>Moral, ética profesional, conocimiento temático y dominio tecnológico dentro del área que cubre</p> <p>Capacidad de análisis, de objetividad, de expresión oral y escrita, creatividad y compromiso.</p> <p>Capacidad de contar e investigar historias independientemente del soporte en el cual se difundan. Que cuente los hechos y no los distorsione .</p> <p>Ser éticos, equilibrados y justos.</p> <p>La rigurosidad en su trabajo como una preocupación permanente.</p> <p>Un compromiso con la verdad, que nace de la aceptación que el periodismo es un servicio social</p>
<p></p>	<p>Una sólida formación ética, acompañada de un alto sentido de responsabilidad.</p> <p>Independencia frente a los poderes económicos y políticos.</p>

<p><b>Paúl Mena</b> Corresponsal del Ecuador para la cadena internacional BBC de Londres (Inglaterra)</p>	<p>Capacidad para trabajar con las nuevas tecnologías, sobre todo redes sociales porque allí está el futuro del periodismo</p>
 <p><b>Gabriela Muñoz</b> Ex Editor de información de Diario El Comercio Ex corresponsal de Loja y Riobamba</p>	<p>Dominio y creatividad para el manejo del lenguaje, la redacción y la escritura periodística.</p>
	<p>Capacidad para trabajar en varios entornos virtuales, considerando siempre la necesidad de valorar y contrastar las fuentes.</p>
	<p>Flexibilidad operativa y mental.</p>

Los periodistas en ejercicio en el Ecuador, a diferencia de los académicos no señalan el manejo del lenguaje y la redacción periodística como una de las competencias fundamentales.

La gran mayoría opina que esta habilidad es de carácter básico, no conciben a un periodista que no pueda escribir, y más bien en relación al manejo del lenguaje, consideran que, una competencias fundamentales es la gestión y verificación de contenidos para diversos entornos virtuales. Competencia que podría resumirse en el manejo de las nuevas tecnologías de información y la comunicación.

Otra de las competencias altamente valorada por los periodistas es la formación ética del profesional, lo cual le permitirá en primera instancia, un apego y defensa de los ideales de la profesión, pero sobre todas las cosas, mantener la independencia periodística. Se resaltó además la necesidad de tener vocación.

La capacidad de análisis de la realidad y el espíritu de investigador fue también uno de los ámbitos señalados, como parte de los conocimientos y habilidades vinculadas con el ejercicio profesional.

### 6.4.4. Competencias desde la visión de la empresa periodística en Ecuador

Empresa periodística	Competencias
 <p><b>Jaime Abello</b> Director de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano ( FNPI, Colombia)</p>	<p>Dominio de las herramientas del periodismo narrativo y del análisis crítico .</p> <p>Capacidad de investigación y análisis de la realidad</p> <p>Capacidad y creatividad para trabajar en un escenario marcado por la convergencia de las redes.</p> <p>La formación ética del comunicación es fundamental para asegurar la independencia y el buen periodismo</p>
 <p><b>Fernando Larenas</b> Editor General del Diario El Comercio – Ecuador Ejercer las funciones de gerente encargado</p>	<p>Capacidad para documentar, verificar y enlazar información para los nuevos medios.</p> <p>Una cultura mundial y local muy sólida que le permita de manera instánea que le permita entender la coyuntura social y su repercusión en todos los órdenes.</p> <p>Capacidad para manejar diversidad de las fuentes.</p> <p>Capacidad para discriminar un hecho noticioso de la cotidianidad de su nación o de su sector.</p>
 <p><b>José Mármol</b> Secretaria Ejecutivo de Signis Asociación Católica de Comunicación que administra algunos medios de comunicación y capacita a periodistas en Ecuador.</p>	<p>Observación aguda, capacidad para tomar notas.</p> <p>Conocimiento de la realidad nacional, latinoamericana y mundial.</p> <p>Conocimiento de la semántica y semiótica.</p>

<p><b>Jorge Durán</b> Delegado de la Gerencia de Diario El Mercurio Editor de información</p>	<p>Actualización constante de conocimientos varios y su relación con el periodismo virtual.</p>
<p> <b>Vicente Ordóñez</b> Unión Nacional del Periodistas</p>	<p>Domino de las normas de redacción y ortografía como elemento básico para su ejercicio profesional</p> <p>Un ser humano de una cultura muy amplia</p> <p>Ética e integridad a toda prueba.</p> <p>Capacidad de análisis y reflexión de los diversos problemas sociales del país .</p>
<p> <b>Diego Cornejo</b> Presidente de la Asociación de Editores de Periódicos (AEDEP )</p>	<p>Manejo de fuentes de la Internet.</p> <p>Manejo de redes sociales</p> <p>Fotografía digital</p>
<p> <b>Pilar Núñez</b> Consejo Consultivo de la Televisión Pública</p>	<p>Capacidad para aprovechar las ventajas de las nuevas tecnologías y las redes sociales, para lograr la incorporación y la interacción con todos los grupos sociales.</p> <p>Capacidad para desarrollar procesos relacionados con el periodismo de investigación</p>
<p></p>	<p>Capacidad de trabajo bajo presión</p> <p>Dominio de diversos temas y tópicos en general</p>

<b>Eduardo Vivanco Celi</b> Gerente de Diario La Hora ( Regional Loja )	Dominio del lenguaje y la escritura periodísticas tanto para periodismo impresos como periodismo digital
--	--

Hay dos preocupaciones, en cuanto a la competencias profesionales, que se repiten dentro del criterio de los empresarios vinculados con la comunicación y el periodismo en el Ecuador, la primera es la relacionada con el hecho de poseer de una cultura amplia, en todos los ámbitos, que en su conjunto convierten al periodista en un intelectual, capaz de realizar de manera permanente un análisis crítico de la realidad.

Y la segunda, estaría relacionada con la capacidad del periodista para encontrar a información, documentarla y verificarla atendiendo siempre a la diversidad de fuentes, y luego la capacidad de publicarla en diferentes soportes.

Como una de las competencias de carácter secundario se señaló a la ética periodística, y la capacidad de trabajar bajo presión.

### **6.4.5. Análisis del perfil profesional de las tres ofertas seleccionadas**

El análisis del perfil profesional dentro de las ofertas en estudio, debería tener una estrecha relación con las competencias planteadas a lo largo de la malla curricular, sin embargo, no hay una armonización en este sentido, aunque no es un tema muy preocupante.

La Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador, dentro de su perfil profesional, señala que el profesional de la Comunicación Social es un comunicador capaz de diseñar, realizar, utilizar y evaluar procesos, proyectos y productos comunicativos sobre las diversas esferas de la vida, con fines sociales y empresariales.

El perfil tiene un enfoque ampliamente social, de hecho las prácticas y emprendimientos profesionales se realizan en zonas periféricas de la ciudad de Quito, como un mecanismo para consolidar una conciencia social en los estudiantes.

La formación general de los estudiantes está proyectada en procesos investigativos, fundamentos epistemológico-culturales, destrezas tecnológicas y diversidad mediática, aunque estos conocimientos se concentran básicamente en los medios tradicionales, que además en un campo en el cual los estudiantes han manifestado su deseo de trabajar.

Como valores profesionales, el perfil propuesto por la Universidad Central del Ecuador, se centran en la defensa de la libertad, democracia, respeto, solidaridad y compromiso social. El título que otorga es una licenciatura en Comunicación Social con énfasis en Periodismo.

En cuanto el perfil profesional propuesto por la Universidad del Azuay, como lo hemos manifestado, se centra en el desarrollar de destrezas y habilidades para el trabajo dentro de la publicidad y las relaciones públicas.

El comunicador social de la UDA es un planificador y de la comunicación, con capacidad crítica, acompañada de una formación ética y capacidad crítica, producto de las diferentes orientaciones teóricas y prácticas que tiene la propuesta curricular.

El profesional estará en capacidad de planificar, ejecutar y evaluar campañas publicitarias y sociales; diseñar y dirigir la producción de artes, spots y jingles; estructurar programas de identidad corporativa, relaciones públicas, publicidad y promoción.

Uno de los objetivos centrales de la UDA es la realización personal del estudiante y el servicio a la comunidad. El título que otorga es de licenciado en Comunicación Social y Publicidad

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Técnica Particular de Loja, por su

parte, se centra en la formación de un especialista en tratamiento, gestión y edición de todo tipo de contenidos por medios de sistemas de comunicación tradicionales y digitales.

Además el profesional de la Comunicación de la UTPL tiene capacidad para dirigir y gestionar una empresa de producción audiovisual y mercados audio visuales. Es un profesional con una sólida formación ética y responsabilidad social, enmarcada en la filosofía del Humanismo Cristiano. El título que otorga es una Licenciatura en Comunicación Social.

## 6.4.6 Análisis comparativo del perfil profesional

PERFIL PROFESIONAL		
FACSO	UDA	UTPL
Periodista, comunicador social, comunicador social del arte y la cultura, comunicador organizacional e institucional	El profesional se formará como un planificador y actor de la comunicación, con cualidades de educación ética y capacidad crítica, para lo que contará con las diferentes orientaciones teóricas de la comunicación y sus campos de aplicación.	Especialista en investigación y análisis de fenómenos y procesos de la comunicación en general Capacidad para dirigir y gestionar una empresa de producción audiovisual, pudiendo además desarrollar su actividad como consultor e investigador de empresas y mercados audiovisuales.
Edocomunicador	La solvencia académica será el fundamento de su realización personal y de un efectivo servicio a la comunidad.	Profesional con solida preparación ética y de responsabilidad social en el ejercicio comunicacional.
Reportero, periodista, jefe o director de empresas de Comunicación Social. Asesor de comunicación social en empresa y organización en general Director de su propia empresa de comunicación.	El profesional estará en capacidad de planificar, ejecutar y evaluar campañas publicitarias y sociales; diseñar y dirigir la producción de artes, spots y jingles; estructurar programas de identidad corporativa, relaciones públicas, publicidad y promoción, todo esto en un marco estratégico, teórico y práctico.	Profesional en cualquier soporte mediático tradicional o electrónico que desarrolla su actividad mediante los géneros, creando contenidos periodísticos Especialista en el tratamiento, gestión y edición de todo tipo de contenidos por medios de sistema digitales Comprende las tareas de redactar, reportero, presentador y director incluido el diseño, la escritura y la ejecución de guiones de reportajes y documentales audiovisuales o multimedia.

## 6.4.7. Análisis comparativo del campo ocupacional

Universidad Central del Ecuador, Universidad del Azuay, Universidad Técnica Particular de Loja

### CAMPO OCUPACIONAL

FACSO	UDA	UTPL
Empresas públicas y privadas de medios de comunicación: prensa escrita, televisión y radio	Medios de comunicación masivos. Productoras de materiales comunicacionales	El futuro profesional de la Comunicación Social podrá trabajar en calidad de reportero, editorialista, editor y /o consultor de medios tradicionales y nuevos medios de comunicación
Organizaciones públicas y privadas en actividades de comunicación social de educación y culturales	Relaciones públicas en instituciones privadas, públicas y ONG	Podrá desempeñarse como Relacionador público y gestor de nuevos procesos comunicativos en instituciones de todo orden
Empresas, departamentos y agencias de producción de información a través de la WEB	Departamentos de mercadeo, promoción y publicidad Empresas de investigación de mercados	Está capacitado para desempeñarse como productor, realizador y guionista de producciones audiovisuales
Gobiernos nacionales y locales		
Empresas propias	Libre ejercicio profesional	El Comunicador Social de la UTPL tendrá una formación multidisciplinaria, capaz de participar en procesos de asesoría de imagen, política y otros procesos de Educomunicación

## **6.5. PROPUESTA GENÉRICA IDEAL PARA LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES EN EL ECUADOR**

La presente propuesta nace acogiendo de manera general el pedido de la UNESCO a las universidades del mundo: *“formar a los estudiantes para que se conviertan en ciudadanos bien informados y profundamente motivados, provistos de un sentido crítico y capaces de organizar los problemas de la sociedad, buscar soluciones, aplicarlas y asumir responsabilidades sociales”* ; y además la normativa académica y administrativa propuesta por el contexto europeo en relación a los créditos ECTS, y las recomendaciones de orden académico que cita el Libro Blanco de las titulaciones en Comunicación Aneca .

Se acoge, además, por la vinculación e importancia, en el contexto latinoamericano, a las observaciones que la UNESCO hace en el caso particular de la formación de Periodistas, que se encuentran en el documento *“ Plan modelo de estudios de periodismo”*, del 2007.

El documento en mención, y aplicado por la Escuela de Comunicación Social de la UTPL, en su modalidad presencial entre otras cosas propone las siguientes líneas de formación:

- Fundamentos periodísticos
- Cobertura periodística
- Periodismo especializado
- Periodismo en línea
- Derecho de los medios de comunicación y
- Ética Periodística

Áreas destacadas y fundamentales para la formación profesional, por lo cual este enfoque y los respectivos contenidos académicos que se encuentran reflejados a lo largo de la malla curricular propuesta.

La propuesta parte del estudio y análisis de las tres ofertas académicas, seleccionadas bajo la figura de estudio de caso, que fuera debidamente justificada y detallada en la metodología.

Acoge, además, las opiniones de los estudiantes de los últimos ciclos de las carreras involucradas dentro de estudio, y recogidas por medio en la encuesta. El formulario en mención explora los siguientes aspectos: perspectivas laborales, competencias profesionales, debilidades y fortalezas del proceso formativo y la posible consolidación de un espacio ecuatoriano de Educación Superior.

En relación a la estructura de la oferta académica en mención, se ha construido una malla curricular compuesta en tres ejes formativos y profesionales:

- a.- Formación básica
- b.- Formación social/humanística
- c.- Formación práctica profesional

Luego de la revisión y análisis de las mallas curriculares, en términos generales, podemos deducir una serie de factores colaterales y recurrentes, que han marcado el desarrollo académico e incluso administrativo de las escuelas y facultades en estudio, entre los cuales, como preámbulo destacamos:

a.- Escasa y en algunos casos uniformidad de los planes de estudio, provocado de manera particular por la escasa y casi nula vinculación de profesores a tiempo completo. Planes de estudio sin control institucional, y en algunos casos, ni docente. A lo cual se suma la improvisación de las políticas curriculares y docentes, en general.

b.- Débil conexión entre los planes analíticos de materias a fines, lo que evidencia, un divorcio entre la teoría y la práctica real, un escaso equilibrio entre estos dos ejes formativos, así como en la pertinencia y actualidad de los contenidos propuestos.

c.- Inflación, diversidad de títulos y salidas profesionales, que le están dando a la formación de Comunicadores Sociales en el país, un peso marcadamente técnico, dejando de lado la verdadera función de la universidad.

Con estos antecedentes particulares de las ofertas ecuatorianas en estudio, nos permitimos poner a consideración la siguiente malla curricular genérica, compuesta por 250 créditos académicos estructurados bajo de figura de créditos ECTS.

La distribución del plan de estudios genérico ideal para la formación de comunicadores sociales, en Ecuador, en créditos ECTS sería:

- a.- Formación Básica: 60 créditos
- b.- Formación Social y Humanística : 150 créditos
- c.- Formación práctica profesional: 40 créditos

Para definir el número de materias a cursarse en cada uno de los ciclos académicos realizamos las siguientes reflexiones valorativas. En primera instancia, consideramos las ofertas en estudio.

Son ofertas en vigencia dentro del país, además corresponden a universidades que han sido evaluadas y acreditadas por el Estado Ecuatoriano con la máxima categoría, esto quiere decir calificación A .

La valoración de las mallas, la distribución de las materias, en mención se expresa de la siguiente manera:

### Materias de Formación Básica

Universidad	Número de total de materias	Número de materias de formación básica	Porcentaje que ocupan en la malla las materias de formación básica
FACSO	70	29	41,4%
UDA	58	19	32,7%
UTPL	52	19	36,5%

### Materias de Formación Social y Humanística

Universidad	Número de total de materias	Número de materias de Social/ Humanística	Porcentaje que ocupan en la malla las materias de Social / Humanística
FACSO	70	36	51,4%
UDA	58	35	60,3%
UTPL	52	28	53,8%

### Materias de Formación Profesional ( Práctica profesional)

Universidad	Número de total de materias	Número de materias de Social/ F. Práctica Profesional	Porcentaje que ocupan en la malla las materias Social / F. Práctica Profesional

FACSO	70	5	7,14%
UDA	58	4	6,89%
UTPL	52	4	7,69%

Además, se revisó de manera aleatoria, las mallas que presenta el libro de blanco, poniendo especial importancia que en las mallas de las siguientes universidades: Complutense de Madrid, Santiago de Compostela y País Vasco.

La propuesta que presentamos para la discusión y análisis respectivo se centra en 250 créditos académicos, considerando básicamente dos referentes:

- 1.- La propuesta de créditos ECTS de la Unión Europea, expuesta en libro blanco de las titulaciones de Comunicación Aneca ( 2007) estable que el número de créditos de las titulaciones de Comunicación sea de 200 créditos, distribuidos en cuatro años de estudio.
- 2.- De manera particular que el CONESUP, de acuerdo al reglamento de régimen académico (vigente desde el 29 de enero del 2009 hasta la actualidad) en su artículo 23 establece que para la licenciatura se deberá aprobar al menos un número de 225 créditos, como mínimo. No hace observaciones en relación al tiempo de duración de los estudios.

## **Malla Curricular Genérica**

### **PRIMER CICLO ACADÉMICO**

<b>Materia</b>	<b>Eje formativo</b>	<b>Créditos</b>
Historia del mundo contemporánea	Básica	4
Fundamentos de la economía de la comunicación y la información	Básica	4

Expresión oral y escrita	Básica	4
Realidad Nacional	Básica	4
Teoría de la Comunicación	Social/humanística	6

Se sugiere al estudiante tomar el primer nivel de idioma o presentarse a la prueba de aptitud. Para poder egresar debe aprobar tres niveles de inglés, deberá aplicar de manera satisfactoria la prueba Toffel, que en su conjunto representan un total de 12 créditos.

### SEGUNDO CICLO ACADÉMICO

Materia	Eje formativo	Créditos
Principios básicos de metodología de la Investigación Científica	Básica	4
Literatura	Básica	4
Historia de la Comunicación	Básica	4
Producción informativa y nuevos géneros	Social/ Humanística	6
Teoría de la Imagen	Social/ Humanística	6

### TERCER CICLO ACADEMICO

Materia	Eje formativo	Créditos
Estadística aplicada a la Comunicación	Básica	4
Ciencia Política	Básica	4

Industrias Culturales	Básica	4
Psicología de la Comunicación	Social/humanística	6
Lingüística	Social/humanística	6
Foto periodismo	Social /humanística/ OPTATIVA	6
Talleres de redacción periodística	Social /humanística/ OPTATIVA	6

El estudiante debe seleccionar únicamente una materia optativa

#### CUARTO CICLO ACADEMICO

Materia	Eje formativo	Crédito
Movimientos artísticos contemporáneos	Básica	4
Sociología	Básica	4
Diseño gráfico y composición visual	Social/humanística	6
Opinión Pública	Social/humanística	
Locución Audiovisual	Formación práctica profesional	10
Historia del periodismo y la literatura contemporánea	Social /humanística/ OPTATIVA	6

### QUINTO CICLO ACADEMICO

Materia	Eje formativo	Crédito
Deontología y Legislación periodística	Social humanística	6
Publicidad	Social/humanística	6
Infografía	Social/humanística OPTATIVA	6
Revistas y periódicos impresos	Social/humanística OPTATIVA	6
Pasantía comunicación digital	Formación práctica profesional	10

### SEXTO CICLO ACADEMICO

Marketing	Social/humanística	6
Ética periodística	Social/humanística	6
Comunicación para el desarrollo	Social/humanística	6
El cine en la historia de la humanidad	Social/humanística OPTATIVA	6
Teoría y Análisis de los Cyber medios	Social/humanística OPTATIVA	6
Pasantía Comunicación Institucional y Gabinetes de comunicación	Formación práctica profesional	10

## SÉPTIMO CICLO ACADÉMICO

Materia	Eje formativo	Crédito
Educomunicación	Social/humanística	6
Comunicación Organizacional	Social/humanística	6
Marketing aplicado al periodismo	Social/humanística OPTATIVA	6
Negocios Multimedia	Social/humanística OPTATIVA	6
Pasantía comunicación visual y diseño gráfico	Formación práctica profesional	10

## OCTAVO CICLO ACADÉMICO

Materia	Eje formativo	Crédito
Relaciones públicas	Social/humanística	6
Periodismo especializado	Social/humanística OPTATIVA	6
Cobertura periodística	Social/humanística OPTATIVA	6
Trabajo de fin de grado	OBLIGATORIA	12

**Total de créditos para obtener una licenciatura en Comunicación Social es del 250 créditos ETCS**

**Formación Básica:** 60 créditos ( se consideran además los 12 créditos académicos aunque no consten en la malla, correspondientes los tres niveles de inglés )

**Formación Social:** 150 créditos. 15 materias de formación social humanística y 8 materias optativas dejando en libertad al estudiantes para definir su futura especialización, por cual dentro de la malla figuran 12 materias optativas.

Se considera además el trabajo de fin de grado, que tiene 12 créditos académicos

**Formación Profesional:** Pasantías practicas profesionales, estructuradas en tres niveles, aunque se ofertan cuatro para que el estudiante pueda elegir.

## 6.5.1. Propuesta genérica de contenidos micro curriculares para la formación de Comunicadores Sociales en el Ecuador

### PRIMER NIVEL

- **Materia:** Historia del mundo contemporánea



#### Qué debe estudiar:

Historia de las Relaciones Internacionales Contemporáneas  
Historia de la Política Exterior del mundo  
Conceptos básicos sobre Transición y la Política Exterior  
Evolución del mundo contemporáneo.



#### Qué debe leer.

Cortázar Echeverría G; Cruz Valenciano, J. (1985) *Cómo estudiar historia. Guía para estudiantes*. Barcelona, Vicens Vives  
Martínez E., Maqued Abreu, C. (1994) *La Historia y las ciencias sociales*, Madrid, Istmo  
Moradiellos E (1994) *El oficio de historiador*, Madrid, Siglo XXI  
Serna J., Pons, A. (2000) *Cómo se escribe la microhistoria : ensayo sobre Carlo Ginzburg*, Madrid, Cátedra

- **Materia:** Fundamentos de la economía de la comunicación y la información



#### Qué debe estudiar:

Cuestiones económicas a nivel general.  
La realidad económica internacional y su incidencia dentro de los contextos locales  
Técnicas de análisis necesarias para el conocimiento de la realidad económica de su región y de su país en particular



#### Qué debe leer:

Alonso José A. (director) ( 2007): *Lecciones sobre economía mundial*. Civitas, Madrid (3ªedición).

González Manuel J. y otros ( 2009): Introducción a la Economía. Pearson  
Alfonso Vara Miguel ( 2005): Economía básica para comunicadores. Eunsa

- **Materia:** Expresión Oral y Escrita



#### **Qué debe estudiar:**

La lectura como fundamento del desarrollo humano  
Fundamentos y elementos del lenguaje oral y escrito  
Estructura en general del lenguaje y su aplicación dentro del periodismo  
Particularidades propias del lenguaje oral y escrito



#### **Qué debe leer:**

Guerrero Jiménez Galo ( 1994) : Comunicación y lenguaje, UTPL.  
Guerrero Jiménez, Galo ( 2006): Gramática I, La oración, UTPL, Loja  
Guerrero Jiménez, Galo ( 2007) : Ortografía y Composición, segunda edición, UTPL, Loja.  
Guerrero Jiménez, Galo ( 2006) : Gramática II, Las palabras, UTPL, Loja, 2006.

- **Materia:** Realidad Nacional



#### **Qué debe estudiar:**

Funcionamiento global de la economía en el Ecuador  
Situación Política y cultura del Ecuador  
Evolución histórica del Ecuador



#### **Qué debe leer:**

Cuadrado, Juan (Director): Política Económica: Elaboración, Objetivos e Instrumentos. Editorial Mc. Graw Hill. Tercera Edición. Madrid. 2006.  
FUNDACIÓN JOSÉ PERALTA: Ecuador: Su Realidad. Quito. Décima Quinta Edición.2007.  
Valdano Juan ( 2005): Identidad y formas de lo ecuatoriano. Eskeletra Quito

- **Materia:** Teoría de la Comunicación



#### **Qué debe estudiar:**

Los fenómenos comunicativos  
Teorías básicas de la comunicación  
Presentar, analizar y valorar las teorías y modelos de la comunicación.



### Qué debe leer:

Alsina, J. (1986) Etología, ciencia actual. Barcelona, Anthropos.  
 Abril, Gonzalo. (1997). Teoría General de la Información. Ediciones Cátedra, Madrid.  
 Bateson, G Y otros, (1987) La nueva comunicación. Barcelona Kairos (2<sup>da</sup> Ed.).(1981).  
 Benito, A. (1989), Ecología de la comunicación de masas. Madrid, Eudema.  
 Moragas Spa, Miquel ( 1984). Teorías de las comunicación. Barcelona. Gustavo Gili.

## SEGUNDO NIVEL

- **Materia:** Principios básicos de metodología de la investigación científica



### Qué debe estudiar:

Técnicas de investigación  
 instrumentos de indagación cuantitativos y cualitativos  
 Muestreo, Entrevistas. Técnicas proyectivas.  
 Investigación descriptiva. Encuestas



### Qué debe leer:

Ibañez Jesús, (1996). «Perspectivas de la investigación social: el diseño en las tres perspectivas» En: García Ferrando, Manuel; Ibañez, Jesús y Alvira, Francisco. (Comp.). (1996) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Alianza Editorial, Madrid, 2<sup>o</sup> edición revisada y ampliada.  
 Delgado Juan Manuel y Gutiérrez Juan. (Coord.). (1994). Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales. Editorial Síntesis, Madrid

- **Materia:** Literatura



### Qué debe estudiar:

Conocimiento de los iconos de la literatura mundial  
 Panorámica de la Literatura Ecuatoriana del Siglo XX y comienzos XXI  
 Literatura y periodismo



### Qué debe leer:

Adam Jorge Enrique, La gran literatura ecuatoriana del 30, Quito: El Conejo, 1984  
 Arias, Augusto, Panorama de la literatura ecuatoriana, Quito: La Salle, 1961

Carrión, Alejandro, Diccionario de la literatura latinoamericana: Ecuador, Washington: Unión Panamericana, 1962  
Donoso Pareja, Miguel (Ed), Antología de narradoras ecuatorianas, Quito: Libres, Colección Antares No. 128, 1997  
Pérez, Galo René, Pensamiento y literatura del Ecuador: crítica y antología, Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana, 1972.

- **Materia:** Historia de la Comunicación



### Qué debe estudiar:

La estructura de los medios y de sus diferentes soportes y formatos a lo largo de la historia.

Conocimiento de las modalidades y tradiciones comunicacionales internacionales, así como su evolución histórica e impacto en la vida cotidiana de los ciudadanos.

Conocimiento del impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en diferentes contextos históricos.

Conciencia del papel que los medios y los profesionales de la comunicación han desempeñado en la defensa de la libertad de expresión a lo largo de la historia.



### Qué debe leer:

Mattelart, Armand. (1995). La invención de la comunicación. Bosch Casa Editorial, Madrid.

Mattelart, Armand. (1998). La mundialización de la comunicación. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1º edición.

Villamarín José (2007) : Historia de la Comunicación. Quito. CIESPAL

- **Materia:** Teoría de la Imagen



### Qué debe estudiar:

Análisis del concepto de imagen y su clasificación

Definición e identificación de los principales componentes visuales, conceptuales y semánticos que se usan en los medios audiovisuales.

Producción de imágenes visuales fundamentadas en investigación



### Qué debe leer (Bibliografía):

Bustamante, E. y Álvarez, J.M., 1999. Presente y futuro de la TV digital. Madrid: Edipo

Alemán, Walter Alonso (2000)

Diccionario de las tecnologías de la imagen. España: Genisa, 1998.

Gómez Alonso, Rafael (2001) “Análisis de la imagen: estética audiovisual”. Madrid:

Arco.

Vilches, Lorenzo (1986) "La lectura de la imagen: prensa, cine y TV". Barcelona. Editorial Paidós.

## TERCER NIVEL

- **Materia:** Estadística Aplicada a la Comunicación



### Qué debe estudiar:

Visión global de los fundamentos de la estadística.

Técnicas básicas utilizadas en los estudios de mercado de los medios de comunicación y opinión.

Análisis de datos, provenientes de contrataciones empíricas y operaciones estadísticas.



### Qué debe leer:

Bou don, Raymond y otros.- Corrientes de investigación en las ciencias sociales.- Tocan/Busco (1981) Madrid.

Frenan, Clinton C.- Elementos de estadística aplicada.- Suramérica, S.A. (1971) Madrid.

García Fernando.- El análisis de la realidad social.- Alianza Universidad (1990) Madrid.

García Ferrando, Manuel.- Socio estadística.- Alianza Universidad (1989) Madrid.

- **Materia:** Ciencia política



### Qué debe estudiar:

Estudio de la macroeconomía como fundamento de la política y de la acción

Principios básicos sobre macro y micro economía



### Qué debe leer:

Cuadrado, J.R. y otros (2005): ¿Política Económica: elaboración, objetivos e instrumentos¿, Mac Graw Hill, 3ª ed., Madrid.

Fernández Díaz, A. (2006): ¿Política económica¿, Mac Graw Hill, 4ª ed., Madrid.

Mochón, F (2005): ¿Economía. Teoría y Política¿, Mac Graw Hill, 5ª ed., Madrid.

- **Materia:** Industrias Culturales



### Qué debe estudiar:

Conceptualización de la producción cultural como actividad industrial.  
Composición y estructura del sector.  
Análisis y evaluación de su importancia en las sociedades desarrolladas.  
Subsectores, concentración y fenómenos de transnacionalización.



### Qué debe leer:

Zallo, Ramón, Economía de la comunicación y la cultura, Ed. Acal, Madrid, 1988  
Keynes, Douglas. (1998). «Vencer la línea divisoria: estudios culturales y economía política». En: Bergson, M. / Holding, P. (Eds.). (1998). Economía Política y Estudios Culturales. Bosch Casa Editorial, Barcelona, 1º edición.

- **Materia:** Psicología de la Comunicación



### Qué debe estudiar:

Técnicas de análisis de la comunicación entre personas  
Comportamiento sociales y manifestaciones sociales  
Paradigmas referenciales para el estudio del comportamiento humano y el accionar de los medios de comunicación



### Qué debe leer :

Bateson, G. et al. (1982). La nueva comunicación. Barcelona: Quirós.  
Benito, A. (1991). Diccionario de ciencias y técnicas de comunicación. Madrid: Ediciones Paulinas.  
Buseta, L. (1992). Fundamentos psicosociales de la información. Barcelona: Centro de Estudios Ramón Areces.  
Cuesta, U. (2000). Psicología social de la comunicación. Madrid: Cátedra.  
Mucchielli Alex. (1998). Psicología de la comunicación. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1º edición.  
Vatzlawic, Beavin y Jackson. Teoría de la comunicación humana

- **Materia:** Lingüística



### Qué debe estudiar:

Conceptos básicos de la Lingüística y los mecanismos para el análisis del lenguaje.  
Teorías y metodologías lingüísticas como instrumento en el estudio de las lenguas.



### Qué debe leer:

Alonso-Cortés, Ángel. Lingüística general. Madrid: Cátedra, 2008

Martínez Celadrán, E. El sonido en la comunicación humana: introducción a la fonética. Barcelona: Octaedro, 1996.

Yule, G. [1996] El lenguaje. Cambridge: Cambridge University Press (España), 1998.

- **Materia:** Historia de la fotografía



### Qué debe estudiar:

Recorrido histórico de la fotografía y el desarrollo de los sistemas de la representación de la perspectiva.

Influencia de las corrientes artísticas y desarrollo de un lenguaje fotográfico propio

La fotografía entra al mercado de productos y servicios: la masificación.

La fotografía como documento social.

Fotoperiodismo y estilos documentales. Nuevos lenguajes artísticos. Identidad visual.



### Qué debe leer :

Arnheim, R. (1989): “Sobre la naturaleza de la fotografía”, en Nuevos ensayos sobre psicología del arte. Alianza, Madrid.

Costa, J. (1977): El lenguaje fotográfico. CIAC, Madrid..

Dubois, P. (1983): El acto fotográfico. Paidós, Barcelona.

Erausquin, M.A. (1995): Fotoperiodismo. Formas y códigos. Síntesis, Madrid.

Garrett, J. (2001): La fotografía en blanco y negro. Blume, Barcelona.

- **Materia:** Talleres de redacción periodística



### Qué debe estudiar:

Herramientas básicas para enriquecer su redacción, ampliando su vocabulario y su manejo de la gramática.

Manejo de los diferentes géneros periodísticos

Dominio de las principales técnicas de redacción y manejo de la información, sobre todo para plataformas virtuales.

### Qué debe leer (Bibliografía):

Casado Velarde M ( 1995): Introducción a la gramática del texto en español.

Casares J ( 1996): Diccionario ideológico de la lengua española, G. Gili. B.

Casaus, J.M ( 1988): Iniciación a la periodística, B.Teide

Diezhandino, M<sup>a</sup>. Pilar ( 1994) El quehacer informativo. El “arte de escribir” un

texto periodístico, Bilbao

Dijk Teun Van (1990). La noticia como discurso. Paidós. Barcelona.

## CUARTO NIVEL

- **Materia:** Movimientos artísticos contemporáneos



### Qué debe estudiar:

Revisión de la escena artística del siglo XX, desde el panorama abierto tras la segunda Guerra Mundial hasta el balance finisecular sobre el legado de las vanguardias históricas.



### Qué debe leer :

Bonito Oliva, A.: El arte hacia el 2000. Akal. Madrid, 1992.

Chipp, H. B.: Teorías del arte contemporáneo. Fuentes artísticas y opiniones críticas. Akal. Madrid, 1995.

Fried, M.: Arte y objetualidad. Ensayos críticos. A. Machado Libros. Madrid, 2004.

Greenberg, C.: Arte y cultura. Ensayos críticos. Gustavo Gili. Madrid, 1979.

Guas, A. M<sup>a</sup>.: El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural. Alianza. Madrid, 2000.

Hughes, R.: Visiones de América. La historia épica del arte moderno. Galaxia Gutenberg. Barcelona, 2001

- **Materia:** Sociología



### Qué debe estudiar:

Reconocer y entender los distintos elementos del proceso de la comunicación.  
Distinguir los elementos y teorías de la comunicación



### Qué debe leer:

Morín, Edgar. (1995). Sociología. Editorial Tecnos, Madrid. «III. Sociología del presente. A. El método in vivo».

Pérez Díaz, Víctor Miguel. (1998). Introducción a la Sociología. Concepto y método de la ciencia social en su historia. Alianza Editorial, Madrid.

Bauman, Z. (2002): Modernidad líquida. México: FCE.

Castells Manuel (2001). Galaxia Internet. Barcelona

Ortega, F. y Humanes, M. L. (2000): Algo más que periodistas: Barcelona: Ariel.

Sartori, G. (1998): Homo videns: La sociedad teledirigida. Madrid: Taurus.

- **Materia:** Diseño gráfico y composición visual



### Qué debe estudiar:

Técnicas y formas de composición  
El color. Teoría y propiedades básicas del color  
Diseño publicitario e identidad corporativa



### Qué debe leer :

Braham, Bert: Manual del Diseñador Gráfico. Celeste Ediciones. Madrid, 1991.  
DORMER, Peter: El diseño desde 1945. Editorial Destino. Barcelona, 1993.  
MIRANDA, Santiago: El Quinto Cuarto. Edit. Junta de Andalucía. Sevilla, 1999.  
PERFECT, Christopher: Guía completa de la Tipografía. Editorial Blume. Barcelona, 1994.  
SATUÉ, Enric: El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días. Editorial Alianza Forma. Madrid, 1992.

- **Materia:** Opinión Pública



### Qué debe estudiar:

Estudio del concepto, historia, fundamentos, procesos y teorías de la opinión pública  
Aproximaciones conceptuales a la opinión pública, a sus fundamentos teóricos, sus antecedentes históricos y las líneas actuales de investigación.

La relación que existe entre la opinión pública y la comunicación política, los procesos electorales, las encuestas de opinión y la influencia de los medios de comunicación en la sociedad.



### Qué debe leer :

Price, Vincent (2004) La opinión pública. Esfera pública y comunicación, Paidós, Barcelona.  
Habernas H ( 1994). Historia y critica de la opinión pública. Iteso México  
Monzón C ( 2006): Opinión pública, comunicación y política. Tecnos España  
Rey Lennon y otros ( 2003) : Pequeño manual encuestas de opinión pública

- **Materia:** Locución audiovisual



### Qué debe estudiar:

El guión multimedial y el sonido digital.  
Sincronización visual y sonora.

Efectos especiales para medios audiovisuales aleatorios y secuenciales.  
Perfeccionamiento las metodologías de trabajo en técnicas de registro y post-producción para video y multimedia.  
Conocimientos sobre percepción y evolución de los efectos especiales.



### Qué debe leer

Larrañaga José ( 2006). Redacción y locución de la información audiovisual. Escribir noticias para la radio y la televisión.

- **Materia:** Foto periodismo



### Qué debe estudiar:

Promoción del interés por la creación y la crítica fotográfica.  
Aproximación histórica, epistemológica, metodológica y conceptual al fotoperiodismo  
Conocimiento teórico/práctico de las dimensiones técnicas, estéticas, narrativas, retóricas y periodísticas de la fotografía en prensa.



### Qué debe leer:

Arnheim, R. (1993): Arte y percepción visual. Alianza, Madrid.  
Barthes, R. (1992): Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos, voces. Paidós, Barcelona.  
Barthes, R. (1982): La cámara lúcida. Gustavo Gili, Barcelona.  
Freund, G. (1976): La fotografía como documento social. Gustavo Gili, Barcelona.  
Fontcuberta, J. (1984): Estética fotográfica. Blume, Barcelona.

- **Materia:** Historia del periodismo y la literatura contemporánea



### Qué debe estudiar:

Evolución del periodismo y literatura  
Relación de la literatura y el periodismo. Realidad y verosimilitud  
El periodismo de opinión y su vinculación con la literatura. Casos emblemáticos: Ortega y Gasset, Truman Cappote , Gabriel García Márquez



### Qué debe leer:

Barrera Carlos ( coord.)Historia del periodismo universal. Ariel Barcelona  
Demás de los siguientes clásicos de la literatura: Capote, Truman. A sangre fría.  
Mailer, Norman. La canción del verdugo Martí José. Crónicas.

## QUINTO NIVEL

- **Materia:** Deontología y Legislación periodística



### Qué debe estudiar:

Entender vitalmente qué es y qué significa la Ética y la Deontología profesional.  
Conocer los conceptos, características y teorías principales de la Ética filosófica.

Conocer los principios éticos y las normas deontológica del Periodismo, Conocer los diferentes mecanismos e instrumentos de autorregulación informativa.



### Qué debe leer :

Ajejas J. A. y Serrano Oceja, F. J. (coords.) ( 2002 ) : Ética de la comunicación y de la información. Ariel, Barcelona

Aznar H ( 1999): Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación. Paidós, Barcelona.

Comunicación responsable. La autorregulación de los medios. Ariel, Barcelona (2ª edición actualizada).

Barroso P, ( 2007): Ética y Deontología Informática. Fragua, Madrid.

Brajanovic L, (1978): Deontología periodística. Eunsa, Pamplona.

Suárez Villegas, J. C ( 2001 ) : Principios de ética profesional. Tecnos, Madrid, Análisis ético de la información. MAD, Sevilla.

- **Materia:** Publicidad



### Qué debe estudiar:

Medios y mecanismos para elaborar publicidad

Mecanismos para la ejecución de una campaña de publicidad

La relación entre la ética y la publicidad



### Qué debe leer:

Aznar Hugo & Catalán Miguel (2000): Códigos éticos de publicidad y marketing, Barcelona Ariel.

Bassat, Luis (1993): El libro rojo de la publicidad, Barcelona, Folio.

Capriotti Paúl, (1999): Planificación estratégica de la imagen corporativa, Barcelona, Ariel.

Clar Eric (1988): La publicidad y su poder, Barcelona, Planeta.

Costa, Joan (1992): Reinventar la publicidad, Madrid, Fundesco.

- **Materia:** Infografía



### Qué debe estudiar:

Introducción a la infografía y su historia. Lenguaje infográfico y sus posibilidades de creación.

La infografía periodística. Valoración documental.

Fotoperiodismo. Discurso fotográfico. Ilustración periodística.

El lenguaje visual. Comparación discursos textuales y visuales. La búsqueda de la objetividad periodística. La subjetividad artística. Similitudes y contradicciones.



### Que debe leer (Bibliografía):

Valero Sancho y otros ( 2001) La infografía: técnica, análisis y usos periodísticos

Pablos José M: ( 1999) Info periodismo: el periodista como creador de infografía

- **Materia:** Documental para televisión



### Qué debe estudiar:

Técnicas para la realización de reportajes y documentales para televisión

Mecanismos para la comercialización y producción a bajo costo



### Qué debe leer:

Millerson Gerald (1991) Técnicas de realización y producción en televisión.

Madrid : Centro de Formación de RTVE, DL

Rincón Omar ( 2002): Televisión, video y subjetividad . Bogota Editorial Norma.

- **Materia:** Revistas y periódicos impresos



### Qué debe estudiar:

Naturaleza y características de los productos impresos

El periodismo impreso. Evolución y tendencias

Estado actual del negocio editorial periodístico



### Qué debe leer :

Armentía José ( 2003). Fundamentos del periodismo impreso. España. Ariel

Torres Valentina ( 2008). El impacto de la cultura de lo escrito. Universidad Iberoamérica México.

- **Materia:** Pasantía comunicación digital



### **Qué debe estudiar:**

Historia y evolución de la comunicación digital  
Características de la comunicación digital y la convergencia mediática  
Nuevos medios y la sociedad de la información



### **Qué debe leer:**

Neus Arqués ( 2006) Aprender comunicación digital. Paidós

Alberrich Jordi ( 2005) Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas. Editorial UOC

Arcilla Carlos ( 2008) Comunicación digital y ciberperiodismo: nuevas prácticas de la comunicación en los entornos virtuales. Universidad Católica Andrés Bello

## **SEXTO NIVEL**

- **Materia:** Marketing



### **Qué debe estudiar:**

Análisis de la conducta del consumidor y de los mercados.  
Conocer el funcionamiento de las variables operativas del marketing: producto, precio, comunicación y distribución.

Adquirir una visión estratégica del marketing como instrumento al servicio de la estrategia empresarial de las organizaciones.



### **Qué debe leer :**

Kotler P. y Armstrong, G. ¿Fundamentos del Marketing. (8a edición). México: Pearson 2008

Sánchez Guzmán, J.R.: ¿Marketing. Conceptos básicos y consideraciones fundamentales¿. McGraw-Hill, Madrid, 1995.

Stanton, W.J. et Al: ¿Fundamentos de Marketing¿ Novena edición, McGraw- Hill, 2004.

- **Materia:** Ética periodística



### Qué debe estudiar:

Identidad profesional

Los principales conflictos éticos del periodista de hoy

Deberes y responsabilidades periodísticas



### Qué debe leer :

Barroso A (1980): Códigos éticos de la profesión periodística. Madrid, Secretaría de Estado para la Información.

Cortina A.: Ética de la razón cordial. Educar en la ciudadanía en el siglo XXI. Ediciones Nobel, Oviedo, 2007.

Herrán Ma. Teresa; Restrepo J (2005 ) Ética para periodistas. Editorial Norma

- **Materia:** Comunicación para el desarrollo



### Qué debe estudiar:

La comunicación para el desarrollo en América Latina

Vinculación del desarrollo económico y el desarrollo social. Políticas en Latinoamérica

El papel de los medios de comunicación en el desarrollo social

Las nuevas tecnologías y el desarrollo del tercer mundo



### Qué debe leer:

Dervin, B. y Huesca, R. (1999). The participatory communication for development narrative: An examination of metatheoretic assumptions and their impacts. En: Jacobson, T.L. y Servaes, J., eds. Theoretical approaches to participatory communication. Cresskill, NJ, Hampton Press.

Díaz Bordenave, Juan y Horacio Martins de Carvalho (1978). Planificación y comunicación. Quito, CIESPAL y Fundación Friedrich Ebert

Esteinou Madrid, Javier (1992): Los procesos de comunicación latinoamericanos en los tiempos de libre mercado.

García Canclini, Néstor (1995a). Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, D. F.

Gumucio, Alfonso (2008) Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas históricas y contemporáneas

- **Materia:** El cine en la historia de la humanidad



### Qué debe estudiar:

Evolución y desarrollo del cine en sus diversos aspectos: sociales, históricos, artísticos, estéticos.

Cine, estética y comunicación



### Qué debe leer :

CEBOLLADA / RUBIO, Enciclopedia del Cine Español. Cronología, Ediciones del

Serbal, 1996.

Colectivo, Cine español.1896-1988, Ministerio de Cultura-

- **Materia:** Teoría y Análisis de los Cyber medios



### Qué debe estudiar:

Comunicación digital y nuevo periodismo

Gestión y documentación de información en la red

Medios digitales. Tendencias periodísticas y los modelos de negocio



### Qué debe leer:

Calderón Carlos, Díaz Nocí ( 2008) Comunicación Digital y Cyber periodismo: nuevas prácticas de la comunicación en los entornos virtuales. Universidad Católica Andrés Bello.

Díaz Nocí, Ramón Salaverria (2004) Manual de la redacción cibeperiodística. Editorial Ariel

López Xosé ( coordinador). Sistema digitales de información. Pearson Educación

- **Materia:** Pasantía Comunicación Institucional y Gabinetes de comunicación



### Qué debe estudiar:

Aplicación práctica de la comunicación institucional

Normativa para el manejo de un gabinete de comunicación

Estrategias para el manejo de gabinetes de comunicación



### Qué debe leer:

Castro Benito ( 2009) El auge de la comunicación corporativa. En: [www.augecomcorp.com](http://www.augecomcorp.com)

García Berta (2010) Gabinetes de comunicación on line. Claves para generar información corporativa en el red. Ediciones: Comunicación Social. Colección Periodística, 28

García Jesús (2000 ) La comunicación interna. Ediciones Día de Santos

## SÉPTIMO NIVEL

- **Materia:** Educomunicación



### Qué debe estudiar:

Comunicación, ciudadanía y valores

La comunicación desde la participación ciudadana y el rol de los medios de comunicación

Los retos educativos en una sociedad mediatizada



### Qué debe leer:

Barbero M ( 2003). Educación desde la comunicación. Editorial Norma

Mcluhan Marshall ( 1996). Comprender a los medios de comunicación, las extensiones del ser humano. Paidós Comunicación.

Thomponson John ( 1998) Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Paidós Comunicación.

- **Materia:** Comunicación Organizacional



### Qué debe estudiar:

Elaboración de planes de comunicación integral

Manejo de publicidad desde la visión de las agencias

Manejo de las empresas de relaciones públicas

La publicidad como herramienta de comunicación institucional.



### Qué debe leer:

Enrique Ana Ma. y otros ( 2008) La planificación de la comunicación empresarial. Universidad Autónoma de Barcelona.

Ferrer Eulalio ( 2002). Publicidad y comunicación. Fondo de cultura económica

- **Materia:** Marketing aplicado al periodismo



### Qué debe estudiar:

Fundamentos del marketing periodístico  
Marketing y mercado de la prensa y Estrategias de marketing de prensa.



### Qué debe leer:

Aznar H Y otros ( 2006) Comunicación responsable: la auto regulación de los medios. Ariel.  
Enderes W ( 1995): “Applied econometric time series” New York: John Wiley & Sons, p. 433.  
Fernández del Moral J ( 2004). Periodismo especializado. Ariel

- **Materia:** Negocios Multimedia



### Qué debe estudiar:

Mundialización de la información y los negocios relacionados con los medios de comunicación  
El periodismo digital como un proyecto de innovación empresarial  
Los modelos de negocio en medios de comunicación digital



### Qué debe leer:

Armañanzas Emy y otros ( 1996): El periodismo electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio. Barcelona Ariel  
Durán Barba, Jaime y Santiago Nieto ( 2010): El Arte de Ganar. Editorial Debate.  
Orihuela, J. L. (2006): La revolución de los blogs. Madrid: Esfera.  
Roush Chris ( 2004): Show Me the Money: Writing Business and Show Me the Money: Writing Business and Economics Stories for Mass Communication  
Economics Stories for Mass Communication

- **Materia:** Pasantía comunicación visual y diseño gráfico



### Qué debe estudiar:

Elementos básicos del diseño y el manejo de la comunicación audiovisual  
Producción, creación, escritura y realización de productos audiovisuales.  
El impacto social y psicológico que tiene los productos audiovisuales en el mundo actual. Estudio de casos



### Qué debe leer :

Del Río Pereda ( 1996): Psicología de los medios de comunicación: hacia el diseño sociocultural en comunicación audiovisual. España. Síntesis  
Pons Juan ( 1998): Nuevas tecnologías, comunicación audiovisual y educación. España Cedecs.

## OCTAVO NIVEL

- **Materia:** Relaciones Públicas



### Qué debe estudiar:

El enfoque comunicativo de las relaciones públicas y su fundamentación teórica, la relación entre la publicidad o la propaganda y las relaciones públicas.



### Qué debe leer:

Arce Vacas, José Luis, Fundamentos para la teoría y la práctica de las relaciones publicas, Barcelona, ESRP-PPU, 1988.

Bonilla, Carlos, La comunicación, función básica de las relaciones públicas, México, edición Trillas, 1988.

Gruning, James E. y HUNT, Todd, Dirección de relaciones públicas, Barcelona, edición Gestión 2000.

Nogero, Antoni, La función social de las relaciones públicas: Historia, Teoría y marco legal, Barcelona. ESRP-PPU, 1995.

- **Materia:** Periodismo especializado



### Qué debe estudiar:

Las principales áreas de especialización periodística

Técnicas y secretos del ejercicio profesional del periodismo especializado

Tendencias del periodismo especializado



### Qué debe leer:

Esteve Ramírez F y Fernández del Moral J ( 1999): Áreas de especialización periodística. Fragua. Madrid.

Fernández del Moral J (coord.). Periodismo especializado. Ariel. Madrid, 2004

Llano, Rafael: La especialización periodística. Tecnos. Madrid, 2008

- **Materia:** Comunicación Política



### **Qué debe estudiar:**

Evolución de la comunicación política y su aplicación en el mundo actual

Principales modelos de comunicación política

La comunicación política y las nuevas tecnologías.

Las sociedades políticas del Presente y sus maneras de comunicar.

Contradicciones básicas entre Ética, Moral y Política y cómo los medios de comunicación influyen en esas contradicciones.



### **Qué debe leer:**

Abril, G., 2007: Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira. Madrid. Síntesis.

Cándido Monzón (2006): Opinión Pública, comunicación y política. España. Tecnos

Faucheux, Ronald A. (editor) (2003): The Debate Book. Campaigns & Elections Publishing Company, L.C.C. Arlington, Virginia.

## 6.5.2. PROPUESTA GENÉRICA DE PASANTÍAS PROFESIONALES

La propuesta se centra en cuatro niveles, aunque dentro de la malla constan cinco para permitirle al estudiante un cierto grado de flexibilidad, esta posibilidad deja abierta para que el estudiante vaya configurando su futuro profesional camino a la especialización de cuarto nivel.

Las pasantías están estructuradas bajo el sistema de créditos ECTS, cada pasantía consta de 10 créditos, tomando con referencia las tres ofertas seleccionadas dentro de la figura de estudio de caso.

El total de créditos por pasantía es de 40 créditos, y está distribuida en las siguientes áreas temáticas:

- 1.- Locución audio visual
- 2.- Pasantía en Comunicación y producción audiovisual
- 3.- Comunicación institucional y gabinetes de comunicación
- 4.- Comunicación visual y diseño
- 5.- Periodismo digital

De manera resumida estarían académicamente compuestas por los siguientes contenidos y enfoques temáticos:

### **1.- Locución audio visual**

- Vocalización
- La intencionalidad del mensaje y su relación con los relatos noticiosos u otros narrados
- La caracterización: velocidad, acentos, muletillas, las "palabras clave" para atraer y convocar a la audiencia de acuerdo al tipo de programación.
- Los diferentes tipos de locución: narrativa, institucional, promocional.
- La estructuración de un guión para radio

### **2.- Pasantía en comunicación y producción audiovisual**

- Procesos de producción y postproducción
- Estrategias para la producción a bajo costo
- Principios básicos de arte escénico
- Principios básicos de iluminación y puesta en escena

### **3.- Comunicación institucional y gabinetes de comunicación**

- Principios básicos de comunicación institucional
- Estrategias administrativas para la gestión de información en los gabinetes de prensa
- Estrategias para la difusión de información en grupos específicos

(periodistas/medios de comunicación) .

- Estudio de los principales modelos de comunicación institucional aplicados con éxito en el mundo

#### **4.- Comunicación visual y diseño**

- La percepción humana y la comunicación visual
- Los principales formatos gráficos
- Elementos conceptuales de la imagen
- Principales tendencias del diseño y la tipografía para medios impresos y digitales de comunicación

#### **5.- Periodismo digital**

- Manejo de textos para web. Aplicaciones informáticas para escritores
- Herramientas de la web y del periodismo 2.0
- Análisis de los principales modelos de negocios relacionados con periodismo digital
- Las redes sociales y el periodismo en el Ecuador

# **Capítulo VII**

## **Conclusiones**

En la presente investigación se evidencia como una de las primeras conclusiones que existen intereses formativos diferentes entre los estudiantes, la academia y la empresa periodística en el Ecuador.

La opinión de los estudiantes, recogida por medio de una encuesta, nos permite identificar su interés por la formación básica, encajada en el periodismo tradicional, mientras que la empresa periodística le preocupa la ausencia de competencias y habilidades relacionadas con el ejercicio del periodismo digital, así como los vacíos en la formación intelectual del estudiante.

La academia comparte preocupaciones con la empresa periodística, al considerar de vital importancia la formación integral y profunda del estudiante, como la base del ejercicio profesional. Estos vacíos serían heredados del sistema escolar.

Figuran también como competencias indispensables para el dominio de los entornos virtuales y todas las nuevas rutinas relacionadas con la gestión de la información. En resumen diremos que, los intereses son diversos, pero en cualquiera de los casos están relacionados con mejorar la calidad del ejercicio profesional.

En líneas generales, en el Ecuador existen 26 universidades que promocionan estudios relacionados con la comunicación, la mayor oferta está en la universidad privada. Las ofertas académicas estudiadas tienen un modelo que equilibra la teoría y la práctica profesional, aunque esta última con sus propias características y formas de ejecución.

En relación a las hipótesis planteadas debemos decir lo siguiente:

**Ho1: En las mallas curriculares de las escuelas de Comunicación Social de las universidades: Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Técnica Particular de Loja se plantean competencias similares.**

Se comprobó que las competencias relacionadas con las materias de formación básica son en la mayoría de los casos iguales en cuanto al enfoque, destrezas y habilidades planteadas. Todas las propuestas coinciden en la necesidad de formar un comunicador social polivalente, aunque en los ciclos finales cada programa planifica su propio perfil formativo.

Una situación que se evidencia dentro de las materias de formación humanística, es que están centradas en lograr competencias para el trabajo en los medios de comunicación y en las diferentes áreas relacionadas con la aplicación práctica de la comunicación.

Hay una notable diferencia entre la planificación y ejecución de las prácticas profesionales. La facultad de comunicación social de la Universidad Central del Ecuador, usa de la figura de extensión universitaria, vinculando a los estudiantes con las comunidades de los barrios periféricos de la ciudad capital .

En la Universidad del Azuay las prácticas pre profesionales se hacen de manera particular en las agencias y medios de comunicación, para la cual existen convenios específicos.

La UTPL, por su parte, cuenta con un sistema de practicas, denominado “*Gestión Productiva*” diseñado en cuatro niveles. La UTPL posee una serie de instalaciones y equipos destinados para la práctica y experimentación de los estudiantes, es poco frecuente las pasantías estudiantil en medios de comunicación.

**Ho2: Es posible adaptar los procesos formativos de las escuelas de Comunicación Social de las universidades: Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Técnica Particular de Loja, a un modelo basado en competencias, tomando como referencias los criterios vertidos por académicos, periodistas en ejercicio, estudiantes de Comunicación Social y empresarios mediáticos.**

Los directivos de la Facultad de Comunicación de la Universidad Central miran la implementación de los modelos antes citados como parte de un proceso de globalización e implementación irracional de modelos “*colonización*”. Por lo cual definen su propuesta académica actual como óptima e ideal para el perfil del estudiante, descartando cualquier otro proceso.

La Universidad del Azuay es más flexible, de hecho las pequeñas iniciativas de movilidad estudiantil se hicieron analizando la realidad y los procesos europeos, en especial. En la UTPL ya ha sido implementado un modelo de créditos y la evaluación se está realizando por competencias.

Para una mejor visualización y análisis de las conclusiones han sido organizadas en torno a tres puntos fundamentales:

- I.- La estructura universitaria en general de las ofertas académicas en estudio
- II.- La formación de Comunicadores Sociales en el Ecuador
- III.- La visión de los actores involucrados en el proceso de formación de comunicadores sociales en el Ecuador, en relación a la competencias profesionales.

## **I. La estructura universitaria en general de las ofertas académicas en estudio**

- 1.- En el Ecuador existen 26 escuelas y facultades de Comunicación, 11 de ellas han sido calificadas, con la categoría A, por el Estado Ecuatoriano. Las salidas profesionales más frecuentes en el Ecuador son: Periodismo/Comunicación Social, Relaciones Públicas, Comunicación Organizacional y Comunicación Audiovisual y Publicidad.

Solo la Escuela de Comunicación Social de la UTPL ha optado por ejecutar una evaluación y acreditación de carácter independiente, con el Consejo Latinoamericano de estudios del Periodismo ( CLAEP).

- 2.- En relación al número de estudiantes, la UTPL en su modalidad abierta ocupa el primer lugar con un promedio superior a los 600 estudiantes, seguida por la Universidad Central del Ecuador, con aproximadamente 150 estudiantes, en cada ciclo académico, y por último la Universidad del Azuay que no supera los 30 estudiantes en cada ciclo.
- 3.- En cuanto a la vinculación docente de las ofertas académicas en estudio. La Universidad Técnica Particular de Loja, cuenta con más del 90% de su planta docente vinculada a tiempo completo. La Central y la del Azuay tienen en total no más de cuatro docentes vinculados a tiempo completo, compartiendo actividades administrativas y cargos directivos.
- 4.- Pese a la figura de vinculación laboral de los docentes, la percepción de los estudiantes en cuanto al desempeño académico fue satisfactoria. Un 44.7% de los estudiantes encuestados consideran que el cuerpo docente es una de las fortalezas del programa formativo.
- 5.- Dentro de las debilidades de los programas formativos, se señaló la ausencia y/o inadecuados espacios para las prácticas profesionales, la bibliografía, los sistemas informáticos, y el campus virtual.
- 6.- Hay iniciativas aisladas en relación a los procesos de investigación, sin embargo, dentro del claustro docente hay mucha expectativa y temor por la nueva Ley de Educación Superior.  
Actualmente las escuelas y facultades de comunicación son universidades docentes, que matizan su actividad con algunos emprendimientos comunicacionales, que busca la implementación de procesos de investigación.

## **II.- La formación de Comunicadores Sociales en el Ecuador**

- 1.- La formación de las tres ofertas académicas tiene un equilibrio entre la teoría y la práctica, esta última tiene sus propias particularidades. La Central tiene un modelo polivalente, basado en la formación científica y profesional. Dentro del octavo y noveno ciclo se busca la especialización del futuro profesional, especialmente en el ámbito del periodismo.

La Universidad del Azuay tiene un enfoque técnico, encaminado al logro de competencias y habilidades relacionadas con el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.

La UTPL por su parte, tiene también un perfil polivalente, que combina la práctica profesional, usando la figura de “Gestión productiva” y la formación humana y espiritual del ser humano, bajo los postulados del Humanismo Cristiano.

- 2.- Las mallas curriculares estudiadas están compuestas por tres grupos temáticos muy particulares, y bajo esta clasificación ha sido estudiadas:
- a.- Materias relacionadas con la formación básica
  - b.- Materias relacionadas con la formación social y humanística
  - c.- Materias relacionados con las formación práctica/profesional.

La carga o dedicación de cada una de las mallas sería la siguiente:

**Formación Básica**

FACSO: 41,42%

UDA: 32,75%

UTPL: 36,53%

**Formación Social y Humanística**

FACSO: 51,42%

UDA: 60,34%

UTPL: 53,84 %

**Formación Práctica y Profesional**

FACSO: 7,14%

UDA: 6,89%

UTPL: 7,69 %

- 3.- Los motivos de selección de la carrera no difieren del contexto latinoamericano, y de acuerdo a lo expresado en la encuesta aplicada a los estudiantes de los últimos ciclos de las ofertas en estudio, figuran las siguientes opciones:

Dentro de las primeras opciones mencionadas está con 44,7% el gusto por la carrera simplemente; con un 24.7% el deseo de ser igual a un periodista famoso, lo que expresa una reducción muy común; creer que la comunicación y el periodismo son dos ámbitos iguales; y el tercer lugar con un 15, 9 % otros motivos no especificados.

**III.- La visión de los actores involucrados en el proceso de formación de comunicadores social en el Ecuador, en relación a las competencias profesionales Estudiantes**

La opinión de los estudiantes en cuanto a las competencias generales que debe tener un comunicador social son las siguientes:

- a.- La necesidad de una amplia y profunda formación en los ámbitos relacionados con el lenguaje especialmente: lingüística, literatura, estilo y redacción. Este ámbito también es parte de los intereses formativos señalados por los periodistas en ejercicio y por la empresa periodística.

Los actores citados consideran al manejo del lenguaje y la escritura como una

herramienta básica y fundamental para el desempeño profesional.

- b.- Conocimientos en relación a: Teoría de la imagen y la Teoría de la comunicación, esto según las cinco competencias más citadas por los estudiantes participantes, son fundamentales.

Estos ámbitos formativos, en cambio, no fueron señalados como fundamentales por los periodistas en ejercicio y por la empresa periodística.

En cuanto a las competencias indispensables para el ejercicio profesional, asomaron las siguientes seis competencias:

- 1.- Medios impresos
- 2.- Radio
- 3.- Relaciones públicas
- 4.- Periodismo de Investigación
- 5.- Televisión
- 6.- Periodismo digital

En este ámbito nos llamó particularmente, la concepción en cuanto al periodismo tradicional que poseen los estudiantes, y escasa importancia que tienen las competencias relacionadas con el periodismo y el mundo digital.

Se observa una marcada inclinación y gusto por el periodismo, como una vocación profesional que podría proyectarse dentro de los medios tradicionales. Es importante destacar que, esta inclinación periodística es compartida con las relaciones públicas que asoma en el tercer lugar de las preferencias de los estudiantes.

Es hasta cierto punto comprensible que el periodismo digital figure dentro de las competencias No. 6, si revisamos las mallas no existen más de dos materias con contenidos relacionados por estos ámbitos, prueba que este ámbito no ha sido enfrentado por las universidades en su verdadera dimensión.

Este descuido fue uno de los puntos de fuerte crítica de los periodistas consultados así como de los empresarios. Los periodistas por su parte defienden la necesidad que la Universidad enseñe a los futuros profesionales a trabajar entornos y plataformas virtuales, que desarrolle un espíritu de investigación constante, pero que además puedan trabajar bajo presión.

La empresa busca un profesional experto en la comunicación digital que domine el lenguaje narrativo, la documentación y la verificación de fuentes. En conclusión, un profesional que sepa trabajar dentro de la convergencia mediática actual.

En cuanto a las competencias complementarias para el ejercicio profesional, se citaron las siguientes :

- 1.- Amplia formación en los ámbitos relacionados con la formación básica
- 2.- El dominio de una segunda lengua, de preferencia el inglés
- 3.- Conocimientos relacionados con sistemas web 2.0 y redes sociales

4.- La formación dentro de los ámbitos relacionados con la psicología

5.- Y la formación relacionada con la economía

### **Académicos**

Los académicos consultados expresaron como un vacío formativo, pero además como una destreza fundamental para el oficio periodístico, las habilidades en relación a la redacción. Se observó también la escasa cultura básica con la que ingresan los bachilleres a la universidad.

El dominio del lenguaje y la redacción debe ir acompañado del conocimiento necesario que le permita analizar, verificar y documentar la información para que sea publicada en los diferentes entornos virtuales, lo cual es actualmente una competencia indispensable.

Una segunda preocupación en cuanto a las necesidades formativas, los académicos consideran a la formación integral del ser humano, dentro de los ámbitos relacionados con la ética, como una condición que le permita al periodista mantener su independencia, pero además tener una conciencia sobre las implicaciones de su oficio y el respeto a los valores fundamentales del periodismo.

Exigen, además, una formación de carácter interdisciplinario para fortalecer la formación intelectual de los futuros profesionales.

### **Periodistas**

Los periodistas, como es lógico, por la vinculación diaria con el oficio, consideran que las habilidades relacionadas con el manejo y verificación de información, son fundamentales, pero además requieren conocimientos necesarios para el dominio de entornos virtuales y redes sociales, que se señalan como el escenario actual del periodismo profesional.

Consideran fundamental, y en ello coinciden con los académicos, que la formación básica e interdisciplinaria dentro del ámbito de las ciencias sociales es muy necesaria al momento del ejercicio profesional.

Definen a la profesión como un oficio marcado por los diferentes soportes técnicos pero de orden intelectual.

### **Empresa Periodística**

Los criterios de la empresa periodística son de carácter técnico instrumental básicamente. Exigen un profesional capaz de olfatear la noticia, verificar, documentarla y publicarla de manera oportuna en los entornos virtuales y redes sociales, espacio hacia los cuales está migrando el periodismo tradicional, y que es además una de las metas empresariales, de acuerdo a lo manifestado.

Valoran de manera muy positiva, además, la formación intelectual del profesional, por lo cual consideran que la academia debería preocuparse por formar un periodistas digital de enorme valía cultural. No se evidenció un tratamiento o consideración especial al título universitario.

## BIBLIOGRAFÍA

ALBERTOS, José (1999): *El periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos*. Estudios sobre el Mensaje Periodístico No. 5.

ALBUJA, Alfredo (1979): *El periodismo en la dialéctica política ecuatoriano*. Minerva. Quito. Pág. 59.

ALAVA, Milton (2009) : *40 años de constitucionalismo 1960 2000*, Quito. Editores Nacionales. Pág. 5.

ÁLVAREZ J; LOPEZ A (1997): *El periodismo que viene*. Sevilla. Fundación Cruz Campo. Serie Comunicación. Vol. No. 1. Pág. 39.

ALFARO, Rosa (2000): *De lo estatal a lo público*. Ed.; Asociación de comunicadores sociales Calandria (Lima, Perú, 326 p., Signatura topográfica: 0602, Ubicación física: CIC-UCAB.

ANDIÓN, Mauricio (1991): La formación profesional en comunicación. En: *Diálogos de la Comunicación, núm.31*.

ARECHIGA, Hugo (2004): *Los aspectos éticos de la ciencia moderna*. En: El papel de la ética en la investigación científica y la educación superior. Academia Mexicana de la Ciencias. México. Pág. 47.

ASTUTO, Philip (1969): *Eugenio Espejo reformar ecuatoriano de la ilustración*. Colección media luna. Campaña de Lectura Eugenio Espejo, 1969. Ecuador-Quito. Editorial Seix Barral.

AUGÉ, Marc (2003) : *El tiempo en ruinas*. Barcelona, Editorial Gedisa.

AZNAR , Hugo (1999): *Ética y Periodismo*. Paidós, Barcelona.

ARNAZ, José (2004): *La planeación curricular*. México, Editorial Trillas P. 9 .

BARBERO, Jesús (2002): *La educación desde la comunicación*. Editorial Norma.

BARBERO, Jesús (2003): Saberes hoy: diseminaciones, competencias y transversalidad. En: *Revista Iberoamericana de Educación OEI- Madrid*. No 32.

BARBERO, Jesús (2005): *Globalización comunicacional y transformación cultura*. Por la otra comunicación. Editorial Icara.

BALDERRAMA, José (2000): Ética y educación en el periodismo mexicano. *Revista Latinoamericana de Comunicación No. 36*.

BANCO Mundial (2004) : Informe sobre desigualdad. Paris

BELTRÁN, Ramiro (1978) : *Premisas, objetos y métodos foráneos den la investigación sobre*  
388

*comunicación en América Latina*. Caracas. Orbita. No. 22.

BENAVIDES, Juan (2006) : *Algunos comentarios sobre el papel de la universidad en la sociedad del conocimiento*. Editorial Universidad Complutense de Madrid.

BENÍTEZ, José (2000) : *Los orígenes del periodismo en nuestra América*. Editorial Lumen humanitas. Pág. 28.

BERNEDO, Patricio (2004): *Nacimiento y desarrollo de la prensa periódica nacional en América Latina*. En Historia del Periodismo Universal. Editorial Ariel.

BORDERÍA, Enric y otros (1998) : *Historia de la comunicación social voces, registro y conciencias*. Crisis y reconversión del sistema: El hipersector de la comunicación (1945 años 90). España, Editorial Síntesis. Pág. 446 .

BONNI, Jaini (2009):*Investigando memorias mediatizadas: construcciones teóricas-metodológicas y constataciones*. En: Metodologías transformadoras. Red Amlat. Venezuela. Pag. 59.

BOWMAN, Shayne ( 2003) : *Nosotros, el medio*. Cómo las audiencias están modelando el futuro de la noticia y la información. Básica, Editado por JD.

BUNGE ,Mario (1987): *Ciencia, Técnica y Desarrollo*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires.

BUSTAMANTE, Oscar (2006): Postgrados de Comunicación en América Latina, un debate pendiente. *Chasqui No. 94*.

BRAJNOVIC, Luka (1978) : *Deontología Periodística*. Editorial Eunsa Pamplona.

BRZEZINSKI, Zbigniew (1988): *El gran tablero mundial*. La supremacía estadounidense y sus imperativos geoestratégicos” Barcelona Editorial Paidós Estado y Sociedad.

BRIDE, Mac (1980): *Un solo mundo, voces múltiple*. México. Editorial Fondo de Cultura Económica. Unesco.

BRUNER, José J (1997): *Educación superior, integración económica y globalización*. Perfiles Educativos. Universidad Nacional Autónoma de México. D.F. Vol. XIX.

BUITRÓN Rubén; ASTUDILLO Fernando (2005): *Periodismo por dentro*. Editorial Intiyan. Quito.

CANGA, Jesús ( 2011) : *Periodismo e internet; nuevo medio, vieja profesión*. EN: Actas del Congreso “ Vigencia del periodismo escrito en el entorno digital multimedia”. Madrid. Univ. Complutense de Madrid. (2011) No. 7. Pág 35.

CAREY, James (1989) : *The Mass Media and Democracy: Between the Modern and the 106*. Citado en : ROSEN J. Imagining Public Journalism: An Editor and the postmodern.

CARRION, Benjamín (1963): *Por qué Jesús no vuelve*. CCE, Quito.

CARRIÓN, Alejandro y otros (1987): *Los jesuitas en el Ecuador*. Editorial Casa de la Cultura

“Benjamín Carrión”. Quito

CASTELLS, Manuel (2000) : *Los media, globalización cultura y poder*. Barcelona- España. Editorial Icaria.

CASTELLS, Manuel (2000): *Internet y la sociedad red*. Conferencia inaugural del Programa de Doctorado en la Sociedad de la Información y del Conocimiento de la Universidad Oberta de Catalunya. Barcelona- España. Publicado en : Por otra comunicación. *Los media, globalización cultura y poder*. Editorial Icaria.

CASTELLS, Manuel (2001) : *La galaxia Internet*. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad. Barcelona. Editorial Arete.

CASTELLS, M; Tubella I y otros (2007). *La Transición a la Sociedad en Red*. Primera edición. Barcelona: Ariel. Pág. 19

CASTELLS Manuel (2007): *Innovación, libertad y poder en la era de la información*. En *Sociedad Mediatizada*. Editorial Gedisa.

CASTELLS M. /TUBELLA, I./ SANCHO, T. y ROCA, M (2007): *La Transición a la Sociedad en Red*. Primera edición. Barcelona: Ariel. Pág 19.

CASTELLS, Manuel (2009) : *Comunicación y Poder*. Madrid. Editorial Alianza. Pág 130.

CHOMSKY, Noam (2003): *El control de los medios*. Ediciones Klindle.

CIESPAL (1960): *La enseñanza del Periodismo y los medios de información*. *Ciespal*. Pág 103.

CORRALES, Fernanda y otros (2009): *La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de comunicación de la alternancia y la participación*. *Revista Razón y Palabra No. 70*.

CURRAN, James (1997): *El decenio de las revisiones*. La investigación en comunicación de masa en los 80. En busca del público. Colección El manigero parlante. Pág. 52.

CRESPI, Irving (2000) : *El proceso de opinión pública, cómo habla la gente*. España, Editorial Ariel Comunicación. P. 33

DEACON, T. W (1997): *The symbolic species: the co-evolution of language of the brain*. Nueva York.

DE RAMON, Manuel; PANIAGUA Pedro y otros (2001): *Las noticias de última hora en los periódicos digitales*. En: *actas del Congreso” Vigencia del periodismo escrito en el entorno digital multimedia”* Madrid. Universidad Complutense de Madrid. No. 7. Pág. 166.

DELORS, Jacques (2005) : *Informe de la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Paris

DERIEUX, Emmanuel (1983): *Cuestiones ético-jurídicas de la información*. Eunsa. Pamplona.

- DESANTES, José María (1994) : *La información como deber*. Editorial Abaco. Buenos Aires.
- DEWEY, John (1916): *Democracy and Education*. Nueva York Macmillan. Boston.
- DÍAZ, Javier (1998) : *Informe anual de la comunicación*. Estado y tendencia de los medios en España 1997, 1998, grupo Zeta, Madrid
- DIAZ J; SALAVERIA R ( 2003): *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona. Madrid. Pág: 18.
- DIEZHANDINO, M<sup>a</sup> Pilar (2007) : *Periodismo y poder*. Madrid, Ed. Pearson.
- ELIZONDO, Jesús ( 2009): *La Escuela de Comunicación de Toronto*. Comprendiendo los efectos del cambio tecnológico” . México. Editorial Diseño y Comunicación.
- EMERY, Edwin ( 1966) : *El periodismo en los Estados Unidos*. México, Editorial Trillas.
- ESCANDON, Pablo (2009): *Desarrollo de cibergéneros periodísticos: una propuesta desde la cibercultura*. Editorial Ciespal.
- ESTEINOU, Javier (2009): ¿Qué hacer ante el futuro de la investigación de la comunicación en México. *Revista Razón y Palabra*. No. 66.
- FARIAS Pedro; GÓMEZ Marisol (2010) : *Panorama de los estudios de periodismo en España ante el Espacio Europeo de Educación Superior*. Madrid Fragua. Pag. 22.
- FERNÁNDEZ, Jorge (1970): *Tendencias de la enseñanza del Periodismo en América Latina*. En: Los profesores de Periodismo. Eunsa. Pamplona.
- FOX, Elizabeth (1988): La política de reformación de la comunicación en América Latina. *Diálogos de la Comunicación*.
- FUENTES, Raúl (1996): *La investigación de la comunicación en México*. Sistematización documental 1986-1994. México Guadalajara ITECSO.
- FUENTES, Raúl (1996): La estructura institucional mexicana para el estudio de la comunicación en los noventa. En: Javier Estinou (Coord.), *Espacios de Comunicación*.
- FUENTES, Raúl (2003) : *La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación*. En: VASSALLO DE LOPES, María (Org.). *Epistemología da comunicacao*. Sao Paulo: Ediciones Loyola.
- FUNTOWICZ, Silvio (2002): *Ciencia post normal, complejidad reflexiva y sustentabilidad*. Publicado en La Complejidad Ambiental LEEF, Enrique (coord.). Madrid, Editorial Siglo Veintiuno, pág. 60.
- FREIRE, Roberto (2009): *Apuntes sobre la investigación de la comunicación en Ecuador*. *Textos y contextos*. No. 9 Fasco Quito .
- GALDÓN, Gabriel (1999): *La enseñanza del periodismo: Una propuesta de futuro*. Barcelona.

España, Editorial, CIMS, pág. 27-42.

GARCÍA, Aurora (2005). *Principales tendencias metodológicas en la investigación de la comunicación*. En: Investigar sobre periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española periodística ( SEP). Pag. 40.

GARCÍA, Antonio (2005) : *Principales tendencias metodológicas en la investigación de la comunicación*. En: López X, Pereira X y otros: Investigar sobre periodismo. Tomo II. Santiago de Compostela. Universidad de Santiago de Compostela.

GARCÍA, Berta; LÓPEZ, Xosé (2011): *Principios básicos de la investigación en comunicación*. Editorial UTPL, 2011.

GARDNER, Howard( 1999) : *The Disciplined Mind; New York*. Simon and Schuster.

GOBBI, Ma ( 2006): Aportes pioneros: un breve resgate Aportes pioneros: um breve resgate da comunicação na América Latina. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. núm. 4. pp. 54-77. são paulo: Alaic.

GOMIS, Lorenzo (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona. Paidós Comunicación. Chasqui No. 24.

GONZÁLEZ, José (2006): *La comunicación organizacional y las instituciones educación superior: el conflicto entre la formación profesional y el campo laboral*. En: Comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas.

GONZÁLEZ, Fernando (2007): Retos y valores del periodismo de información. *Chasqui No. 24*

GUILLAMET, Jaume (2008): *De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX*. En: Historia del periodismo universal. España-Barcelona. Editorial Ariel. 2004. Pág. 72.

GUTIÉRREZ, Luis (1979): *Historia de los medios audiovisuales*. España-Madrid, Ediciones Pirámide.

HERCOVICI, Alain; BOLAÑOS César (1999): *Economía política de la comunicación y la cultura*. Argentina-Buenos Aires. Editorial Biblos.

HERNÁNDEZ, José (2004): *Periodismo ¿Un oficio imposible?*. Ecuador-Quito. Editorial CIESPAL.

HIMANEN Pekka ( 2006): “La ética hacker como cultura de la era de la información”. En: La Sociedad en Red : Una Visión Global CASTELLS Manuel. Ed. Madrid. Alianza Editorial.

HOHENBERG, John ( 1962): *El periodista profesional*. Ed. letra México Pág. 17

HURTADO, Osvaldo ( 1992): *Crisis y reforma de la universidad ecuatoriana*. Edit. FESO, Quito

JANOWITZ, Morris (1961): *Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masas*. Francia-Paris. Editions Seuil.

KAPUSCINKI, Ryzard (2003): *Los cínicos no sirven para este oficio*. Sobre el buen periodismo.

España-Barcelona. Editorial Anagrama.

KARAMUS, Tanius y otros (2010) *Veinte formas de nombrar a los medios masivos*. Introducción a enfoques, modelos y teorías de la comunicación. Universidad de Los Andes.

KATZ, Elihu (1959): *The American Journal of Sociology*. New York. Editorial of the *Journal of the American Medical As*.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom (2004): *Los elementos del periodismo*. España-Barcelona. Santillana Ediciones Generales, Editorial Ariel, S. A.,

LAMBETH, Edmund (1992): *Un código de ética para la profesión*. Editorial Limusa Noriega Editores.

LIPPMANN, Walter (1995): *Liberty and the news*. New York. Transaction Book. An American Editor's Odyssey.

LIPPMANN Walter (2011): *Libertad y prensa*. España-Madrid. Editorial Tecnos.

LÓPEZ, Antonio (2005): *El periodista en su soledad*. México. Alfaomega Grupo Editor.

LÓPEZ, Antonio y otros (2010): *El papel del periodismo profesional en las redes de diarios ciudadanos*. Facultad de Comunicación. España-Editorial, Editorial Universidad de Sevilla.

LÓPEZ, Francisco (2011): *El mejor indicador del progreso de una institución universitaria es la medida de su cooperación*. Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrados. AUIP. Pág. 7 .

LÓPEZ, Xosé (2002). Nuevos perfiles de los periodistas en la Sociedad de la Información. *Ámbitos Revista Andaluza de Comunicación No. 7-8*.

LÓPEZ, Xosé (2009) : *Tendencias en la formación de los periodistas*. Ecuador, UTPL. Pag. 15.

LUNA, Carlos (1994): *El objeto académico en la enseñanza de la comunicación*. Siete versiones y un comentario. En: *Estudios de las culturas contemporáneas* Universidad de Colima.

MALDONADO, Efendy ( 2010): *La investigación de la comunicación en América Latina y las estrategias trans metodológicas para su avances epistemológico y socioeducativo*. Fasco/ Uce. Quito. Pág. 30.

McBRIDE, Sean (1980): *Un solo mundo. Voces múltiples*. México. UNESCO. París. FCE. Pág.394.

McQUAIL, D (2002): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. España- Barcelona: Editorial Paidós.

MASTRINI G ; Becerra M 2001: *Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur Latinoamericano España*. Comunicar No. 36 v.XVII 2011. Pág. 52.

MARQUES de Melo, José (1984): *Años setentas: la resistencia crítica*. Edición conmemorativa de los 25 años del Ciespal.

MARQUES DE MELO, José (1987): *Teorías e investigación de la comunicación en América Latina*. Balance preliminar de los últimos 25 años. Año 7 vol I, número 002.

MARQUES de Melo, José (1989) : *Años Ochenta: radicalización alternativa*. Telos No. 19.

MARQUÉS DE MELO, José (2007): *Entre el saber y el poder: Pensamiento comunicacional latinoamericano*. Monterrey: UNESCO Comité Regional Norte de la Comisión Mexicana de Cooperación con la UNESCO.

MARTÍNEZ, Gustavo (2004): *Hacia la profesionalidad. Periodismo de investigación*. Editorial Ugerman Editor. Colección: Comunicación y Cultura.

MARTÍNEZ, Eloy (2005). *Decálogo del Periodista*.

MATTERLART, Armand (1997): *Historia de las Teorías de la Comunicación* (1997: 31)1997). Cita: (Lasswell 1948).

MATTERLART, Armand (1997): *Historia de las Teorías de la Comunicación*. España-Madrid. Editorial Paidós

MATTERLART, Armand y NEVEU, Erik, (2002): *Los Cultural Studies*. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje. Argentina. Ediciones de Periodismo y Comunicación.

MATTERLART, Armand (2006): *Periodistas y Magnates*. Sección Prólogo. Argentina-Buenos Aires. Editorial Prometeo Libros.

MAYER, Paúl (1997): *Tipologías para análise de aplicaçoes de comunicaçao mediadas por computador*. En: I. Vasallo de López (org). *Temas contemporáneos em comunicaçao*. Brasil-São Paulo: Edición- INTERCOM. P. 91-108.

MCQUALID, Dennis (2002): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

MENESES, Zulema (1992) : *Análisis de medios de comunicación en el Ecuador*. Serie Comunicación en Latinoamérica. (informe de investigación Quito).

MERRIL, John (2007): *La Ética del Periodismo*. Fundamento Filosóficos de los nuevos medios de información. Traducido por Porfirio Barrosa Asenjó. Loja-Editorial UTPL.

MONCAYO, Patricio (2001): *La formación de los comunicadores*. Comunicación en el tercer milenio. Ecuador-Quito, Nuevos Escenarios y Tendencias Editorial Abya-Yala.

MORAES, de Dénis (2007): *La tiranía de los fugar: mercantilización cultural y saturación mediática*. En Sociedad Mediatizada. España-Barcelona. Editorial Gedisa.

MORAGAS, Miguel (1981): *Teorías de la comunicación Investigación sobre medios en América y Europa*. Pág. 198, 1981. España-Barcelona. Editorial Gustavo Gili S.A.

MORAGAS, Miguel (2007): Citado por Mendoza Padilla Miguel. Entre el oficio y la Academia: Una conciliación necesaria. Periodismo de calidad: debates y desafíos. Argentina-Buenos Aires. Ediciones La crujía

MORAGAS, Miguel (2008): *Comunicación y Sociedad de la Información Nuevos Paradigmas*. España- Sevilla. Editorial Universidad de Sevilla.

MORAGAS, Miguel (2000): Las facultades de comunicación en el umbral de la era de Internet. *Chasqui No.70. Ecuador*.

MORIN, Edgar (2001): *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO. España-Barcelona. Editorial Paidós.

MORLEY, David y otros (1998): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Significación, representación, ideología: Althusser y los debates de post estructuralistas*. España-Barcelona. Editorial Paidós Comunicación 90. Pág. 39.

MONSIVÁIS, Carlos (2007): “Si no compra no predique”. *Revista Diálogos de la Comunicación. Edición No. 65*.

MOSTAZA, Bartolomé (1970): “Ponencia en Los profesores de Periodismo”. Eunsa. Pamplona.

NUÑOZ, Jesús (2009): *Educación para la unidad humana. Una alternativa para la crisis mundial*. Ecuador. Editorial UTPL. Pág. 4.

MURCIANO, Marcial (2010). La transformación de los estudios de comunicación en España. Nuevo contexto europeo de los estudios universitarios y enseñanza para favorecer un espacio de cooperación iberoamericano. *Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*.

NAVAS, Alejandro y otros (1995): *La formación de los profesionales de la comunicación. Situación*. N°4. Servicio de Estudios del BBV. Bilbao. p. 286.

NEIRA, Walter (1997): *Repensar los planes de estudio*. En Periodistas: entre el protagonismo y el riegos. España. Centro Editorial Javeriano CEJA

OLIVIERA DE PENA, Felipe (2009): *Teoría del Periodismo*. México. Editorial Alfaomega.

OQUENDO, Diego (2008): *Una piedra en el zapato. Visión analítica del ejercicio periodístico y sus desencuentros con el poder*. (2008). Quito – Ecuador. FLACSO, Sede Ecuador. Pág. 70.

ORDÓÑEZ, Marco (1979): *Las Condiciones Ideológicas en la Formación Profesional de Comunicólogos en América Latina*. Curso de Invierno, FCPS-UNAM, Centro de Estudios de la Comunicación. México D.F.

ORDÓÑEZ, Marco (1993): “La Reforma golpea dos veces”. *Chasqui. Quito Núm. 44* enero.

OROZCO, Guillermo (1990). *La formación de profesionales en comunicación: dos perspectivas en competencia*. En: Las Profesiones en México No. 5: Ciencias de la Comunicación. México, Editorial UAM-X.

OROZCO, Guillermo, (2007): *Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos*. En Sociedad Mediatizada. España-Barcelona. Editorial Gedisa.

ORTEGA Y GASSET, José (2006): *La rebelión de las masas*. España-Madrid. Editorial ESPAS CALPE, S.A. Madrid. Pág. 120.

ORTEGA F; HUMANES Ma. (2000): *Algo más que periodistas*. Sociología de una profesión. La transformación de la esfera pública. P. 51. España-Madrid Editorial Ariel.

PALADINES, Carlos (2009): *El movimiento ilustrado y la independencia de Quito*. Ecuador-Quito editorial Fonsal.

PARÉS, Manuel (2006): *Introducción a la Comunicación Social*. Escuela Superior de Relaciones Públicas. España-Barcelona, Promociones y Publicaciones Universitarias. Editorial Pleniluni.

PAZ, Octavio (1983): *Tiempo nublado*. España-Barcelona. Editorial Seix Barral.

PÉREZ, José (2000): *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Capítulo I: Escuelas y la enseñanza en la sociedad de la información. España-Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica.

PINEDA, Migdalia (2007): *Paradigmas de la comunicación: nuevos enfoques teóricos metodológicos*. *Diálogos de la comunicación*.. México. No. 19.

PINTO, María Rosa (2001) : *Periodismo alfabético y alfa numérico, una relación de simbiosis digital*. En: Actas del congreso “ Vigencia del Periodismo escrito en el entorno digital multimedia” Madrid, Universidad Complutense de Madrid.

PIZARROSO, Alejandro (1970): *Historia de la Prensa*. España-Madrid, Ed. Centro de prensa periódica., México profesores de Periodismo. Editorial Euns. Pamplon-Editorial Uteha.

POBLETE, Manuel (2011): *Tesis doctoral en función del área de conocimiento*. Ecuador UTPL

PUIG, Jaime (1986): *La publicidad: historia y técnicas*. España-Barcelona, Editorial Mitre.

PULITZER, Joseph (1980): *Title Columbia Agreement and the Will Two Hay umente of 1903- 1904, en la obra collective Education lo Journalists*. The 75tA Am adversary of Joseph Pulit ser', Ideas st Columbia University (1904-1979), Bochum, edited by Beinz-Dietrich Fiecher and Cristopher o Trump. Studien verlag Dr. N. Brocioteyer, 1980.

POUSA, Xosé R y otros ( 2010): *Investigar la Comunicación en Loja*. Ecuador. Editorial UTPL. Pág 71.

QUIROZ, María Teresa (2005): *¿Los comunicadores Sociales entre la crítica y el mercado?*. Revista Texto y contexto. Facultad de Comunicación Social de la Universidad Central del Ecuador. La formación de comunicadores sociales

QUIROZ, María Teresa (2009): *Región Andina: heterogeneidad del régimen universitario. En: Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores sociales y periodismo en América Latina y el Caribe*. FELAFACS.

RAMA, Claudio, (2008): *Los nuevos estudiantes en circuitos diferenciales de educación. Educación Superior en América Latina y el Caribe: Sus estudiantes hoy*. Colombia-Bogotá. Editorial Latinoamericana.

RAMONET, Ignacio (2008): *El quinto poder*. Antología de la comunicación para el cambio social. Lecturas históricas contemporáneas. España-Madrid: Alianza Editorial.

RAMONET, Ignacio (2010): *El sistema mundial de comunicación: obstáculos para el desarrollo. Comunicación y Desarrollo pasos hacia la coherencia*. Editorial Comunicación Social.

RENAUTO, Alain (2005). *“La función de las universidades en el desarrollo de una cultura democrática europea”*, en *Legado y patrimonio de las universidades europeas*. México: CENEVAL

REYES, Fernando (1998): *La comunicación transnacional y la respuesta alternativa*. En Simpson, op.

RIELO, Fernando (2002): *Transfiguraciones*. España-Madrid. Editorial Fundación Fernando Rielo

ROMÁN, Mercedes (2002): *Balance sobre la comunicación en la segunda mitad del siglo XX*. Historia y Comunicación. Vol. 7.

ROMERO Luis (2007): *La universidades como Alma Mater para la sociedad del siglo XXI*. En *Construyendo espacios comunes de educación superior*. Loja, Editorial OUI Campus. Ecuador. Pág. 24

ROMERO, Luis (2007): *Un enfoque realista a las políticas de investigación*. Experiencias de la Universidad Técnica Particular de Loja. Editorial UTPL- Ecuador.

ROSEN, Jay (2004) *Greeting the Connections Right: Public Journalism and the Troubles in the press*.

SALVADOR, Milton (2001): *“Periodistas sin título”*. Editorial Soboc Ecuador. Pág 6.

SAVATER, Fernando (1997): *El valor de educar*. Barcelona. Ariel

SAN FELIX, Álvaro (1991): *Radiodifusión en la Mitad del Mundo*. Editorial Nacional, Quito, Ecuador. Biblioteca FLACSO.

SÁNCHEZ, Joaquín (1987): FELAFACS y la enseñanza de la comunicación en América Latina. *En Diálogos de la Comunicación*. No.17.

SÁNCHEZ, Enrique (1999): *“La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: Notas para una agenda*. México Universidad Guadalajara.

SAMANIEGO, Edgar (2009): *Universidad: Misión y Compromiso*. Revista Conesup: Salud, cultura y educación superior. Ecuador No. 1. Pág. 166.

SCHLESINGER, Philip (1989): *Media, culture and Society*. Editorial Board.

SCHULZE, Ingrid (2004): *La prensa escrita en los principales países occidentales*. En: Historia del Periodismo Universal. España-Barcelona. Editorial, Ariel. Pág. 171

SCOLARI, Carlos (2008): *Hípermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. España-Barcelona. Editorial Gedisa.

SCRIBANO, Adrian (2002): *Algunas notas sobre problemas epistemológicos de la investigación en ciencias sociales*. Instituto de Investigaciones Histórico Sociales. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Año VI N° 9 Abril. Pág. 195.

SERRANO, Martín y M de Moragas (ed.) (1995): *La mediación de los medios de comunicación*. Publicado en Sociología de la comunicación de masas. España-Madrid, Editorial Alianza.

SILVERTONE, R (2002) *Por que estudar a mídia?*. São Paulo: Loyola, 2002. Pág. 302

SIMPSON, Máximo (2009): Comunicación Alternativa y democracia entre la “vanguardia” y la teoría de la dependencia. *Revista Nueva Sociedad No. 71*.

SMITH, Anthony (1987): *Goodbye Guttemberg*. New York. Oxford University Press.

SILVA, Armando. (1999) La semiótica y la comunicación social en Colombia. *Revista Diálogos de la Comunicación No. 22. Felafacs*.

SORIA, Saiz (1990): *El final de la metáfora del cuatro poder*. En Comunicación y Sociedad Vol. III. España. Editorial-Universidad de Navarra.

SOUSA J. P (2006): *Elementos de teoría e pesquisa da comunicacao e dos media*. Brasil-Porto. Editorial-Universidad Fernando Pessoa.

RAMA, Claudio (2008): *Los nuevos estudiantes en circuitos diferenciales de educación. Educación Superior en América Latina y el Caribe: Sus estudiantes hoy*. Editorial Latinoamericana.

RAMÓN, Fernando (2003): Reseña de la “Teorías de la comunicación”. *Ámbitos (Andalucía- España) No. 9-10*. Universidad de Sevilla. Pág. 53.

REBEIL, María (2011): *La formación de comunicólogos y periodistas en América Latina*. Ponencia leída en la segunda reunión anual de la Claep. México.

REYES, Oscar Efrén (1967): *Breve Historia General del Ecuador*. Ecuador-Quito. Tomos II-III.

REYES, Fernando (1998): *La comunicación transnacional y la respuesta alternativa*. En: Simpson, op. cit.. Pág. 103.

- RINCÓN, Omar (2009): “ *Sin tapujos*”. Entrevista con César Ulloa Tapia. Chasqui No. 105. Pág. 53.
- RIVADENERIA, Raúl (1995): *La opinión pública*. México. Editorial Trillas.
- ROMÁN, Mercedes (2002): *Balance sobre la comunicación en la segunda mitad del siglo XX*. Historia y Comunicación Social. Volumen 7.
- ROSEN, J (2004): *Greeting the Connections Right: Public Journalism and the Troubles in the press*. New York.
- TAPSCOTT D, WILLIAMS Anthony (2006): *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*. España-Barcelona, Editorial Paidós.
- TEIXEIRA, Armando (2006): *El nuevo mito de Theuth*. Editorial Arbil.
- TIMOTEO, Jesús (1992): *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*. España-Barcelona. Editorial Ariel Comunicación. Pág. 35, 36.
- THOMAS, Elliot (1934) : *Poema La roca*.
- THOMSON J (1998): *Los media y la modernidad*. Una teoría de los medios de comunicación. España-Barcelona, Editorial Paidós Comunicación.
- TORRICO, Erick (1994): *Abordajes y períodos de la Teoría de la comunicación*. Argentina-Buenos Aires. Editorial Norma.
- TORRICO, Erick (2010). *Comunicación. De las matrices a los enfoques*. Ecuador Colección Intiyan. Ediciones CIESPAL.
- TÚNEZ, Miguel (1999): *Producir noticias*. España-Universidad Santiago de Compostela. Ediciones Tórculo.
- URZUA, Mario (2005): *Periodismo y Ética*. Temas Actuales. Uruguay. Editorial Centro de Estudios Bicentenario.
- VASQUEZ, Manuel (1995): *Historia y Comunicación Social*. España-Barcelona. Editorial Alianza. Pág. 15.
- VILAMOR , J. R (1997): *Nuevo Periodismo para el nuevo milenio*. España-Madrid. Editorial Olalla
- VILLAMARIN, José ( 2006) *Historia de la comunicación*. Intiyac Quito.
- VIZCARRA, Silvia. (2002). La responsabilidad social del periodista, frente a la noticia como mercancía. *Revista Latina de Comunicación Social. Revista Latina de Comunicación Social. No. 46*
- WEAVER, Paúl ( 2006) : *Dos clases de periodismo*. Chasqui No. 94. Quito. Pág 6.

WEBER, Max (1904): *The protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, (1930). London Routledge, 1992.

WEILL, Georges (1962): *El periódico, orígenes, evolución y función de la prensa periódica*. México. Editorial Unión Tipográfica Hispanoamericana México. 1962.

WILCOX, Dennis y otros (2007): *Relaciones Públicas Estrategias y tácticas*. Madrid. Editorial Pearson.

WINKIN, Yves (1981): *La nouvelle communication*. Paris: Éditions du Seuil

WOLF, Mauro (1996): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. España-Barcelona, Editorial Paidós

WOLTON, Dominique (2009): *Informar no es comunicar. Contra la ideología tecnológica*. España-Barcelona, Editorial Gedisa.

WITTGENSTEIN, Ludwig. (1918). Op. Cit. p. 13.

ZALDIDEA, Begoña (2010): *Periodismo y ciudadanía: ética para una información responsable. La especialización en el periodismo. Formarse para informar*. España-Málaga. Ediciones Comunicación Social.

ZARGOZA, Mayor (2001): *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. España Barcelona. UNESCO Editorial Paidós.

## Bibliografía en red:

ANDIÓN, Mauricio (2002): La formación de profesionales en comunicación. Disponible en: [www.infoamerica.org/articulos/aut\\_a.htm](http://www.infoamerica.org/articulos/aut_a.htm). Acceso: 13/04/11.

BOTERO, Mauricio (2010): Agendas de país desde la comunicación. En: Saberes desechables y saberes indispensables. Disponible en: [http://www.c3fes.net/docs/agendascomunes\\_saberes\\_rincon.pdf](http://www.c3fes.net/docs/agendascomunes_saberes_rincon.pdf). Acceso: 22/05/11.

CAMPOS, Francisco. (2008). “Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales”. Publicado en Revista Latina de comunicación social, número 63. Disponible en : [http://www.ull.es/publicaciones/latina/2008/23\\_34\\_Santiago/Francisco\\_Campos.html](http://www.ull.es/publicaciones/latina/2008/23_34_Santiago/Francisco_Campos.html) Acceso: 22/07/11.

FUENTES, Raúl (1999): El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina. Disponible en: [www.dialogosfelafacs.net/dialogos\\_epoca/pdf/56-05RaulFuentes.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/56-05RaulFuentes.pdf)

LLOBET, Liliana (2001) : Currículos e imaginarios. *Diálogo de la Comunicación de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social* FELAFACS, Número 63. Lima, Perú.

FREIRE, Paúl (1985): *Perspectivas: revista trimestral de educación comparada* (París, UNESCO: Oficina Internacional de Educación), vol. XXIII, nos 3-4, 1993, págs. 463-484. Disponible en: [www.ibe.unesco.org/fileadmin/user\\_upload/archive/.../freires.pdf](http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/archive/.../freires.pdf). Acceso: 12/02/11.

FUENTES, Navarro (2009): La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI”. *Diálogos de la Comunicación*, <http://www.felafacs.org/dialogos>. Acceso: 01/02/10.

EMANUELLI, Paulina (2010): “Investigación de la comunicación en Argentina. Reflexiones sobre la investigación crítica” (En línea). *Revista Latina de Comunicación Social*. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/16paulina.html>. Acceso: 12/09/10.

GARGUREVICH, Juan (2000): Qué es periodismo y cómo enseñarlo. Artículo Sala de prensa. [www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org). Acceso: 14/12/10.

GARGUREVICH Juan (2000): De periodistas a comunicadores: Crónica de una transición de nuestro siglo. *Revista académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social*. Disponible en: [www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/54JuanGargurevich.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/articulos/pdf/54JuanGargurevich.pdf) - Acceso: 10/03-/2011.

GIL, Quim. (1999): Diseñando el periodista digital . Web para profesionales de la

comunicación Iberoamericanos. Disponible en : <http://www.saladeprensa.org/art89.htm>. Acceso: 02/08/10.

GUMUCIO, Alfonso (2001). El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=26800101>. Acceso: 07/09/10.

ESCANDÓN Pablo, PUNÍN Ma. ( 2011): Políticas para combatir la impunidad. Ecuador: libertades desde medios y ciudadanía” Quito . Disponible en: [www.impunidad.com/PDF\\_conferencia\\_puebla/07.UTPL.pdf](http://www.impunidad.com/PDF_conferencia_puebla/07.UTPL.pdf). Acceso: 01-07-11

HURTADO, Elena (2010): Situación laboral del comunicador social. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/48245518/Situacion-Laboral-del-Comunicador-Social-Diagnostico>. Acceso: Acceso: 02/03/11.

LAGE, Agustín (2000): “La burbuja y del destino del periodismo ideológico”. En: [publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/alceu\\_n3\\_Nilson.pd](http://publique.rdc.puc-rio.br/revistaalceu/media/alceu_n3_Nilson.pd). Acceso: 1/06/2011.

LÓPEZ, José y otros. (2009) Planes de estudios de comunicación en América Latina. Disponible en : <http://chasqui.comunica.org/content/view/466/1/>. Acceso: 01/12/10

LIZCANO, Jesús (2002) Las teorías del caos y los sistemas complejos. Proyecciones físicas, biológicas, sociales y económicas. Disponible en: [www.encuentros-multidisciplinares.org/.../Seminario%20Teoría%20del%20Caos%201.pdf](http://www.encuentros-multidisciplinares.org/.../Seminario%20Teoría%20del%20Caos%201.pdf). Acceso: 12/03/2011.

MARQUES de Melo, José (2000): Desafíos actuales de la enseñanza de Comunicación. Reflexiones en torno a la experiencia brasileña. Disponible en: [grupo.us.es/grehcco/ambitos07-08/duarte.pd](http://grupo.us.es/grehcco/ambitos07-08/duarte.pd) . Acceso: 12/06/2011.

MARTÍNEZ, Eloy (2011): Los hechos de la vida. Disponible en: <http://www.fnpi.org/homenaje-a-tomas-eloy-martinez/> . Acceso: 13/04/2011.

MESO, Koldobika. (2003). *La formación de periodista digital*. Revista Chasqui No. 84. Disponible en: [www.ciespal.net](http://www.ciespal.net) . Acceso: 02/03/11.

MIRALLES, Ana (2010): “ La construcción de lo público desde el periodismo cívico. Disponible en: [WWW.INFOAMERICA.ORG/DOCUMENTOS\\_WORD/ROSEN01.DOC](http://WWW.INFOAMERICA.ORG/DOCUMENTOS_WORD/ROSEN01.DOC). Acceso: 11/12/2010.

NAVAS, Marco (1995): El régimen jurídico del libro en el Ecuador, un análisis comparado . Universidad Central del Ecuador. Quito P. 13. Disponible en: [www.uasb.edu.ec/padh/revista4/articulos/marconavas.htm](http://www.uasb.edu.ec/padh/revista4/articulos/marconavas.htm). Acceso: 02/03/11.

PEREZ, Orlando ( 2007): La falta de responsabilidades sociales de los poderes. En: Medios, país y asamblea. El Debate. Fundamedios. Disponible en: [www.c3fes.net/docs/librofundamedios.pdf](http://www.c3fes.net/docs/librofundamedios.pdf). Acceso: 03/04/11.

SOSA, Gabriela. ( 2009). Hacia una configuración del ser y hacer del profesional de la comunicación; sus posibles escenarios de acción para el siglo XXI. Revista Razón y Palabra. Disponible en: [www.razonypalabra.org.mx/antiores/n17/17gsosa.html](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n17/17gsosa.html). Acceso: 01/09/11.

ROVEDA, Antonio (2005). ¿Es posible la formación de un pensamiento estratégico en las escuelas de comunicación y periodismo? En: *III Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*, septiembre, México, D.F. Disponible en : [www.fisec-estrategias.com.ar/2/fec\\_02\\_pon\\_roveda.pdf](http://www.fisec-estrategias.com.ar/2/fec_02_pon_roveda.pdf). Acceso: 03-02-11.

SAAVEDRA, Ethel (2009): Observatory on Structures and Institutions of Inequality in Latin America. Disponible: [www.sitemason.com/files/hnNXkk/WORKING%20PAPERS%2023.pdf](http://www.sitemason.com/files/hnNXkk/WORKING%20PAPERS%2023.pdf). Acceso: 01/02/11.

SCHILLER, Dan (1996): Theorizing communication: a history. Oxford University Press. En: Fuente Navarro: La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI. Disponible en: [www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/36.../105-132.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/36.../105-132.pdf). Acceso: 03/14/11.

SCHLESINGER, Philip (1989): Media, Culture and Society. Disponible en: [www.comunicacionymedios.com/.../monica\\_terribas\\_identi](http://www.comunicacionymedios.com/.../monica_terribas_identi) Acceso: 17/04/11.

KARAMUS, Tanius (2010). El cuarto modelo de la enseñanza en las ciencias de la comunicación. Disponible en: [www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/31682/1/veinte\\_formas.pdf](http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/31682/1/veinte_formas.pdf) Acceso: 01/09/2010.

TRAQUINA, Nelson (2001): O Estudo do Jornalismo no Seculo XX. Sao Leopoldo: Ed. Unisinos. Disponible en: <http://www.allbusiness.com/14772408-1.html#ixzz1Wja6Yimo>. Acceso: 05/05/11.

# **ANEXOS**

## ANEXO I

**Encuesta para estudiantes de Comunicación Social**  
**Universidad Técnica Particular de Loja,**  
**Universidad del Azuay,**  
**Universidad Central del Ecuador**

(Señale con una X la opción de su preferencia)

**Bloque I:** Información general:

Sexo

1. Masculino	2. Femenino
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Edad

1. 18-27	2. 28- 36	3. 37-42	4. 43 - 52	5. 52 o +
<input type="checkbox"/>				

**Estrato socio – económico**

1. Popular	2. Medio-Bajo	3. Medio Alto	4. Alto
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Bloque II :** Perspectivas laborales

**Seleccione al menos uno de los motivos por los cuales usted se matriculó en la Carrera de Comunicación Social**

Motivos	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Quería ser igual a un periodista famoso			
Es una carrera que está de moda			
Existe un alta posibilidad de conseguir trabajo			
Era una de las carreras en las cuales había cupo en la Universidad			
Le gustaba simplemente			
Otros			

¿En que campo piensa ejercer su profesión?

Campo profesional	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Medios de comunicación			
Marketing y Publicidad			
Relaciones Públicas			
Comunicación organizacional			
Productor audiovisual			
Profesor universitario			

Web y multimedia			
Otros			

### **Bloque III: Competencias profesionales**

¿Qué competencias considera que son indispensables para el ejercicio de su profesión?

Competencias	Opción 1	Opción 2	Opción 3	Opción 4	Opción 5	Opción 6
Medios impresos						
Radio						
Televisión						
Relaciones Públicas						
Periodismo de investigación						
Administración de medios						
Opinión pública						
Comunicación organizacional						
Ética periodística						
Cine						

Diseño Gráfico						
Educomunicación						
Legislación						
Marketing						
Periodismo digital						
Publicidad						
Otras						

¿Qué competencias generales debe tener un comunicador social

Competencia	Opción1	Opción2	Opción3
Literatura			
Lingüística			
Teoría de la imagen			
Teoría de la comunicación			
Sociología			
Géneros periodísticos			
Historia de la comunicación			

Estilo y redacción/ Géneros periodísticos			
Otras			

¿Qué competencias considera complementarias para el ejercicio profesional?

Competencia	Opción 1	Opción 2	Opción 3
Formación básica ( cultura, filosofía, teorías sociales)			
Inglés y/u otras lenguas			
Web 2.0 y redes sociales			
Psicología			
Economía			
Otras			

#### **Bloque IV: Debilidades y fortalezas**

¿Qué fortalezas considera tiene el programa formativo de su universidad

Fortaleza	Opción1	Opción 2	Opción3
Cuerpo docente			
Bibliografía			
Sistemas informáticos			

Campus virtual			
Infraestructura			
Servicios de internet			
Bibliotecas			
Bibliotecas virtuales			
Centros de investigación			
Espacios para prácticas profesionales			
Otras			

¿Qué debilidades tiene el programa formativo de su universidad?

Debilidades	Opción1	Opción 2	Opción3
Cuerpo docente			
Bibliografía			
Sistemas informáticos			
Campus virtual			
Infraestructura			

Servicios de internet			
Bibliotecas			
Bibliotecas virtuales			
Centros de investigación			
Espacios para prácticas profesionales			
Otras			

### **Bloque V: Espacio de educación superior**

¿Qué tan importantes son para Usted los procesos de movilidad estudiantil?

Opción	Respuesta
Muy importantes	
Importantes	
Poco importantes	
Nada importantes	

¿Qué tan importantes considera los procesos de movilidad de profesores?

Opción	Respuesta

Muy importantes	
Importantes	
Poco importantes	
Nada importantes	

¿La creación de un espacio común de educación superior en el Ecuador ayudaría a los procesos de movilidad?

Opción	Respuesta
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	
En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

¿Un espacio común de educación superior mejoraría la calidad académica en la formación de comunicadores sociales?

Opción	Respuesta
Totalmente de acuerdo	
De acuerdo	

En desacuerdo	
Totalmente en desacuerdo	

**ANEXO II: Mallas curriculares de las ofertas en estudio**

**Malla Curricular Facultad de Comunicación Social.  
Universidad Central del Ecuador**

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR - FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - FACSO

MALLA CURRICULAR PARA LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - CON ÉNFASIS EN PERIODISMO

*PROPÉDÉUTICO	HORAS	1ra. ETAPA DE FORMACIÓN COMPETENCIAS GENERICAS					3ra. ETAPA DE FORMACIÓN COMPETENCIAS GENERICAS					4ta. ETAPA DE FORMACIÓN COMPETENCIAS GENERICAS					
		1ro. SEMESTRE	2do. SEMESTRE	3er. SEMESTRE	4to. SEMESTRE	5to. SEMESTRE	6to. SEMESTRE	7mo. SEMESTRE	8vo. SEMESTRE	9no. SEMESTRE	10mo. SEMESTRE	11mo. SEMESTRE	12mo. SEMESTRE				
LENGUAJE Y COMUNICACIÓN LÓGICA	6	Estudios del Lenguaje	Gramática del Español	Lingüística Textual			Escritura Creativa										
LITERATURA Y SOCIEDAD ACTUAL	4		Segundo idioma I	Segundo idioma II	Segundo idioma III	Segundo idioma IV											
SOCIEDAD ACTUAL ECUATORIANA Y MUNDIAL	6		Segundo idioma I	Segundo idioma II	Segundo idioma III	Segundo idioma IV											
INTRODUCCIÓN A LA CARRERA	4		Filosofía I	Filosofía II	Teoría Social y Política I	Teoría Social y Política II											
TOTAL H/S	22		Historia de América Latina	Historia del Ecuador	Historia de la Civilización	Historia Mundial Contemporánea	Introducción al Pensamiento Económico	Análisis de Coyuntura	Seminarios Temáticos de Autor (AG)								
FORMACIÓN SOCIAL Y HUMANÍSTICA	2		Teorías de la Comunicación I	Teorías de la Comunicación II	Teorías de la Comunicación III	Periodismo I	Periodismo II	Periodismo III	Periodismo IV	Periodismo V	Periodismo VI	Periodismo VII	Periodismo VIII	Periodismo IX	Periodismo X	Periodismo XI	Periodismo XII
FORMACIÓN PROFESIONAL	2		Exposición Corporal														
INDUCCIÓN Y ACTIVIDADES OPTATIVAS	2		Actividades Optativas I	Actividades Optativas II	Actividades Optativas III	Actividades Optativas IV	Actividades Optativas V	Actividades Optativas VI	Actividades Optativas VII	Actividades Optativas VIII	Actividades Optativas IX	Actividades Optativas X	Actividades Optativas XI	Actividades Optativas XII	Actividades Optativas XIII	Actividades Optativas XIV	Actividades Optativas XV
EJE INTEGRADOR INVESTIGACIÓN, PRODUCCIÓN Y VÍNCULO CON LA COMUNIDAD	4		Técnicas del Trabajo intelectual Ecuatoriana	Investigación Científica	Proyecto Integrador I	Proyecto Integrador II	Proyecto Integrador III	Proyecto Integrador IV	Proyecto Integrador V	Proyecto Integrador VI	Proyecto Integrador VII	Proyecto Integrador VIII	Proyecto Integrador IX	Proyecto Integrador X	Proyecto Integrador XI	Proyecto Integrador XII	Proyecto Integrador XIII
HORAS DE CLASE SEMANALES	28		28	30	30	29	30	30	30	30	32	31	34				
		* El curso propedeutico no forma parte de la malla curricular															
		**Practica Pretitulacion 1 (Comunitaria) (80 horas - requisito)															
		**Practica Pretitulacion 2 (Comunitaria) (80 horas - requisito)															
		TOTAL DE CRÉDITOS = 274															
		TOTAL DE HORAS CLASE = 4384															

CODIGO	NOMBRES DE LAS ASIGNATURAS	NIVEL	CREDITOS	JUSTIFICACIÓN
	PRIMER CICLO			
COM0113	Pensamiento contemporáneo	1	4	Se mantiene
COM0114	Lengua I	1	5	Se mantiene
COM0117	Mercadeo I	1	5	Se mantiene con un crédito más por ser materia base para título que otorgamos.
COM0118	Introducción y teorías de la comunicación	1	5	Se mantiene
COM0119	Problemas contemporáneos	1	4	Se mantiene
COM0121	Expresión oral	1	2	Se mantiene
COM0120	Creatividad	1	1	Se mantiene
COM0521	Presentaciones Digitales	1	1	Se pone en primer ciclo para que les sirva a los alumnos a lo largo de la carrera. Se cambia el nombre para no atarnos a un software específico.
			27	
	SEGUNDO CICLO			
COM0213	Antropología cultural	2	4	Se mantiene
COM0214	Lengua II	2	5	Se mantiene

COM0217	Corrientes artísticas contemporáneas	2	4	Se mantiene
COM0317	Métodos de investigación I (Cualitativa)	2	5	Se mantiene
COM0219	Mercadeo II	2	5	Se mantiene con un crédito más por ser materia base para título que otorgamos.
	Estadística	2	6	Complementa las capacidades de investigación, e incluye los software de aplicación.
			29	
	<b>TERCER CICLO</b>			
	Ética de la Comunicación	3	3	Se divide Ética y Legislación en dos materias para mayor coherencia ya que ética corresponde a un eje humanista, y legislación a uno profesional. La carga horaria convalidada se mantiene repartida en correspondencia con la amplitud de cada área.
	Legislación de la Comunicación	3	2	Se divide Ética y Legislación en dos materias para mayor coherencia ya que ética corresponde a un eje humanista, y legislación a uno profesional. La carga horaria convalidada se mantiene repartida en correspondencia con la amplitud de cada área.
COM0318	Comportamiento del consumidor	3	5	Cambia de nombre (psicología social) para reflejar los contenidos que se dan.

COM0416	Métodos de investigación II (Cuantitativa)	3	5	Se mantiene
COM0514	Publicidad I	3	5	Se mantiene con un crédito más por ser materia base para título que otorgamos.
COM0320	Redacción Periodística	3	5	Se mantiene
COM0116	Fotografía	3	3	Se mantiene
			28	
	<b>CUARTO CICLO</b>			
COM0417	Producción de Formatos de Radio	4	5	Se mantiene
COM0418	Guiones	4	5	Se mantiene
COM0516	Métodos de investigación III (An. Audien. Cont.)	4	5	Se mantiene
COM0614	Publicidad II	4	5	Se mantiene con un crédito más por ser materia base para título que otorgamos.
COM0419	Redacción Publicitaria	4	3	Se mantiene
COM0420	Herramientas gráficas I	4	3	Fusiona Ilustrador y Photoshop para no atarnos a softwares específicos.
			26	
	inglés		15	

	QUINTO CICLO			
COM0517	Diseño gráfico I	5	4	Se mantiene con un crédito más para facilitar la realización de trabajo práctico y teórico.
COM0518	Publicidad radial	5	5	Se mantiene
COM0613	Producción de Video I	5	5	Se mantiene
COM0717	Cultura y Comportamiento organizacional	5	5	Se mantiene, pasa de séptimo a quinto ciclo, para mayor coherencia en distribución de contenidos.
COM0519	Marketing Social	5	4	Cambia de nombre (antes comunicación y educación) para que el nombre refleje más los contenidos de la materia, pasa de sexto a quinto ciclo para que sus contenidos puedan ser aplicados en las materias Publicidad Televisiva y Producción de Materiales Multimedia I que se dictan en sexto ciclo.
COM0623	Planificación de medios	5	1	Se mantiene
COM0520	Herramientas gráficas II	5	2	Cambia de nombre (antes In Design), para no atarnos a un software específico)
			26	
	SEXTO CICLO			

	Semiótica de la publicidad	6	4	Cambia de semiótica aplicada a semiótica de la publicidad para que refleje de manera más clara los contenidos que se deben impartir. Pasa de quinto a sexto ciclo para equilibrar el número de horas entre quinto y sexto ciclo con el cambio de Comunicación y Educación a quinto.
COM0618	Diseño gráfico II	6	4	Se mantiene
COM0619	Publicidad televisiva	6	5	Se mantiene
COM0718	Producción de materiales multimedia I	6	5	Se mantiene
COM0615	Comunicación Organizacional	6	5	Se mantiene, pasa de quinto a sexto ciclo, para mayor coherencia en distribución de contenidos.
COM0622	Organización de eventos	6	3	Se mantiene con dos créditos más para poder realizar trabajos de aplicación, e incluir contenidos de protocolo.
			26	
	SÉPTIMO CICLO			
COM0711	Planificación de campañas de comunicación	7	5	Se mantiene
COM0715	Emprendimiento	7	4	En el mundo actual es fundamental la generación de puestos de trabajo, por lo que con esta materia se les abre más opciones a los estudiantes.

COM0620	Comunicación estratégica	7	4	Se mantiene, pasa de sexto a séptimo ciclo, para mayor coherencia en distribución de contenidos.
COM0819	Producción de materiales multimedia II	7	5	Se mantiene
COM0621	Materia opcional I o trabajo en proyectos	7	3	Se abre opciones no solo para materias que complementen el conocimiento de los estudiantes, sino también la posibilidad de vincularse con proyectos con la comunidad. Cambia de nombre para cumplir con los requisitos del CONESUP
COM0616	Planificación y proyectos	7	3	Se mantiene con un crédito más para tratar el tema con mayor profundidad.
COM0720	Gerencia de agencias	7	2	Se mantiene con un crédito más para poder realizar visitas de campo.
			26	
	<b>OCTAVO CICLO</b>			
	Relaciones Públicas	8	4	Se incorpora al pénsum por su aplicación práctica.
COM0817	Identidad e imagen corporativa	8	5	Se mantiene
COM0818	Ejecución de campañas	8	5	Se mantiene
COM0820	Seminario de tesis	8	5	Se mantiene

COM0719	Materia opcional II o trabajo en proyectos	8	3	Se abre opciones no solo para materias que complementen el conocimiento de los estudiantes, sino también la posibilidad de vincularse con proyectos con la comunidad. Cambia de nombre para cumplir con los requisitos del CONESUP
			22	
	Número total de créditos:		225	

**Malla Curricular Escuela de Comunicación Social.  
Universidad Técnica Particular de Loja**

Semestre	Asignaturas							Total créditos	Total asignaturas	Total GP
8	Opinión Pública 5cr	Comunicación Organizacional 5cr	Legislación 5cr				GP 4.2: PROYECTO F C 13 CR	28	4	1
7	Administración de Medios 5cr	Ética Periodística 5cr	Marketing 5cr	Pensamiento Sociopolítico 5cr	Libre Configuración 5cr		GP 4.1: FC = 12 CR	37	5	1
6	Periodismo de Investigación 5 cr	Cine 5cr	Periodismo Digital 5cr	Liderazgo y desarrollo de la inteligencia 4cr	Libre Configuración 4cr	Complementaria 5cr	GP-3.2 = 5 CR	33	5	1
5	Relaciones Públicas 5cr	Diseño Gráfico 5cr	Publicidad 5cr	Desarrollo Espiritual III 4cr	Libre Configuración 4cr	Complementaria 5cr	GP-3.1 5 CR	33	6	1
4	Televisión 5cr	Educomunicación 5cr	Teoría de la Comunicación 5cr	Desarrollo Espiritual II 4cr	Libre Configuración 5cr	Inglés IV 4cr	GP-2.2 4CR	32	6	1
3	Radio 5 cr	Teoría de la Imagen 5 cr	Sociología 4cr	Estilo y Redacción 5cr	Libre Configuración 5cr	Inglés III 4cr	GP-2.1 4CR	32	6	1
2	Medios Impresos 5cr	Lingüística 5cr	Géneros Periodísticos 5cr	Expresión Oral y Escrita 4cr	Realidad Nacional 4cr	Inglés II 4cr	GP-1.2 4 CR	31	6	1
1	Introducción a la Comunicación 4 cr	Literatura 5cr	Historia de la Comunicación 4cr	Computación 4cr	Desarrollo Espiritual I 4cr	Inglés I 4cr	GP-1.1 4 CR	29	6	1
								255	44	8

<i>Bloques de materias</i>	<i>Identificación</i>	<i>Suma de créditos</i>	créditos
Troncales 35%		89	
Genéricas 15%		38	
Libre Configuración 9%		23	
Formación Básica 11%		28	
Complementarias 10%		26	
Gestión Productiva 20%		51	
	Total	255	

## ANEXO III: Entrevistas actores del proceso

## **Fernando Ortíz. Periodista Cuencano**

Profesor de la Universidad del Azuay y periodista radial

### **Evaluación General de la Formación de Comunicadores Sociales en Ecuador**

¿Cuál es el rol que cumplen las Facultades y Escuelas de Comunicación Social en el Ecuador?

¿Qué modelos de formación de comunicadores sociales se aplican en el Ecuador contemporáneo?

¿La formación de comunicadores sociales se ajusta a las necesidades de los medios?

¿Qué competencias cree que deberá tener un comunicador social que ejerza su profesión dentro de diez y quince años en el País?

### **Evaluación particular de la escuela de Comunicación Social de la Universidad del Azuay**

¿Cuál cree usted que es el rol que ha jugado la escuela de comunicación social de la Universidad de Cuenca?

¿Hay alguna característica académica particular de los comunicadores sociales graduados en la Universidad del Azuay?

¿Los profesionales graduados en dicha escuela tienen un sólido perfil periodístico o por el contrario están formados para el trabajo en relaciones públicas, publicidad u otras áreas a fines?

¿Ha podido usted detectar falencias formativas que tendrían los estudiantes de comunicación social?

¿Ha podido usted detectar fortalezas dentro del proceso formativo de los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad del Azuay?

¿Cree que la facultad está conectada con el futuro entorno laboral de sus estudiantes?

### **El ejercicio periodístico en el Ecuador**

¿Cómo está el ejercicio periodístico en el Ecuador?

¿Existe libertad de prensa en el país?

¿Cómo está el ejercicio periodístico y las nuevas tecnologías en nuestro país ?

¿Se puede hablar de un periodismo que ejercido a través de las redes sociales en el Ecuador ?

¿Vive el país con un régimen abierto y tolerante con la prensa?

### **Entrevista a Pilar Núñez C.**

Ex Asambleísta Constituyente del Movimiento País. Presidenta del Consejo Consultivo para La Televisión Pública del Ecuador, ECTV

### **¿Cómo está el ejercicio periodístico en el Ecuador?**

La respuesta hará referencia a los grandes rasgos, no a lo que resalta como excepción. Con esta aclaración, podría afirmarse que en el Ecuador el ejercicio periodístico es similar al de muchos otros países en el mundo, está alejado de los fundamentos filosóficos, científicos, políticos y éticos que deben guiar la comunicación social. Está alejado de su función de ser el vector del cambio y, más bien, se evidencia su actual limitación para descifrar y explicar el porqué del modelo económico, político y social que se impone en el mundo y el rumbo que debe tomar el país, para mejorar las condiciones de vida, sobre todo de aquellos grupos humanos permanentemente postergados.

En este sentido, no se puede soslayar que el poder económico, político, ideológico está presente en el accionar de la mayoría de los medios de información, lo cual manifiesta el innegable fenómeno de la ecuación poder-medios, en la que no está presente la demanda social.

Tienen razón analistas y estudiosos de la comunicación –entre quienes se cita a Ignacio Ramonet –al señalar que vivimos una situación de hipermediatización, una sobresaturación informativa y, paradójicamente, un estado de inseguridad informativa, por hacer referencia solo a la información, que en muchos casos es reducida a la noticia. Vivimos una situación en la que prevalece un periodismo de especulación, de lo “light”, de lo superficial, al que se suma el del espectáculo, sin ninguna característica de fiabilidad.

Es evidente el monopolio de la palabra que tienen algunos periodistas y medios de información, que utilizan los mejores espacios para modelar un discurso propio, hábilmente complementado por el de los llamados líderes de opinión que supuestamente hablan en representación del pueblo. Este es un discurso destinado al consumo “masivo” Y esta práctica deja de lado las posiciones alternativas y hasta disidentes, cuya socialización es necesaria para coadyuvar a la conformación de una real opinión pública.

Es evidente la pérdida de calidad de la información, del análisis de la realidad y de la opinión que se ponen en circulación en los circuitos de intercambio, debido a que se privilegia la inmediatez y la rapidez, práctica que responde a una supuesta necesidad de “entregar información oportuna”, que no hace sino reducir y empobrecer el debate, la reflexión y, con ello, impedir a los sujetos sociales la toma de decisiones con base en el conocimiento, en la argumentación, en el por qué y en el para qué. Y no es de

extrañarse, porque precisamente, eso interesa al poder hegemónico a fin de evitar la construcción de una sociedad del buen vivir en el país, que implica procesos de transformación profundos que no podrán sostenerse sin la participación de un pueblo poseedor de conocimientos, sensibilidad social y valores.

¿El ejercicio periodístico, así grosso modo, está posibilitando el fortalecimiento de tales condiciones humanas, está posibilitando el fortalecimiento de la democracia, de la construcción de la sociedad del *sumak kawsay*? Basta observar algunas de las características que se han constituido en “formas de ser” del trabajo en los medios, en genera: el mismo contenido, la misma ansiedad de estar en el primer puesto del rating, los mismos sesgos ideológicos, la misma subjetividad, en un ritual que ha merecido la frase “los periodistas desarrollan su actividad mirando al ombligo, esto es, lo que un medio afirma, lo repite el otro, la agenda de un medio la reproduce el otro...”; no se ejercita el periodismo de investigación, que de cuenta de las causas de los problemas, de los acontecimientos y procesos; no hay tiempo para contextualizar las situaciones; existe escasa proyección o promoción de procesos o personas que gozan del reconocimiento social por su calidad de referentes en cada campo de acción en la sociedad. Con todo ello no se factible la construcción de una real opinión libre y crítica, que apoye la consolidación de las condiciones humanas y comunitarias ya señaladas en función de una real democracia y de una nueva sociedad.

Es necesario dejar claramente sentado que la libre circulación de contenidos comunicacionales -no sólo los informativos- debe estar estrechamente vinculada a un conjunto de cualidades como la calidad, verificación, contextualización, coherencia, argumentación, fundamentación en conocimientos y saberes, jerarquización en función de las necesidades de mejoramiento de las condiciones económicas, sociales, culturales, priorización de aspectos que promuevan los valores y el crecimiento de los sujetos sociales, unidad en la diversidad, interculturalidad, responsabilidad social, responsabilidad ulterior, promoción del interés público sobre el privado, etc., etc., Estas cualidades no siempre están presentes en el ejercicio periodístico en el Ecuador.

El ejercicio periodístico olvidó que la comunicación social debe ser entendida como una mediación social, como el complejo de lenguajes, las señales, productos, la palabra, los símbolos, signos producidos socialmente -muchos de ellos manejados tecnológicamente- y que expresan las relaciones entre los seres humanos, sus valores, sensaciones, modos de sentir, percibir, amar y, a la vez, las relaciones con los respectivos componentes del sistema social en los que se desenvuelven. Es una mediación social que refleja los conocimientos, saberes, creencias valores, cosmovisiones, intereses, expectativas, imaginarios y se expresan a través de esos lenguajes, señales y palabras. La comunicación debe ser entendida como la mediación entre las ideas, actores, acontecimientos, procesos y estructuras. La comunicación está presente en los modos como los actores interpretan la realidad, la interiorizan, la reelaboran y la definen histórica y culturalmente.

## **¿Existe libertad de prensa en el país?**

Sí existe libertad de prensa en el país. Y aquí vale expresar lo que ello conlleva: Lamentablemente el criterio de libertad que se ha impuesto es el que, precisamente, ejercen y defienden determinados medios de información vinculados con grupos de poder económico, político, ideológico y financiero; de ahí la clara categoría de LIBERTAD DE PRENSA, que contraviene el principio y derecho universal DE LIBERTAD DE PENSAMIENTO Y EXPRESIÓN, consagrado en la Carta de los Derechos Humanos para todas las personas, sin distinción alguna.

Con oportunidad de los procesos de construcción de la Constitución de la República del Ecuador y de la Ley Orgánica de Comunicación, (mandato de la Constitución) se ha develado con absoluta claridad la campaña que han desarrollado tales medios en defensa de SU libertad, insisto, libertad de prensa. Este singular ejercicio ha implicado una real limitación a la expresión libre y democrática de las ideas, sentimientos, opiniones, propuestas de los distintos sectores sociales, a los que se les ha negado, persistentemente, su derecho a la comunicación a través –en este caso– de los grandes medios de información. Y este fenómeno debe ser materia de preocupación y de debate, con el fin de incidir hasta alcanzar una práctica mediática que cumpla la importante función social de promover y posibilitar la elevación de los niveles de conciencia de los seres humanos y , por supuesto, el pleno ejercicio de la libertad de pensamiento y expresión.

Este singular ejercicio de la LIBERTAD DE PRENSA ha implicado que la palabra se constituya en un privilegio de pocos, aquellos que, a juicio de los medios de información, son los considerados en su “agenda”, en aras a la construcción de una supuesta opinión pública, que dista mucho de ser auténticamente pública. Así ejercen su poder y control en la sociedad, así construyen una realidad que debe ser “aceptada” por todos.

La libertad de prensa debe ser entendida como la “libertad del poder”, la de los sectores económicos, políticos, ideológicos que están detrás de las grandes empresas mediáticas y del espectáculo.

## **¿Se está preparando una ley mordaza?**

La respuesta es un no rotundo. La Primera Disposición Transitoria de la Constitución de la República del Ecuador, en su numeral 4 dispone la elaboración y aprobación de la Ley de Comunicación. Ello, en coherencia con los mandatos consagrados en materia de comunicación social en cada uno de los artículos desplegados a lo largo de su contenido, especialmente, en el Título II, de DERECHOS, Capítulo Segundo, Derechos del Buen Vivir, Sección Tercera, Comunicación e Información y, en el Título VII, del RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR, Capítulo I, Sección Séptima, Comunicación Social. El

Artículo 384 de esta sección dispone que la Ley defina la organización, funcionamiento y las formas de participación ciudadana en el marco del SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Aquí vale relieves que, por primera vez en la historia nacional una Constitución consagra los derechos a la comunicación y el Sistema de Comunicación, como componente del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social, junto a la educación, salud, seguridad social, habitad y vivienda, cultura, ciencia y tecnología, etc. etc. Por primera vez se dispone la promulgación de una LEY DE COMUNICACIÓN SOCIAL, cuya aprobación significará que es la primera en el mundo.

Esta fue una iniciativa personal, apoyada por los asambleístas del Movimiento País y por amplios sectores ciudadanos.

Por lo expuesto en las respuestas a las dos primeras preguntas, está claro que los sectores dominantes y los grandes medios de información se opondrían a la aprobación de una ley Orgánica de Comunicación Social. Esto se demuestra a lo largo de los dos últimos años, en los cuales se ha desarrollado una clara campaña de oposición, a partir del calificativo de “ley mordaza”, cuya intención es impedir que el país cuente con dicha ley. Se debe puntualizar que este calificativo fue lanzado aún antes de que existiera algún proyecto de ley.

Gracias al trabajo realizado desde la sociedad, y al aporte de varios miembros de la Comisión Ocasional, el proyecto a ser sometido a aprobación por el pleno de la Asamblea Nacional, tiene los componentes que, en términos generales, debe incluir una ley que cumple el mandato constitucional:

## **LOS PRINCIPIOS Y DERECHOS**

### **EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN:**

La planificación y políticas de comunicación

La institucionalidad

Los actores

Las formas y espacios de comunicación

Los medios

Los contenidos

Los procesos

La publicidad

Las sanciones

Con oportunidad del Segundo debate en la Asamblea Nacional, es necesario incidir con un conjunto de modificaciones al proyecto tratado en el primer debate, a fin de lograr las precisiones necesarias en el articulado que superen algunos equívocos y falencias.

(Esto no es materia de la pregunta, por ello no se detallan)

**¿El Consejo de Comunicación busca normar o se propone censurar a los medios en el país?**

El Consejo de Comunicación no se propone censurar a los medios. Aquí la explicación de su razón de ser

:

La conformación del Consejo de Comunicación, como elemento de la institucionalidad del SISTEMA, es una iniciativa personal que ha sido acogida en el proyecto de Ley y esto porque en cumplimiento de los mandatos constitucionales, debería crearse el Ministerio de Comunicación Social (potestad del Ejecutivo) por cuanto en la estructura de la Función Ejecutiva, según el Art. 141, los Ministerios de Estado tienen “las atribuciones de rectoría, planificación...” en el ámbito de su competencia y, según el Art. 154 les corresponde, además de las atribuciones establecidas en la ley, “ejercer la rectoría de las políticas públicas del área a su cargo y expedir los acuerdos y resoluciones administrativas que requiera su gestión”, esto es de cada SISTEMA. Por su lado y, a fin de concretar el ejercicio del derecho a la participación por parte de personas, pueblos, colectivos, y que dejen de ser meros “consumidores de productos comunicacionales” “audiencias” o “público” o masas” como determinados círculos los denominan, se propuso la creación del Consejo de Comunicación Social. Con ello se logra también concretar el principio de pesos y contrapesos, de correlación Ejecutivo-Sociedad Civil.

En el Proyecto de Ley se establece que son actores del Sistema, entre otros: Los Ministerios, las Secretarías y entidades públicas del sector de la comunicación, así como el Consejo de Comunicación e Información. Al analizar las funciones de dicho Consejo, y entre ellas, las relativas a los medios, en los literales c), e), f), g), h), k) se desprende que NO TIENE LA ATRIBICIÓN DE “NORMAR”, PEOR “CENSURAR” A LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN.

De ello se puede afirmar que, esta afirmación que ha circulado y cuya paternidad se atribuye, nuevamente, a determinados grupos, personas y medios de información, tiene la intención de deslegitimar la creación del Consejo de Comunicación, como una instancia a través de la cual, la población se posibilite el ejercicio de sus derechos a la comunicación, consagrados en la Constitución.

En cuanto a las funciones del Consejo de Comunicación e Información es necesario que el proyecto en discusión añada entre otros, aspectos como: participar en la formulación de políticas públicas y del Plan Nacional de Comunicación (y no solamente del Plan de Frecuencias, según consta en el proyecto); sugerir a los medios pautas de contenidos que satisfagan la diversidad de demanda en cada tipo de contenido, considerando los

principios de interculturalidad y plurinacionalidad; fomentar el desarrollo de capacidades de lectura crítica de mensajes y la alfabetización digital; gestionar la cooperación internacional para el desarrollo de la comunicación; impulsar el desarrollo y el intercambio de tecnologías en comunicación; reconocer públicamente las acciones comunicacionales que cumplen los mandatos de la Constitución, de los instrumentos internacionales de derechos humanos y de la Ley de Comunicación, (de esta manera se elimina la percepción de lo punitivo).

### **¿Cómo está el ejercicio periodístico y las nuevas tecnologías?**

### **¿Se puede hablar de un periodismo ejercido a través de las redes sociales?**

### **¿Se ha roto el paradigma emisor-receptor con el apareamiento de las redes sociales?**

#### **Se responde a las tres preguntas:**

En unos casos, las nuevas tecnologías complementan el periodismo que se ejerce en los medios de información tradicionales y se han constituido en elementos importantes que, en unos casos se agregan y en otros perfeccionan las plataformas físicas de los medios tradicionales. En otros casos, son una opción diferente, netamente digital.

En el contexto de la incursión de las nuevas tecnologías, se pueden verificar dos situaciones:

La negativa.- Las plataformas digitales están sirviendo para potenciar el fenómeno de la inmediatez y rapidez en la entrega de la información y en el intercambio de criterios. Este es un problema digno de ser analizado pues, el periodismo cae en la misma trampa que, como se afirmó en la primera respuesta, le aleja aún más del cumplimiento de su función social fundamentada en una profunda responsabilidad profesional frente a la sociedad. Se está reproduciendo un ejercicio periodístico con las mismas características del que se realiza en los medios tradicionales.

Más aún, las redes sociales se están utilizando para un intercambio seudo informativo, propiciado por los propios periodistas con una clara intención de “complementar” y acentuar lo que realizan en su ejercicio en la radio, televisión o medios impresos: convertir los acontecimientos en espectáculo, banalizar los logros de los sectores y grupos que se oponen a su línea ideológica, generar incertidumbre, convertir sus afirmaciones en “la verdad”.

En este entorno, las redes sociales han acentuado el fenómeno de una falsa participación que distrae la movilización social hacia el cambio, haciendo creer a muchas personas que forman parte de un proceso en el que sí son tomadas en cuenta,

cuando lo que realmente ocurre a decir de los críticos, que “solo se trata de un juego propiciado por determinados individuos que escriben en un teclado mientras se toman un café”.

La positiva.- A diferencia de lo anterior, varios comunicadores sociales -individual o grupalmente- se han volcado a un ejercicio del periodismo utilizando las nuevas tecnologías y están realizando una interesante tarea de filtrar lo relevante y ponerlo en contexto, de recobrar la misión de coadyuvar a elevar el nivel de conocimiento y de conciencia, así como posibilitar el intercambio dinámico y en permanente construcción con los sectores poblacionales que tienen acceso a estas tecnologías, aprovechando las ventajas que comporta el uso de múltiples lenguajes al mismo tiempo (escrito, visual, audiovisual, etc.)

En todo caso, lamentablemente no se ha logrado todavía entrar en una línea de ejercicio comunicacional que aproveche las ventajas de las nuevas tecnologías y las redes sociales, para lograr la incorporación y la interacción con todos los grupos sociales, especialmente aquellos que no son afectos a los medios tradicionales, sobre todo los impresos, para consolidar un trabajo encaminado que refleje los conceptos de comunicación, los principios y fundamentos filosóficos y científicos opuestos a las visiones hegemónicas en esta materia, ligadas, obviamente a las de los grupos de poder económico e ideológico. No se ha logrado constituir a las redes sociales en una propuesta de auténtica participación social para convertir a cada ciudadano en un gestor de su propio crecimiento y de la transformación de la sociedad.

Lo anterior lleva a afirmar que no se ha roto el paradigma emisor-receptor, lamentablemente aún vigente en la práctica mediática tradicional y, en la nueva práctica multimedios.

### **¿Vive el país con un régimen abierto y tolerante con la prensa?**

Me parece que se responde ya en la pregunta número 2.

¿Cuál es el papel de los medios públicos en el Ecuador?

Los medios públicos pertenecen a los ciudadanos. En este sentido es necesario puntualizar que algunos sectores consideran que son “medios estatales”, y esto puede generar confusiones, sobre todo cuando se asimila la categoría Estado a la de Gobierno y, en este caso, un medio estatal es el que está dirigido y controlado por el poder político, y esto determina, a la vez, que en la línea editorial y en los contenidos haya injerencia gubernamental, sobre todo en materia de información.

## **Los medios públicos tienen las siguientes características fundamentales:**

Universales, es decir, accesibles a todas las personas, sin discriminación de ningún tipo. Diversificados, en todo sentido, desde el punto de vista de los géneros, categorías, temáticas, población objetivo, grupos que interactúan con los contenidos; y en cuanto a la visión de inclusión de la diversidad geográfica, cultural, étnica, etaria, de género, condición económico-social y, de personas con capacidades diferentes. Debe responder a las distintas demandas, gustos e intereses.

Diferentes, respecto a los medios comerciales, esto es, deben ser innovadores, fiables, creíbles. Incorporan la producción independiente de calidad, aún en los medios impresos.

Independientes, respecto a las presiones del mercado y de cualquier tipo de injerencia gubernamental o de los poderes político, económico e ideológico.

Estas características otorgan a los medios públicos de legitimidad y credibilidad.

De ello se desprende que el papel de los medios públicos es trascendente en la vida nacional y puede sintetizarse en los siguientes elementos:

Deben dar respuesta a las prioridades sociales, económicas, educativas y culturales de la población.

Deben ofrecer contenidos que favorezcan el desarrollo de la conciencia, el conocimiento, la reflexión, la crítica y el logro de acuerdos fundamentados en la argumentación, así como los valores y la sensibilidad humana, la interrelación con la naturaleza y la necesidad de su conservación y preservación. Y por supuesto, contenidos que propicien un entretenimiento sano y no banal.

Deben posibilitar la participación ciudadana en la planificación, en la definición de su línea editorial y en la construcción de contenidos, en el seguimiento y en la evaluación de su quehacer comunicativo.

Debe posibilitar la circulación de los diferentes puntos de vista sobre los hechos, acontecimientos y procesos de la vida nacional y mundial.

Deben proponer una visión abierta al mundo, a las distintas perspectivas de análisis de las relaciones del Ecuador con los países.

Deben promover el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Deben fomentar la reflexión sobre los temas prioritarios del país, en función de la construcción de la sociedad del buen vivir

Deben fomentar la más amplia participación social, la adhesión y movilización social a favor de los temas y procesos de interés público y, la participación ciudadana en la gestión pública.

Deben fomentar la conciencia social respecto a la importancia que tiene el acceso al conocimiento, a los saberes ancestrales, en todos los ámbitos.

Deben compensar las carencias existentes en cuanto a contenidos específicos para grupos generalmente excluidos como los jóvenes, niños, adolescentes, adultos mayores, mujeres y grupos diversos en cuanto a etnia y cultura.

Deben incorporar la participación de los mejores autores, creadores y productores, dando oportunidades a los más jóvenes, para la producción de contenidos innovadores y de

calidad, incluso, en lo que respecta a la publicidad.

Cómo cambió el ejercicio periodístico con la aparición de los medios públicos?

En el país no existen propiamente medios públicos, tal como expresan las condiciones y características señaladas en la respuesta anterior. Los llamados “medios públicos” están en un proceso de transición hasta que la demanda social plantee la necesidad de constituirlos en verdaderos medios públicos. Por tanto, no aplica la pregunta.

## **Entrevista a Vladimir Stoichkov. Periodistas extranjero radicado en el país.**

Vladimir Stoichkov. Periodista formado en la Universidad de Sofía

Bulgaria radicado en Ecuador hace aproximadamente 10 años, vinculado de manera parcial algunos medios de comunicación y universidades del país.

Ha trabajado para varios medios en Bulgaria y fuera del país. Publicaciones en Bulgaria, España, Costa Rica y Ecuador. Como autor del proyecto “La otra Bulgaria”, realizó una serie documental de 74 capítulos, filmados en 50 países de 5 continentes.

Actualmente profesor en la USFQ y la Universidad de los Hemisferios, en Quito, y trabajo para la revista búlgara, Za Horata).

**¿Cuál es el papel que han jugado las escuelas de comunicación social en el Ecuador? Conozco el país desde hace poco tiempo, 9 años, para tener una visión amplia sobre el tema. Me parece que aquí, en general, existe una tendencia de seguir el modelo norteamericano en la formación de los comunicadores. Por un lado, sin duda, este es uno de los modelos más exitosos en el mundo, pero por otro, no coincide del todo con las especificaciones latinoamericanas y, concretamente, con las ecuatorianas, lo que provoca ciertos desencuentros y necesidad de adaptaciones.**

¿Las escuelas de comunicación social del país tienen problemas comunes en relación a las escuelas de países más desarrollados (Europa, Alemania, Estados Unidos)

En casi todo el mundo se ofrece educación para las distintas clases sociales, con sus respectivas ventajas y desventajas. Y el Ecuador no es una excepción. Cada nivel tiene sus problemas, muy distintos entre sí. Y el problema común para todos es motivar a los estudiantes en la nueva época de tecnologías avanzadas que, prácticamente, cambiaron muchos de los valores en la sociedad.

El esfuerzo y carga académica del estudiante ecuatoriano que pretenden ser comunicador, es igual o diferente al estudiante extranjero? Si /No y explique las causas  
Creo que no. Me parece que al estudiante ecuatoriano, en general, le falta la ambición que muestran sus colegas de otros países. Una de las causas se puede señalar en la vida más contemplativa que vive el Ecuador y el ritmo más calmado de la sociedad.

Que reputación tiene desde su visión particular las escuelas y facultades de comunicación social en el país.

Es un proceso que se está desarrollando. En la USFQ, por ejemplo, cada vez vienen más extranjeros para estudiar, porque reciben la misma calidad de educación como en su país, pero pagando diez veces menos para la carrera. Su experiencia traerá más estudiantes en el futuro e, imagino, que el proceso se expandirá en otras universidades del país. De todas, formas las escuelas y las facultades ecuatorianas todavía permanecen en anonimato para la sociedad mundial y esto es algo normal, tomando en cuenta que Ecuador es un país joven y pequeño en tamaño.

Desde su visión cuales serían las principales debilidades formativas de las escuelas

/facultades del Ecuador

Por un lado, la motivación a los estudiantes, como ya lo mencioné antes, ya que la vida contemporánea ofrece muchas alternativas de desarrollo, autoeducación y distracción. La motivación hacía la lectura y el desarrollo de una escritura más creativa. Y por otros lado, la readaptación de los profesores. Sobre todo, para los profesores de larga trayectoria es y será muy difícil abandonar la inercia y cambiar su modelo educativo, de innovar sus discursos y volverse guías más didácticos en sus aulas.

Desde su visión cuales serían las principales fortalezas formativas de las escuelas / facultades del Ecuador.

**Las fortalezas están en la multiculturalidad del país. También en las nuevas experiencias que traen los millones de emigrantes ecuatorianos de todas partes del mundo, ampliando la forma de pensar y el conocimiento en general. Y también el factor humano (el crecimiento de la población) y la capacidad de dominar la tecnología de las nuevas generaciones.**

Su universidad (St. Kliment Ohridski, Bulgaria) dedica un espacio específico de la malla curricular para formar habilidades de lenguaje, escritura ( redacción y ortografía ) por ejemplo.

**Sí. En los primeros dos años se estudia toda la paleta de la educación humanística y, paralelamente, todos los géneros y formatos periodísticos, para que el estudiante pueda ubicarse dentro de la materia y escoger su camino para los próximos tres años de la educación.**

Cite áreas del conocimiento específica que a su criterio deberían reforzarse en la universidad ecuatoriana ( facultades y escuelas de comunicación)

Historia universal, historia del Ecuador, historia de los medios de comunicación (nacional e internacional), historia de la fotografía, literatura universal, escritura periodística, escritura creativa, moral y ética, un idioma obligatorio que los estudiantes puedan elegir, manejo de las tecnologías relacionadas con la materia, técnicas de entrevistar.

### **Objetivo: Estado del ejercicio profesional en general**

Cree usted que en Ecuador hay amenazas preocupantes a la libertad de prensa

No. He crecido en un país con un sistema político cerrado y escasa libertad de expresión en general. Aquí no noto semejantes tendencias. El mismo hecho de que se reclama más libertad de expresión ya es una muestra de su existencia.

Cuál es a su criterio las principales debilidades de los profesionales dedicados al periodismo en el Ecuador

Según mi observación, una considerable parte no tiene la preparación profesional para cumplir el papel de comunicador. De ahí proviene demasiada improvisación, falta de objetividad, la defensa de intereses particulares e institucionales, y errores laborales que resultan una falta de respeto a la audiencia.

Cree que existe precarización laboral ( exceso de funciones y horas de trabajo ) en el país. Y cuales serían las principales causas.

Tecnológicamente, los medios principales poseen lo necesario para cumplir su tarea con alta calidad. Sin embargo, el factor humano es el dominante en el resultado final y aquí se notan ciertas debilidades que mencioné en la respuesta anterior.

Cree necesario / indispensable el título profesional universitario para ejercer el periodismo en el Ecuador

**Algunos de los más grandes periodistas de la historia, como por ejemplo Kapusciski o Hemingway, no han estudiado periodismo antes de ejercer el oficio, pero en sus casos es determinante el alto criterio del medio donde se iniciaron. Así que si los medios de comunicación ecuatorianos mantienen un alto nivel de calidad, cada persona que pueda cubrir estas necesidades, podría ejercer la profesión, gracias a su talento y no a su título. Sin embargo, un talento crudo se tiene que cultivar y desarrollar, y las universidades deberían ser un espacio adecuado para esto.**

#### **Objetivo: Formación del futuro comunicador/periodista**

Áreas fundamentales que deberá dominar el periodista del futuro para trabajar en el Ecuador

Moral, ética profesional, conocimiento temático y dominio tecnológico dentro del área que cubre.

Competencias y/o habilidades que deberá poseer

Capacidad de análisis, de objetividad, de expresión oral y escrita, creatividad y compromiso.

Recomendaciones generales que usted hace a las facultades de comunicación del Ecuador

Creo que el modelo de mi estudio, que mencione antes, funciona bastante bien y permite al estudiante descubrir y desarrollar sus propias capacidades. Por otro lado, las facultades deben facilitar los procesos de trabajo práctico, tanto en el apoyo humano como en las posibilidades técnicas.