

107 Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación

Nº 107 - septiembre 2009

EDICIÓN DE ANIVERSARIO

Revista Chasqui
actualidad

Cursos Internacionales
Medios públicos

La información

Programas de Radio

La comunicación

Ma

Internet

INCLUYE DVD



Carta a nuestros lectores

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina acaba de iniciar una etapa de renovación, no solo por la nueva directiva, sino porque su aniversario 50 en la formación e investigación del periodismo y la comunicación en la región exigen que la institución se transforme, pues durante cinco décadas CIESPAL debe ser la institución joven y fresca con propuestas innovadoras dentro de los espacios académicos y profesionales del continente.

Esta edición especial que Ud. tiene en sus manos es un recuento de lo que ha sido CIESPAL, de lo que es, pero lo más importante, de lo que debe ser en el ámbito latinoamericano y del Caribe, como institución que propone ejes de desarrollo comunicacional, como espacio democrático que suma iniciativas en todas las áreas del quehacer comunicativo y como nodo de referencia actualizado sobre temas, bibliografía y estudios.

Hemos cambiado la estructura de la revista y en primer lugar, Ud. encontrará que CIESPAL es el tema y el personaje de esta edición. Entrañables ex becarios y académicos que colaboraron y son la memoria histórica de la institución, como José Marques de Melo y Daniel Prieto Castillo nos entregan sus perspectivas de lo que debe ser este centro regional a futuro, partiendo de las experiencias que ellos vivieron en la institución.

El director del CIESPAL propone el camino trazado para el siguiente lustro y el académico español Manuel Martín Serrano analiza la importancia de la institución en el proyecto de la humanización de la comunicación. De igual manera, María Teresa Quiroz, presidenta de FELAFACS, da las pautas de lo que augura a esta institución.

Los festejos por el medio siglo de vida institucional fueron humildes pero emotivos. Se recuperaron nombres que estaban olvidados, como el de Walter Ouro Alves y del ex director Marco Ordóñez.



En nuestra sección de Actividades Ud. encontrará una relación de los seminarios, eventos de conmemoración y talleres que se desarrollaron con motivo de la celebración de los 50 años, y que todavía se siguen efectuando hasta diciembre.

En nuestra sección de Coyuntura, abordamos sobre la integración andina desde un proyecto de FELAFACS, la infografía digital interactiva, la ética periodística en los currículos universitarios, los desafíos que tienen los contenidos digitales en América Latina y sobre la Internet como derecho.

En próximas ediciones desarrollaremos contenidos para la plataforma digital de Chasqui, que se está construyendo, para estar acorde con las transformaciones mediáticas y alcanzar mayor número de lectores.

Este número contiene un DVD con las actividades más importantes de lo que fue la conmemoración de los 50 años del CIESPAL.

No olvide visitar nuestro blog <http://chasquirevista.wordpress.com> en donde puede consultar las políticas de publicación para ser nuestro colaborador.

El editor

Director

Fernando Checa Montúfar, PhD (c)

Dirección Técnica

María del Carmen Cevallos

Publicaciones

Raúl Salvador R.

Editor

Pablo Escandón M.
 pescandon@ciespal.net

Portada

Mayra Cajilema C.

Diseño y diagramación

Diego S. Acevedo

Corrección

Raquel Rosero

Suscripciones

Isaías Sánchez
 isanchez@ciespal.net

**Chasqui es una publicación del
 CIESPAL**

Miembro de la

Red Iberoamericana de Revistas
 de Comunicación y Cultura

<http://www.felafacs.org/rederevistas>

Red de Revistas Científicas

de América Latina y el Caribe

en Ciencias Sociales y Humanidades

<http://redalyc.uaemex.mx>

Impresión

Editorial QUIPUS - CIESPAL

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

porque la comunicación es un derecho

Presidente
 Édgar Samaniego
 Universidad Central del Ecuador

Fander Falconí
 Ministro de Relaciones Exteriores, Comercio e
 Integración

Raúl Vallejo C.
 Ministro de Educación

Héctor Chávez V.
 Universidad Estatal de Guayaquil

Antonio Aranibar
 Organización de Estados Americanos

Patricia Ashton D.
 Comisión Nacional de UNESCO
 para los países andinos

José Camino C.
 Unión Nacional de Periodistas

Freddy Moreno M.
 Asociación Ecuatoriana de Radiodifusión

Wilfrido García
 FENAPE

Fernando Checa Montúfar
 Director General del CIESPAL

Teléfonos: (593-2) 250-6148 252-4177
 Fax (593-2) 250-2487

web: <http://www.ciespal.net>

weblog: <http://chasquirevista.wordpress.com/>

Apartado Postal 17-01-584
 Quito - Ecuador
 Registro M.I.T., S.P.I.027
 ISSN 13901079

	Pág.		Pág.
Portada			
CIESPAL: origen de una institución integradora Edmundo Erazo	4	Testimonio El CIESPAL cambió para bien mi visión profesional Juan Carlos Peña Gutiérrez	56
Resgate do pensamento latino-americano Desafio inadiável do campo da comunicação José Marques de Melo	8	Coyuntura	
Hacia una nueva gestión del CIESPAL Fernando Checa Montúfar	14	Comunicación para la integración andina: la experiencia de FELAFACS Elohim Monard Rivas	52
CIESPAL y los latinoamericanos Teresa Quiroz	22	Ética periodística en la currícula de la UNESCO y en los cursos superiores brasileños Rogério Christofolletti	58
CIESPAL y la humanización de la comunicación: Puente entre el estado de las ciencias y la práctica de la comunicación Entrevista con Manuel Martín Serrano	24	La infografía interactiva: Un género por desarrollar Gabriela Arévalo	62
CIESPAL: promoción y acompañamiento de aprendizajes en comunicación social Daniel Prieto Castillo	32	La TV como medio de transición hacia lo digital Cosette Castro	68
La radio en el proyecto comunicacional del CIESPAL Hernán Espinoza	38	¿Es la Internet un derecho? Eduardo Villanueva Mansilla	74
La televisión en CIESPAL César Herrera	42	Publicaciones	
CIESPAL: 50 años de investigaciones aplicadas Alexandra Ayala	44	Actividades del CIESPAL	
			84



Jorge Fernández, primer director de CIESPAL, en el auditorio de la institución durante uno de los seminarios internacionales.

CIESPAL: origen de una institución integradora

Edmundo Erazo

Ecuatoriano, abogado y secretario general del CIESPAL.

eerazo@ciespal.net

El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, nació con el nombre de Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para la América Latina, y su génesis se remonta a la "II Conferencia de Comisiones Nacionales de la UNESCO del Hemisferio Occidental", efectuada en San José de

En 1959 CIESPAL nació como una iniciativa tripartita del gobierno ecuatoriano, la UNESCO y la Universidad Central del Ecuador para formar mejor a los periodistas.

Costa Rica, del 30 de mayo al 4 de junio de 1958, donde se recomendó la creación, en Quito, de un centro de estudios de periodismo a nivel latinoamericano, como organismo adjunto de la Universidad Central del Ecuador.

Desde el 29 de septiembre hasta el 3 de octubre de 1958, se celebró en las instalaciones de la Universidad Central del Ecuador, el “Seminario regional sobre la Formación Profesional de Periodistas en América Latina”, convocado por la UNESCO, en donde, entre otros aspectos, se estudiaron los resultados obtenidos en el Centro de Estrasburgo, en Francia, y las necesidades existentes en la región, por lo cual se confirmó la iniciativa de crear un centro latinoamericano de estudios superiores de periodismo, lo que fue expresado por los delegados al seminario de que tal iniciativa sea considerada favorablemente por el Director General de la UNESCO y los representantes de los Estados Miembros. A la par, la UNESCO, por intermedio del Departamento de Información, formuló un compromiso formal de *“colaborar con el Centro, facilitándole asesoramiento y libros de texto modelo, concertando contratos, concesión de becas de estudios y enviando expertos”*.

En la X Conferencia General de la UNESCO, que tuvo lugar en París en los últimos días de noviembre y primeros de diciembre de 1958, y que contó con la presencia de la delegación oficial acreditada por el Gobierno del Ecuador y del Dr. Luis Verdesoto Salgado, como decano de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Central del Ecuador, los delegados de todos los países de América Latina auspiciaron la tesis para la creación de un centro latinoamericano de estudios superiores de periodismo, con sede en la Universidad Central del Ecuador. Esta propuesta fue decididamente impulsada por el señor Tor Gjesdal, director del Departamento de Información de la UNESCO, y

contó con el apoyo del Dr. Luis Verdesoto Salgado como segundo Vicepresidente de la Directiva del Comité de Información de la Conferencia, entidad resolutive sin cuyo informe favorable previo, la Comisión del Programa y luego la Conferencia, no habría podido aprobar el proyecto de creación.

En este contexto, y para ratificar lo señalado, el Director del Departamento de Información de la UNESCO, el 26 de enero de 1959, dio contestación a una nota enviada por el Ministro de Relaciones Exteriores del Ecuador, en la cual señalaba que la propuesta ecuatoriana de creación del centro fue discutida durante la X Conferencia General de la UNESCO en París y que los Jefes de las Delegaciones de América Latina, en la Sesión Plenaria, se pronunciaron unánimemente por la creación de este centro. El oficio de la UNESCO fue contestado por parte del Ministerio de Relaciones Exteriores el 20 de febrero de 1959, en el que se señalaba que la primera reunión del Centro sería en el mes de octubre de ese año, reunión en la cual se daría lectura del estatuto de la constitución del Consejo de Administración del Centro Latinoamericano de Estudios Superiores de Periodismo.

El 8 de octubre de 1959 se instaló la sesión constitutiva del “Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para la América Latina”, realizada en el Ministerio de Relaciones Exteriores del Ecuador y presidida por el Ing. Jorge Casares, representante del Rector de la Universidad Central del Ecuador.

Concurrieron a dicha sesión personajes académicos y políticos de la época, entre los que estaban el Dr. Enrique Ponce Carbo, subsecretario del Ministerio de Relaciones Exteriores, en representación del Ministro y como anfitrión; Ing. Jorge Casares, en representación del Rector de la Universidad Central del Ecuador; el Dr. Antonio

Parra Velasco, rector de la Universidad de Guayaquil; el Dr. Luis Verdesoto Salgado, decano de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Central del Ecuador; el señor Humberto Toscano, en representación del Ministro de Educación; Jorge Fernández, presidente de la Unión Nacional de Periodistas del Ecuador; José Capobianco, presidente de la Unión Nacional de Periodistas núcleo del Guayas; el Dr. José Ricardo Martínez Cobo, miembro del Consejo Directivo de la UNESCO. Actuó como Secretario *Ad Hoc* el Sr. Jorge Fernández. Luego de las deliberaciones correspondientes, los prenombrados asistentes procedieron a votar en forma verbal y fue unánime la aprobación del estatuto del Consejo de Administración y la creación del CIESPAL.

El estatuto constitutivo establecía al Consejo de Administración como la máxima autoridad del CIESPAL, que estaba integrado por las entidades señaladas, más el representante de la Asociación de Estaciones Radiodifusoras del Ecuador, que no estuvo presente en la sesión constitutiva. Además, señalaba que el "Centro Latinoamericano de Enseñanza Superior de Periodismo" (sic) fue creado como una entidad autónoma, con personería jurídica, con el objeto de formar y perfeccionar a profesores de periodismo y la enseñanza de la ciencia de la información, y cuya sede era la Universidad Central del Ecuador, en Quito.

Organizativamente, el CIESPAL estaba compuesto por: un Consejo de Administración, con facultades para adoptar todas las decisiones relacionadas a las actividades del Centro; un Comité de Estudios, cuyo primer director fue el Dr. Luis Verdesoto Salgado, decano de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Central, responsable de informar sobre los asuntos relativos a la organización, en general, del Centro, especialmente en lo que concierne al personal docente, condiciones de obtención de diplomas, etc.; una Dirección, cuyas funciones eran ejecutar las decisiones del Consejo y administrarlo; y, finalmente, el Secretario General, que podrá reemplazar al director en su ausencia, estos dos últimos, elegidos por mayoría simple de votos del Consejo de Administración con una permanencia

de tres años en sus funciones, pudiendo ser indefinidamente reelegidos.

El primer presidente de Consejo de Administración fue el Dr. Alfredo Pérez Guerrero, rector de la Universidad Central del Ecuador; el primer director del CIESPAL fue el Dr. Homero Viteri Lafronte, embajador del Ecuador en Venezuela; y el primer secretario general fue el señor Jorge Fernández, presidente de la Unión Nacional de Periodistas, designaciones que fueron confirmadas por el Consejo de Administración en la sesión constitutiva del 8 de octubre de 1959.

En la sesión constitutiva del CIESPAL, se resolvió, además, que el inicio de las actividades propiamente dichas del Centro sea el 15 de febrero de 1960, a fin de que el Consejo de Administración tenga el tiempo suficiente para la preparación del personal, de la consecución de materiales, y para que tenga el tiempo suficiente para implementar el denominado "Programa de la primera reunión del Instituto Superior de Periodismo y la Prensa", que contemplaba no solo la sesión de inauguración del Centro, sino que, además, se vislumbraban actividades académicas relacionadas con las organizaciones de las Escuelas de Periodismo de Europa Occidental, Europa Oriental, la Unión Soviética y Norteamérica, cuyos representantes estarían presentes en Quito para esas fechas, entre otros eventos.

Con todos estos antecedentes, la Universidad Central del Ecuador resuelve "Crear el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina..." el 28 de abril de 1959.

La casa inicial del CIESPAL fue en una oficina del primer piso del edificio de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad Central del Ecuador.

El Estado ecuatoriano, mediante Decreto Ejecutivo No. 498 de 11 de marzo de 1960, suscrito por el Dr. Camilo Ponce Enríquez, presidente constitucional de la República, publicado en el Registro Oficial No. 30 de 5 de octubre del mismo año, reconoció la personería jurídica del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para la América

Latina, que pasó a llamarse Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, mediante Decreto Ejecutivo No. 1159, publicado en el Registro Oficial 410, luego de haberse decidido dicho cambio en un seminario sobre Directores de Escuelas de Periodismo, llevado a cabo en 1974 en el *campus* de la CEDAL en Costa Rica, en consideración al nuevo enfoque del Centro.

El 16 de marzo de 1989, el gobierno del Ecuador y el CIESPAL suscriben un acuerdo por medio del cual se establecen los objetivos del Centro, así como su forma de administración, determinación de obligaciones, de su forma de gobierno, de la capacidad jurídica, inmunidades y de la vigencia del acuerdo, en el cual se convalida la naturaleza de organismo internacional, no gubernamental y autónomo, con personalidad jurídica propia, y se consagra, además, su autonomía académica y administrativa conforme se desprende de la certificación emitida por el Viceministro de Relaciones Exteriores el 30 de diciembre de 2004 y del Registro Oficial No. 643 segundo suplemento, de 28 de febrero de 1995.


El CIESPAL se encuentra debidamente acreditado ante el gobierno del Ecuador, conforme así consta de varios certificados emitidos por el Ministerio de Relaciones Exteriores, por intermedio de la Dirección General de Ceremonial del Estado y Protocolo, Dirección de Privilegios e Inmunidades.

En la actualidad, el CIESPAL se rige por su Estatuto aprobado en las sesiones ordinarias del Consejo de Administración No. 365 del miércoles 22 de junio de 2006 (primera discusión) y No. 366 del miércoles 19 de julio del 2006 (segunda discusión). El Consejo de Administración del CIESPAL, en sesión ordinaria del 1 de abril de 2009, de conformidad con lo establecido en el Art. 14 literal f de su Estatuto, designó al señor Blasco Fernando Checa Montúfar como director general para el período 2009-2014.

En el referido Estatuto se señala como la misión del CIESPAL la de "Posicionar a la comunicación como un hecho social imprescindible en el desarrollo integral del Ecuador y de América Latina, que ejecuta acciones de formación profesional, investigación, asesoría, producción y

difusión de materiales sobre formatos impresos, audiovisuales y electrónicos, que incorporan tecnología de punta."

Los objetivos principales del CIESPAL señalados en el Estatuto son:

- Posicionar a la comunicación como un hecho social imprescindible en el desarrollo integral de la Región;
- Diseñar y ejecutar programas de formación profesional, en el campo de las Ciencias de la Comunicación, por su propia cuenta o en coordinación con diversas organizaciones nacionales y extranjeras;
- Ofrecer formación especializada en las diferentes áreas de las Ciencias de la Comunicación, mediante la realización de postgrados, cursos, talleres, encuentros y seminarios nacionales e internacionales;
- Incentivar la investigación y el análisis científico de temas que influyen en el desarrollo social;
- Investigar los fenómenos sociales, vinculándolos a la Comunicación;
- Propiciar espacios y herramientas para la difusión de conocimientos, estudios e investigaciones en áreas vinculadas al desarrollo local y regional;
- Establecer y fortalecer vínculos de cooperación con las organizaciones gremiales de comunicadores, de medios de comunicación y las facultades y escuelas de Comunicación de Latinoamérica;
- Mantener e incrementar laboratorios para la formación profesional, investigación, asesoría, producción y difusión de materiales sobre formatos impresos, audiovisuales y electrónicos, que incorporen tecnología de punta; y,
- Contribuir de manera permanente y decidida a la promoción y difusión de los valores y culturas regionales y nacionales. 



Los seminarios internacionales avalaron el crecimiento institucional y fundamentaron la investigación futura.

Resgate do pensamento latino-americano

Desafio inadiável do campo da comunicação

José Marques de Melo

*Brasileño, director titular de la Cátedra UNESCO de Comunicación de la Universidad Metodista de Sao Paulo y presidente de CONFIBERCOM.
marquesmelo@uol.com.br*

Marco histórico

Um dado parece consensual na historia do nosso campo. Trata-se do lugar ocupado pelo CIESPAL como divisor de águas no estudo científico da comunicação latino-americana.

“O CIESPAL foi, durante mais de duas décadas, a principal ponte entre os especialistas, as escolas e os diversos centros de reflexão...”. Christa Berger.

Por isso mesmo não hesitei, no recente livro *Pensamiento Comunicacional Latinoamericano* (2009), em argumentar que o período inicial da nossa história está assim balizado - “antes e depois do CIESPAL”.

Essa demarcação pode ser comprovada, tanto nos estudos forâneos quanto nos resgates nativos.

Visão ibérica

Numa perspectiva europeia, Miquel de Moragas (1981) reconhece que, na condição de “principal centro da área para a pesquisa em comunicação”, o CIESPAL acolheu não apenas os “mais importantes professores das universidades norte-americanas”, mas também os “pioneiros do que será a ciência da comunicação propriamente autóctone”.

Por sua vez, Angel Benito (1982) destaca o papel “extraordinário” que o CIESPAL desenvolveu, ao impulsionar a “renovação dos esquemas acadêmicos e de preocupações científicas em todo o continente”.

Olhares do norte

A ótica norte-americana de Cristina Sscharz e Oscar Jaramillo (1986) conduz à identificação do “efeito ressonante”, produzido pelo CIESPAL ao “promover as novas tendências do ensino e da pesquisa em comunicação”, contabilizando sua “tremenda influência” em toda a América Latina.

Denotam igual percepção os mexicanos Fuentes e Orozco.

Raul Fuentes (1992) situa o seu papel multiplicador, justamente quando o CIESPAL “amplia” o universo das antigas escolas de jornalismo, convertendo-as em faculdades de “ciências da informação”.

Orozco (1997, p. 126-128) aponta dois momentos em que o CIESPAL interfere na pesquisa em comunicação da América Latina, dando-lhe uma “nova fisionomia”. Nos anos 60, quando assimila o “enfoque empírico” das Escolas de Chicago e de Paris, e na década de 70, quando promove a primeira “revisão crítica” da atividade investigativa na região, convocando o Seminário da Costa Rica.

Imagens do sul

Na outra ponta do continente, ou seja, no Mercosul, encontramos testemunhos que confirmam essa valorização do papel desempenhado pelo CIESPAL.

Os argentinos Luciano Sanguinetti (2001) e Florence Sasintout (2003) destacam a importância que o CIESPAL teve nos estudos latino-americanos de comunicação.

A brasileira Christa Berger (2001) declara explicitamente: “O CIESPAL foi, durante mais de duas décadas, a principal ponte entre os especialistas, as escolas e os diversos centros de reflexão, iniciou e sustentou um importante esforço de reflexão sobre os problemas da comunicação, além de ter formado um centro de documentação especializado, resgatando a memória histórica sobre os meios da região”.

Na metade do mundo

Ao celebrar seu jubileu de ouro, o Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina almeja reconquistar o prestígio dos tempos áureos, no quadro da nova conjuntura e do aparecimento de entidades congêneres que construíram seus próprios espaços.

Por isso mesmo, julgo indispensável anotar alguns dados sobre o fluxo das idéias disseminadas pelo CIESPAL em sua trajetória histórica.

O desafio de compreender o processo de transição entre a importação de idéias forâneas e a difusão do pensamento autóctone demandou a construção de uma “geografia autoral”.

Para tanto, buscamos como referência dois indicadores: a) Livros editados pelo CIESPAL e b) Artigos publicados na revista Chasqui.

Geografia autoral

No primeiro caso, foi reconstituída a lista dos títulos editados na primeira década (1960-1970) e consultada a lista dos títulos disponíveis no portal da instituição, integrantes da coleção Inityan, cobrindo o período recente (1989-2009).

No segundo caso, consideramos as evidências sobre a difusão do conhecimento disseminado pelo centro internacional. Nenhuma fonte mais apropriada que a revista Chasqui, pois circula amplamente e repercute imediatamente.

É o momento apropriado para o CIESPAL arregimentar forças, fortalecer o acervo cognitivo e disseminar o que a América Latina vem produzindo com singularidade e ousadia.

Chama atenção, nesse quadro geográfico, a variação entre os dois territórios explorados: o do conhecimento validado pelos pares – implícito nos livros – e o do conhecimento em processo de validação – simbolizado pelo periódico científico.

A amostra do fundo editorial demonstra que o pensamento forâneo predominou inicialmente, sendo superado pelo pensamento autóctone em período mais recente.

No território da revista, esse contraste não aparece, por motivo compreensível: o veículo só veio a

circular uma década após, refletindo a “virada crítica” que marca a conjuntura dos anos 70.

Verificando a procedência do conhecimento disseminado através do livro, a análise relativa ao Fundo editorial CIESPALino confirma a mudança radical entre o período inicial e a fase recente.

A primeira década (1960-1969) evidencia a prevalência do hegemônico pensamento forâneo em relação ao emergente pensamento autóctone. De cada 3 livros editados pelo CIESPAL para subsidiar o estudo dos participantes dos cursos internacionais realizados em Quito, 2 foram escritos por autores forâneos e apenas 1 por autores latinoamericanos.

A fase recente (1989-2009) exhibe tendência diametralmente oposta. Inverte-se o quadro com a predominância dos autores latino-americanos sobre os estrangeiros – a correlação é de 3 para 1.

Contrastes

Quais são as características que marcam os diversos períodos da trajetória do CIESPAL?

Para melhor entender e analisar os resultados da observação realizada, vamos separar os dados por etapas históricas, conforme periodização (Marques de Melo, 2009), que em grande parte se ajusta aos cortes temporais aqui feitos:

Desenvolvimentismo mestiço (1960-1969): o principal contingente é constituído pelos norte-americanos, secundado pelos franceses. Dentre os poucos latino-americanos publicados, prevaleceu inicialmente um certo equilíbrio nacional: brasileiros, equatorianos, chilenos, mexicanos e argentinos.

Resistência crítica (1972-1978): opera-se, nessa conjuntura, uma mudança radical. Os autores latino-americanos ocupam toda a cena, cabendo aos pesquisadores forâneos papel secundário.

Radicalização alternativa (1981-1986): a ultrapassagem do que se poderia chamar de xenofobia, significa revalorizar a participação forânea, em proporção menor que na primeira fase do CIESPAL.



Primera edición en América Latina de un texto clásico de Martín-Barbero, que fue publicado en la colección Intiyan del CIESPAL.

Legitimação acadêmica (1989-2009): em relação a esse contingente da passagem do século, a presença latino-americana é majoritária, cinco vezes maior que a forânea.

Impasses

Em meio ao quadro opaco e pouco animador da macro-política mundial, o CIESPAL, agora sob nova direção, vem emitindo sinais alentadores no plano micro-cultural. O compromisso assumido por Fernando Checa, diretor geral que tomou posse no dia 1 de abril de 2009, é de lograr, no próximo quinquênio, o retorno da instituição ao "contexto internacional", com um programa baseado na "democracia, ética e transparência". (*Chasqui*, 105)

Como estratégia comemorativa do seu jubileu de

ouro, a nova equipe está buscando o caminho de volta ao futuro.

A revista *Chasqui* passou a valorizar o pensamento comunicacional latino-americano, programando uma série destinada a suprir a lacuna de conhecimento que empobrece a formação acadêmica das novas gerações de profissionais e pesquisadores da área. Já foram lançadas as edições dedicadas a Jesús Martín-Barbero, José Marques de Melo, Luis Ramiro Beltrán, enquanto outros pensadores como Nestor García Canclini estão sendo objeto de análise bio-bibliográfica.

A coleção *Intiyan* está anunciando três novos títulos, lançando autores ibero-americanos, que escreveram sobre temas da atualidade imediata: gêneros televisivos em tempo de convergência tecnológica; direito à comunicação como estratégia para fortalecer a cidadania; metodologia da pesquisa como processo de articulação entre teoria e prática.

Contudo, a meta mais ousada é o resgate da atuação CIESPALina como vanguarda da comunicação latinoamericana. Da mesma forma que, nos anos 60 do século XX, Quito ocupou o papel de centro irradiador das idéias que embasaram a Escola Latino-americana de Comunicação, na próxima década do século XXI, essa cidade pode se tornar o cenário do mutirão para o fortalecimento das nossas identidades culturais, num ambiente marcado pela globalização compulsória.

Desafio

Enfrentamos uma encruzilhada civilizacional que pode significar a nossa anexação a um dos pólos culturais hegemônicos ou a nossa reafirmação como bloco independente.

Trilhar o caminho autônomo é o que proclama nosso mestre Luis Ramiro Beltrán: “Contamos com uma atmosfera e com várias plataformas para retornar, imediatamente e sem vacilação, à luta pelos ideais abraçados a partir da década de 70”.

Para tanto, a América Latina dispõe, “muito mais que em outras grandes regiões do mundo (...) de uma base institucional de excelente qualidade e influência”. Mas, como nenhuma das organizações existentes pode assumir, isoladamente, essa utopia, ele sugere a criação de comitê permanente para esboçar e desenvolver um programa cooperativo de democratização da comunicação.

Representante carismático dessa corrente de pensamento, Luis Ramiro Beltrán (2009) sugere um roteiro de luta:

Mapear a natureza dos problemas e a viabilidade das alternativas existentes para solucioná-los.

Formular políticas capazes de aplicação aos níveis nacional, regional e local.

Conquistar a simpatia e o apoio dos tomadores de decisão no âmbito jornalístico, político e empresarial.

Implementar uma estratégia quinquenal de ação cooperativa entre as instituições comprometidas com a democratização da comunicação.

Nenhuma entidade mais credenciada que o CIESPAL para sediar e liderar esse processo histórico. Por tradição, cabe-lhe a missão de retomar a bandeira hasteada pelos fundadores da Escola Latinoamericana de Comunicação.

Grito de alerta

Rememorando aquela conjuntura, Jesus Martín-Barbero (2009) destaca: “Havia uma convergência



Los seminarios y talleres para estudiantes y profesionales en todos los temas comunicativos y desde diversas perspectivas son la mejor muestra de pluralismo y democratización del CIESPAL.


e uma coesão, um desejo de construir um grande projeto de pesquisa em comunicação que realmente tivesse um papel de destaque na própria evolução das Ciências Sociais da América Latina...”.

Nesse sentido, ele adverte que essa luta não se esgota no terreno político, pressupondo uma batalha teórica.

“Quero dizer que aquela proposta estava muito ligada à convergência que tinha o campo da comunicação enquanto campo de conhecimento.” (...) O mais interessante é que, justamente naquele momento, começávamos a nos conscientizar de toda a dependência que existia em função da ausência de teoria. Ou seja, nós não só tínhamos uma teoria da dependência, como também começávamos a ver que boa parte da dependência era dependência intelectual.”

Em função desse contexto, torna-se oportuno o grito de alerta lançado por Martín-Barbero:

“Isso se tornou uma realidade clara depois, quando vimos que a imensa maioria dos autores na América Latina continuou olhando para o norte. Não porque não haja teoria da comunicação na América Latina, que não haja pensamento ou bibliografia, porque já faz algum tempo que começa a haver pensamento próprio; porém não se acredita que esse pensamento tenha valor, se vem do norte parece ter mais.”

Portanto, este é o momento apropriado para o CIESPAL arregimentar forças, fortalecer o acervo cognitivo e disseminar o que a América Latina vem produzindo com singularidade e ousadia. 

Referencias:

- Martín-Barbero, Jesús. “Uma aventura epistemológica”. Entrevista a Maria Immacolata Vassalo Lopes. *Raíces*, ano 2, n. 2. São Paulo: ECA-USP, p. 143-162. 2009.
- Beltrán, Luis Ramiro. Entrevista a Juçara Brittes: “Devemos denunciar a estrutura deshumanizante e anunciar a estrutura humanizante”. *Chasqui*, 105, Quito: CIESPAL, p. 20-31. 2009.

- Benito, Angel. *Fundamentos de Teoria General de la Información*. Madrid: Pirâmide. 1982.
- Berger, Christa. “A pesquisa em comunicação na América Latina” In: Hohlfeldt, Antonio e outros. *Teorias da Comunicação*. Petrópolis: Vozes, p. 241-277. 2001.
- Córdova, Gonzalo. “La investigación de la comunicación”, *Chasqui*, n. 1. Quito: CIESPAL, p. 23-30. 1972.
- Fernández, Jorge. *Tránsito a la libertad*. Quito: Editorial El Comercio. 1965.
- “Preâmbulo”, *Las Escuelas de Periodismo en América Latina*, 2ª. ed. Quito: CIESPAL. 1956
- La radio y la televisión frente a la necesidad cultural de América Latina. Quito: CIESPAL, p. 5-13. 1966.
- “Tendencias de la enseñanza del periodismo en América Latina”, In: *IAMCR - Los profesores de periodismo*. Pamplona: Universidad de Navarra, p. 115-144. 1968.
- Fuentes, Raúl. *Un campo cargado de futuro*. México: Coneicc. 1992.
- León Duarte, Gustavo. *Escola Latino-americana de Comunicação, a nova hegemonia*. São Bernardo do Campo: Metodista. 2007.
- Marques de Melo, José. *História do Pensamento Comunicacional*. São Paulo: Paulus. 2003.
- História Política das Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad. 2008.
- Pensamiento comunicacional latinoamericano*, Sevilha: Comunicación Social. 2009.
- Moragas, Miquel. *Teorias de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili. 1981.
- Nixon, Raymond. *Investigaciones sobre Comunicación Colectiva*. Quito: CIESPAL. 1963.
- La enseñanza del periodismo en América Latina, Comunicación y Cultura*, n. 2. Buenos Aires: Galerna, p. 197-212. 1974.
- Orozco, Guillermo. *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*. La Plata: EPC. 1997.
- Samaniego, Ramiro. *Manual de investigación por encuesta en la comunicación*. Quito: CIESPAL. 1968.
- Saintout, Florence. *Abrir la comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. 2003.
- Sanguinetti, Luciano. *Comunicación y médios*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. 2001.
- Schwarz, Cristina e Jaramillo, Oscar. “Hispanic American Critical Communication and Culture”, In: Atwood and McAnany, (eds.) *Communication & Latin América Society*. Madison: University of Wisconsin Press, p. 48-78. 1986.
- Sousa Santos, Boaventura. “Os desafios das ciências sociais”. *Lê Monde Diplomatique*, Encarte Clacso, ano 2, n. 22, maio. São Paulo: Polis. 2009.



Pablo Escandón

En mayo de 2009, la Cátedra Unesco de Comunicación, de la Universidad Metodista de Sao Paulo, convocó al CELACOM, en Marília, Brasil, donde el director del CIESPAL expuso acerca del nuevo quinquenio de la institución.

Hacia una nueva gestión del CIESPAL¹

Fernando Checa Montúfar

Ecuatoriano, investigador, docente universitario y director general del CIESPAL.
fchecha@ciespal.net

Hace unos cuantos años, en la hermosa Quito, CIESPAL era nuestra casa principal, hogar de hogares, lugar de encuentro, espacio para no perder el rumbo y compartir las ideas. CIESPAL era una fiesta. En ese imponente edificio nacieron y vivieron encuentros, talleres, festivales. Radioapasionados y televisionarios

Porque la comunicación es un derecho, CIESPAL entrega la palabra a la ciudadanía para que todos los sectores hablen, sean vistos y sean escuchados, esa es la democracia.

de todas partes de América Latina y el mundo pasamos por esos salones y auditorios. Muchas y muchos leímos la legendaria Chasqui y algunos hasta pudimos publicar alguna que otra idea. Aprendimos, enseñamos, nos hicimos amigos. Crecimos. Luego algo sucedió. De pronto todas esas ilusiones y parte de las realidades se fueron desvaneciendo. Lo sembrado se cosechó pero ya no hubo más siembras, al menos no tan conocidas e incidentes como nos habíamos acostumbrado a tener.

Ernesto Lamas,
Coordinador Regional de AMARC AL²

Efectivamente, el Ciespal era una fiesta. Fiesta de conocimientos, propuestas, talleres, producciones, que se fue desvaneciendo. Ese espacio fermental de la siembra nos proponemos restablecer, con este sentido hacemos las reflexiones y propuestas que a continuación vienen.

Principio fundamental

Democratizar la comunicación para democratizar la sociedad. Esto significa que la ciudadanía tengan la posibilidad real de ejercer plenamente la comunicación como un derecho, de consolidar una ampliación y democratización de la “esfera pública” como condición indispensable para superar las exclusiones de todo orden y fortalecer la democracia. Contribuir a esa democratización será propósito central de la nueva gestión.

Y todo esto tiene complejas implicaciones en los diferentes procesos comunicacionales que adquieren sentido en la medida en que **se mira la comunicación desde la cultura** y cómo estas dos dimensiones de lo social se consubstancian.

La comunicación es una dimensión central de las sociedades actuales y de la democracia. De la *ciudad letrada*, de Ángel Rama, hemos pasado a la “ciudad mediática” o, en palabras de Verón, a la *sociedad mediatizada*. En este contexto, la información y los procesos de comunicación son crecientemente importantes para mejorar la calidad de vida y para profundizar la democracia, siempre y cuando esos procesos sean inclusivos, plurales, horizontales, dialógicos; es decir, que promuevan una auténtica CO-MU-NI-CA-CIÓN, donde los individuos puedan expresarse, dialogar en igualdad de condiciones, puedan ejercer con plenitud la comunicación como un derecho. Y esto implica que este derecho no es exclusivamente de periodistas, medios y comunicadores, sino de TODOS LOS CIUDADANOS. Implica también considerar que comunicación e información son bienes públicos; por tanto, sujetos al control social, incluso de los medios privados, a través de veedurías u observatorios de medios, entre otros mecanismos.

En este contexto, un tema fundamental es la participación ciudadana como eje vertebrador de esa democratización y que permita llegar a lo que Jesús Martín-Barbero denomina la **ciudadanía comunicativa**:

*lo propio de la **ciudadanía** hoy es el hallarse asociada al “reconocimiento recíproco”, esto es al derecho a informar y ser informado, de hablar y ser escuchado, imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. Una de las formas hoy más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúa (...) en la desposesión del **derecho a ser visto y oído**, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como colectivo, en el de las mayorías como de las minorías.*³

1 Ponencia presentada en el CELACOM 2009, XIII Coloquio Internacional sobre la Escuela Latinoamericana de Comunicación, realizado en Marília, Estado de São Paulo, Brasil, entre el 20 y 22 de mayo de 2009.

2 Citado por Luis Dávila Loo, “Al fin un cambio en CIESPAL”. En: Revista Capital, No. 19, Quito, abril de 2009, pp. 76-77.

3 Jesús Martín Barbero, “Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención”. En: Claves de Debate, Guadalajara, ITESO, 2001; cit. por Rosalía Winocur: 96 – 97.

Es decir, una ciudadanía que se caracteriza por permitir que el ciudadano vea, lea, oiga críticamente, pero también que sea visto, leído, oído, tan plural y masivamente como sea posible. Este es un concepto amplio que tiene muchas implicaciones en las dos dimensiones planteadas.

Por un lado, ver, oír, leer; es decir, acceder a un pluralidad de voces, lo cual implica necesariamente una democratización de la oferta mediática. Pero no habrá que garantizar solo ese acceso, sino optimizarlo. Y aquí el fomento de la lectura crítica y el desarrollo de procesos de educomunicación son fundamentales.

En la dimensión **ser visto, ser oído, ser leído** habrá que poner mucho empeño pues implica la democratización de la propiedad de los medios: defendemos el derecho a la existencia de los medios privados, pero también y equitativamente de los comunitarios, ciudadanos, públicos. Es importante contribuir no a “dar voz a los que no la tienen”, pues todos la tienen, sino a amplificar,



Los investigadores ecuatorianos se reúnen en CIESPAL para compartir sus estudios.

difundir masivamente y democratizar la palabra.

Nuestra propuesta apunta a constituir y fortalecer la ciudadanía comunicativa, la comunicación concebida y ejercida como un derecho pleno, considerando sus distintos niveles o grados, cuya especificidad demanda acciones y estrategias particulares aunque interconectadas. María Cristina Mata establece cuatro categorías al respecto que delimitan espacios y acciones e implican estrategias diferenciadas.

1. **Ciudadanía comunicativa formal:** el reconocimiento de los derechos a la información y comunicación en disposiciones jurídicas. En Ecuador trabajamos, con diversas organizaciones ciudadanas, académicas, gremiales, populares, etc.; en un proyecto de ley de comunicación cuyo principio y eje articulador es la comunicación como derecho.
2. **Ciudadanía comunicativa reconocida:** es el conocimiento o conciencia que tienen los individuos sobre esos derechos, es la ciudadanía comunicativa como “referente identitario”. La promoción de este principio y otros elementos articuladores de esa propuesta será una constante en la nueva gestión.
3. **Ciudadanía comunicativa ejercida:** es el desarrollo de “prácticas sociales reivindicatorias de esos derechos, en pos de su vigencia y/o ampliación”, es “la conciencia práctica”. En este sentido, generar y fortalecer prácticas informativas y comunicacionales ciudadanas será principio clave en nuestras actividades.
4. **Ciudadanía comunicativa ideal:** enmarca todas las propuestas que trazan el camino para alcanzar la utopía de la democratización de la comunicación para democratizar la sociedad. Nuestras acciones serán pensando en contribuir a esa gran meta.

Todo esto implica trabajar en la especificidad de cada tipo de ciudadanía y en las condiciones objetivas y subjetivas para su ejercicio. En las primeras se encuentran las políticas y disposiciones jurídicas vigentes y que se están proponiendo; las

lógicas informativas y comunicacionales hegemónicas, pero también las contrahegemónicas, para potenciarlas; las prácticas y movimientos sociales que buscan fortalecer esos derechos. En las segundas, están los significados al respecto; las representaciones e imaginarios acerca del derecho a la comunicación; las motivaciones y las expectativas ciudadanas en torno a él.

Democratizar la comunicación, entonces, para democratizar la sociedad con participación ciudadana. Este principio fundamental articula las líneas de acción o componentes siguientes que, en el mediano y largo plazo, permitirán que el CIESPAL contribuya a esa utopía.

Investigación

Planteamos una investigación que enriquezca un saber y un pensar críticos sobre la comunicación y sus estrechas relaciones con la sociedad y la cultura; que genere conocimientos desde el rigor científico y profundice el debate, que permita avanzar hacia la constitución de una comunidad cognoscitiva. Esto implica insertarnos más activamente en organizaciones de investigación como ALAIC. Como paso previo, estamos contribuyendo a formar, establecer y consolidar una necesaria **comunidad nacional de investigación de la comunicación**, auspiciamos en octubre la constitución de la Sociedad Ecuatoriana de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación (SEICOM).

Será necesario desarrollar investigaciones sobre las fases de producción, circulación y consumo de diferentes procesos comunicacionales y en contextos nacionales e internacionales. Investigar la “densidad simbólica y cultural” de la tecnología (Martín-Barbero) que dinamizan “multitudes inteligentes” (Howard Reinghold). O las formas desinstitucionalizadas de hacer política que practican diversas tribus urbanas o la biopolítica del consumo articulada de manera eficiente sobre todo por las industrias culturales u otras manifestaciones.

Un proyecto ya en ejecución es la **Veeduría de medios**. Frente al poder de los medios y la

necesidad de controlarlos, hay tres posibilidades: regulaciones desde el Estado, autorregulación y observatorios, veedurías o controles ciudadanos. Optamos por esta última opción, desde una perspectiva constructiva, propositiva, no estigmatizadora. La Veeduría tiene 3 características: es crítica y rigurosa, propositiva para los medios y para la ciudadanía y completamente independiente de poderes políticos, económicos, empresariales, etc. La veeduría contribuirá a que los medios sean verdaderamente de **servicio público**.

Un aspecto importante es que, partir de los análisis correspondientes, se generan espacios de reflexión para socializar los resultados y contribuir al enriquecimiento del ejercicio periodístico de los propios medios, a la optimización de otros procesos comunicacionales y a la educación de las audiencias en torno a sus consumos mediáticos. Serán frecuentes los foros de discusión para concretar ese carácter participativo en la crítica, potenciar la veeduría como espacio de formación académica y ciudadana para la investigación y la lectura crítica de la oferta mediática.⁴

La Veeduría de medios que lleva a cabo CIESPAL es propositiva, pues no revela las falencias del oficio periodístico, únicamente, sino que desde el análisis académico y profesional se entrega una propuesta para mejorar la actividad.

Como resultado de las actividades ya iniciadas en la Veeduría, dos productos se están concretando. El uno es el periódico digital Mediaciones (www.ciespal.net/mediaciones) en el que publicamos los diversos análisis que realizamos. El

4 En la sección Veeduría de nuestro portal institucional (www.ciespal.net) se detallan sus acciones.

otro es un programa de TV de crítica de medios que ofrecerá, en 30 minutos, contenidos, reflexiones y propuestas desde la perspectiva de las audiencias y del análisis del discurso.

Formación Profesional

El CIESPAL fue también referente en la formación académica de los comunicadores en América Latina; su aporte a la capacitación de profesionales y trabajadores de la comunicación fue reconocido internacionalmente. Fueron importantes para los periodistas, profesores universitarios y productores de radio y TV los talleres que se realizaban en Quito bajo el auspicio de Radio Nederland de Holanda y la FES de Alemania, respectivamente. O los talleres de investigación, planificación y políticas nacionales de comunicación. Esto vamos a retomar, actualizar y enriquecer, para incentivar y desarrollar espacios presenciales y virtuales de reflexión y debate en todo lo concerniente al multifacético mundo de la comunicación.

En el ámbito nacional, nos proponemos regresar a las universidades con temas como Investigación y planificación de la comunicación, Políticas públicas de comunicación en el marco de los nuevos contextos y retos del siglo XXI; Pedagogía de la comunicación; Derechos a la información y a la comunicación; TIC y gestión del conocimiento (producción, circulación, consumo). A los espacios de copresencia se le sumará una plataforma virtual que nos acerque al *e-learning*. Además, dos propuestas nuevas y muy necesarias: posgrados y capacitación ciudadana.

Posgrados. Nuestra propuesta apunta a inaugurar un doctorado, una maestría y un



La formación profesional es una actividad fundamental que se verá complementada con los proyectos de posgrado que se están organizando.

diplomado. El primero será el resultado de un diagnóstico de necesidades y de alianzas con universidades e instituciones iberoamericanas, queremos que sea algo paradigmático en América Latina y un referente en el mundo de la comunicación.

La maestría y el diplomado serán de carácter nacional. La primera se desarrollará en la perspectiva de mejorar la formación universitaria en comunicación y, considerando la cantidad de profesores que en esta área hay en el país, creemos que una maestría en "Investigación y pedagogía de la comunicación" despertará mucho interés y empezará a satisfacer una necesidad básica.

Otro tema importante para un posgrado es el periodismo. Nuestro interés es trabajar también con los medios privados, con énfasis en los de provincias. Tenemos ya elaborada una propuesta para un diplomado de periodismo dirigido a

periodistas de medios, especialmente a los radicados en provincias.

Por último, en el ámbito de la capacitación, con la FELAFACS estamos desarrollando la Cátedra Itinerante de Integración, con el auspicio de la CAN, denominada “Los medios y la invención del otro: mecanismos simbólicos de la integración”. Aplica una metodología de análisis del discurso mediático sobre el otro (inmigrantes, refugiados, afrodescendientes, indígenas, etc.) para trabajarla con profesores universitarios y ellos, luego, con sus alumnos de comunicación.

Capacitación ciudadana. En el marco del principio fundamental de democratizar la

comunicación y generar una ciudadanía comunicativa, en las actividades de capacitación se considera también a los ciudadanos. Estamos desarrollando una estrategia para la **formación de audiencias activas, críticas y creativas**. La propuesta es empezar con el desarrollo y validación de metodologías y técnicas de lectura crítica efectivas y adecuadas a varios públicos y tipos de mensajes. Este conocimiento será transferido a capacitadores quienes serán los encargados de reproducirlos en sus espacios de incidencia. Uno de los objetivos de esta estrategia es que esas metodologías se incorporen al programa regular de estudios de escuelas, colegios y universidades, y a la práctica cotidiana de organizaciones ciudadanas.

Producción audiovisual y editorial

También nos proponemos fortalecer la producción de materiales audiovisuales e impresos, volver a la institución un centro de producción y capacitación que responda a las necesidades de programación de medios públicos y comunitarios.

La radio sigue siendo un medio muy importante para muchos colectivos y para la mayoría en determinados horarios y escenarios. Por ello, es necesario no menospreciar la producción radiofónica y considerarla parte de la estrategia de producción.

También es preciso potenciar la producción audiovisual, más aún hoy que por Ecuador cuenta con canales públicos que deben ser fortalecidos, con una red de canales locales y regionales que tienen necesidad de una producción diferente y de calidad, y que en América Latina también se están fortaleciendo este tipo de medios.

La producción debe contribuir a disponer de una TV más ciudadana, orientada a mejorar la calidad de vida.



La producción audiovisual es una de las fortalezas institucionales que se está recuperando para democratizar el espectro en la televisión nacional y regional.

Esto implica recuperar y renovar formatos y géneros desde el ejercicio ciudadano, potenciar espacios para voces múltiples, más allá de los comunicadores tradicionales, y desde la percepción ciudadana. Implica también establecer alianzas estratégicas con canales, emisoras, centros de producción y redes nacionales e internacionales (por ejemplo con Televisión de América Latina – TAL–con la que ya estamos trabajando), para la coproducción, intercambio de experiencias y distribución.


Aquí, la investigación es fundamental pues no se trata solo de producir, sino también de conocer si las producciones empatan con las expectativas, las estéticas, los gustos, las necesidades de los públicos; si contribuyen a una “ciudadanía televisiva”, si hay una conexión necesaria entre la producción y el consumo.

Una línea importante del CIESPAL es la producción editorial: más de 300 títulos publicados⁵ y alrededor de 130 números de su revista *Chasqui*. Nuestra propuesta es fortalecer esta producción; *Chasqui* debe recuperar su condición de revista académica paradigmática incluso fuera de las fronteras latinoamericanas. Para ello se constituirá un Consejo Editorial que asesore. Se fortalecerá la digitalización de los contenidos para difundirlos por la red. En este sentido también estamos optimizando el portal institucional con la creación de espacios multimedia. Por último, estamos conversando con colegas de México y Brasil para imprimir la revista en esos países y fortalecer su presencia regional, esta es una iniciativa que ojalá se amplíe a otros países.

Un aspecto fundamental es el **rol que la investigación** debe jugar en la producción, en dos sentidos: primero, proporcionando los insumos necesarios para que la producción responda a los propósitos que se plantea y a las reales expectativas de los públicos y, segundo, para validar los productos y conocer cómo estos son decodificados por audiencias específicas. Desde luego, la

investigación también debe ser elemento importante para enriquecer el acervo editorial y las páginas de *Chasqui*.

Alianzas

Todo esto se potencia con la gestión y consolidación de alianzas con todas aquellas instituciones nacionales e internacionales que trabajan en el campo de la comunicación y la cultura, para desarrollar actividades conjuntas y de mutuo beneficio. Es importante buscar proyección y compartir esfuerzos y experiencias con otros centros de investigación, universidades, observatorios, instituciones y asociaciones académicas, para construir y consolidar esa “comunidad del conocimiento” y aunar esfuerzos en procura de los cambios que buscamos en los medios y en los diferentes procesos comunicacionales. Esta es una invitación abierta con la que esperamos, como ya sucede con algunas instituciones de la región, que nos fortalezca mutuamente, y encauce propuestas que enriquezcan estos planteamientos y la utopía que los anima. 

Referencias:

- Alfaro, Rosa María. *Observatorios de medios: avances, limitaciones y retos ¿Una nueva conciencia crítica o una ruta de cambio?* Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social y A.C.S Calandria, diciembre de 2005. Véase www.calandria.org
- Dávila Loor, Luis. “Al fin un cambio en CIESPAL”. En: *Revista Capital*, No. 19, Quito, abril de 2009, pp. 76-77.
- Marques de Melo, José. *Entre el saber y el poder*. México: Unesco, Comité Regional Norte, 2007.
- Marques de Melo, José y Gobbi, María Cristina. *Génesis do pensamento comunicacional latinoamericano. O protagonismo das institucoes pioneiras CIESPAL, ICINFORM, ININCO*. Sao Paulo: Universidade Metodista-UNESCO, 1993.
- Mata, María Cristina. *Condiciones objetivas y subjetivas para el desarrollo de la ciudadanía comunicativa*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3FES, Bogotá, 2005. www.c3fes.org, consultado el 30 de abril de 2009.

Para la historia: el primer libro de Jesús Martín-Barbero, *Comunicación masiva: discurso y poder*, fue publicado en el Ciespal, así como la primera edición en castellano de *Psicología de la comunicación* de Gerhard Maletzke y obras de Wilbur Schramm, J. Dumazedier, J. Kayser..

Medina, Cremilda. "CIESPAL: el rescate de las voces del Sur". En: *Revista Chasqui*, No. 67, septiembre de 1999, Quito, 66-69.

Meditich, Eduardo. "CIESPAL: progreso y problema del comunicólogo, En: *Revista Chasqui*, No. 67, septiembre de 1999, Quito, pp. 70-74.

Prieto Castillo, Daniel. "La experiencia del CIESPAL en los años 90". En: *Revista Chasqui*, No. 67, septiembre de 1999, Quito, pp. 75-78.

Rheingold, Howard. *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2004.

Steinsleger, José. "CIESPAL 45 años. En: *Revista Chasqui*, No. 80, , Quito, pp. 14-17.

Winocur, Rosalía. *Ciudadanos mediáticos: la construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa, 2002.



Lange Posso

La capacitación ciudadana en temas comunicacionales es importante, por ello los seminarios y talleres más recientes han sido abiertos a todo el público para debatir sobre los medios, sus funciones y sus perspectivas, desde la ciudadanía.



Fotomontaje: D. Acevedo

CIESPAL y los latinoamericanos

Teresa Quiroz

*Peruana, comunicadora, docente de la Universidad de Lima y presidenta de FELAFACS, 2008-2010.
tquiroz@ulima.edu.pe*

CIESPAL ha transitado, a lo largo de su significativa historia, entre la formación académica y la capacitación para la producción; la creación de productos diversos, audiovisuales, la importante revista *Chasqui* por la cual han pasado las preocupaciones teóricas y de investigación por muchas décadas; el espacio de encuentro en talleres y festivales. Alcanzó un reconocimiento en la región por parte de un gran número de organizaciones, intelectuales y políticos que

encontraron en CIESPAL una casa que los acogió para debatir, intercambiar y opinar sobre los grandes y difíciles temas latinoamericanos.

¿Cuál es el aporte de CIESPAL, cuál ha sido y es su función y su misión en América Latina? Pienso que el gran aporte de organizaciones como CIESPAL se encuentra en el campo de lo que llamamos actualmente la gestión del conocimiento a través de instituciones. Me refiero a la correlación entre saberes e instituciones. En pleno siglo XXI, las organizaciones vienen cambiando, hoy ofrecen la posibilidad de un trabajo cooperativo, descentralizado y en red, un encuentro de voluntades, de voces y de opiniones de creadores, académicos y productores de la comunicación que contribuyen a hacerlas vivas. En esa línea, la apuesta por la democracia no es sólo verbal y programática, es de compromiso con la práctica organizativa plural e inclusiva.


Si hoy la comunicación se ha puesto de moda y todos se llaman comunicadores, ¿qué legitima a las organizaciones de la comunicación, dentro de ellas a CIESPAL? En primer lugar, la búsqueda de la excelencia académica, alcanzar altos niveles de formación y de capacitación. En segundo lugar, la obligación y el mandato de ofrecer productos editoriales y audiovisuales que incidan en la sociedad y su desarrollo. En tercer lugar, la responsabilidad social con la ciudadanía. En otras palabras, el *plus* que tienen que ofrecer las organizaciones de la comunicación y CIESPAL, en particular, son la investigación y el análisis, la formación de alto nivel, la reflexión sobre la práctica y la responsabilidad social.

Venimos esforzándonos por insertarnos en la complejidad de los conflictos sociales, en la problemática de las industrias culturales, del mundo empresarial, de la regionalización y del Estado, lo cual es, cada vez más, un reto constante. En tiempos en los que el ser de las organizaciones de la comunicación, como CIESPAL, no termina en el país, en el que los temas de la internacionalización, la globalización, la ciudadanía y las redes redefinen las formas para comunicarse, los retos son cada vez mayores. Además, porque el carácter estratégico del espacio de comunicación

es más decisivo, su incidencia en los procesos políticos y sociales demandan una formación y compromiso cada vez mayor y porque la tarea básica requiere luchar contra el acoso del inmediatez de la actualidad para garantizar una distancia crítica que nos permita hacer comprender a los ciudadanos el sentido y el valor de lo que acontece.

Pensando en el mañana de CIESPAL y proyectando su existencia para las próximas décadas, desde nuestros países fragmentados y con extremos de desigualdad y altos niveles de exclusión, las tareas están vinculadas con el desarrollo y la democracia. En un continente como el nuestro, se requiere enfrentar el inmenso repertorio de posibilidades creativas y de producción que la sociedad de la información supone: buscar soluciones creativas para la expresión de nuestras culturas en el cine y la televisión, en la prensa, soluciones inteligentes en el manejo empresarial, soluciones arriesgadas en los proyectos y campañas. Pero las producciones radiales, cinematográficas y televisivas que se dan en nuestros países son desconocidas y no las compartimos. He allí grandes oportunidades que hay por delante.

En tiempos de incertidumbre, de fragmentación y de pérdida de sentido es urgente conferirle, en un horizonte ético, sentido a la ciencia y a la tecnología. Por ello, considero fundamental que CIESPAL se acerque a los jóvenes para ofrecerles un espacio para defender en voz alta la libertad y la crítica, y acercarse a comprender y expresar la diversidad cultural de nuestras regiones y ciudades. Así serán parte nuestras futuras generaciones de la gran cruzada por reconciliar el conocimiento, la ciencia y el saber con la prosperidad, el desarrollo, la justicia y la igualdad.

CIESPAL no habría sido posible sin la participación y la generosidad de todos y cada uno de sus miembros, directivos y colaboradores que apostaron por esta aventura institucional. A todos y cada uno, y representando el sentimiento de los asociados de FELAFACS, les expreso nuestro reconocimiento y nuestro compromiso de colaborar y seguir trabajando con ustedes hoy y en el futuro. Un gran abrazo. 



Cortesía Manuel Martín Serrano

CIESPAL y la humanización de la comunicación:

Puente entre el estado de las ciencias y la práctica de la comunicación

Entrevista con Manuel Martín Serrano, epistemólogo de la comunicación, docente universitario e investigador de la Universidad Complutense de Madrid.
manuel@facultad.e.telefonica.net

¿Cuál es la incidencia del CIESPAL en los estudios de la comunicación?

CIESPAL aparece cuando los estudios sobre la comunicación de masas están en pleno desarrollo

CIESPAL es el actor fundamental en América para humanizar la comunicación, para devolverle el sentido social, con teoría y metodologías propias.

y ha contribuido decisivamente a que los investigadores de América Latina hayan participado en esos análisis con voz propia. Durante varias décadas se notará la impronta del CIESPAL en muchos trabajos sobre los cambios sociales y las aplicaciones de los medios de comunicación en los países latinoamericanos.

¿En qué consiste esa impronta?

CIESPAL ha orientado el pensamiento latinoamericano en el campo de la comunicación hacia la autonomía desde el rigor metodológico.

¿De qué forma CIESPAL ha representado una opción de autonomía en los estudios de la comunicación?

Como es sabido, CIESPAL introdujo en Latinoamérica la investigación de la comunicación vinculada al desarrollo de políticas comunicativas que tomasen en cuenta las realidades nacionales. Promovió técnicas de investigación que eran y siguen siendo utilizables para ese propósito, aunque no fuesen las únicas posibles. Pero por aquel entonces, el empleo de esas herramientas metodológicas se circunscribía casi exclusivamente a la comunicación en los países desarrollados; o como ahora se dice, la investigación de la comunicación estaba concebida desde y para “las naciones del centro”. Por ejemplo, *la communication research* investigaba principalmente las funciones y efectos de la denominada “comunicación masiva” en EE.UU. Los diseños al uso no siempre eran aplicables y sus resultados casi nunca eran válidos, en “las naciones de la periferia” que necesitaban de enfoques adecuados a sus condiciones históricas y conocedores de los riesgos que plantea la comunicación procedente de las industrias culturales cuando anegan a los países en situación de dependencia. Esa adecuación requería “descentrar” la investigación de la comunicación. Lo

cual implicaba una crítica metodológica realizada desde el rigor metodológico, que todavía tiene vigencia. Es cierto que en ocasiones la crítica renunció al rigor y el rigor técnico fue acrítico. Pero ese descentramiento es, según creo, la aportación más notable del pensamiento latinoamericano en el campo de la comunicación.

¿En qué consiste esa aportación?

La descentración del pensamiento referido a la comunicación contribuyó a romper la falsa asociación que entonces existía, entre el grado de implantación de los medios masivos de comunicación en cada país y la capacidad de producir en ese país, teoría e investigación válidas de la comunicación de masas. A nivel práctico, supuso una barrera frente a la colonización teórica en los estudios de la comunicación. Un empeño tan necesario como difícil, cuando la sumisión teórica en los estudios de la comunicación, estaba operando en muchas sociedades como la punta de lanza de *la colonización cultura mediada*.

¿Podría aclarar esa relación entre *colonización cultural* y *comunicación mediada*?

La interacción entre culturas diferentes es un proceso de lo más deseable. Contribuye a que se reconozca y se aprecie la identidad que distingue a cada grupo humano, en el marco de la diversidad de identidades que existen y que a todos nos enriquecen. La comunicación llevada a cabo en los medios de difusión masiva facilita ese reconocimiento más que cualquier otra forma de relación. Pero la interacción cultural tiene que funcionar como un intercambio; cuando es unidireccional produce colonización. La sociedad culturalmente colonizada *replica*, no asimila las culturas ajenas; las *mimetiza*, no las recrea. En estos casos la comunicación mediada destruye el patrimonio cultural propio de la comunidad

receptora. CIESPAL entendió muy bien que, desde la década de los sesenta, los medios de comunicación eran los principales instrumentos de la colonización cultural en los países dependientes, pasando por delante de las Iglesias, de la enseñanza pública y de la Imprenta. A partir de entonces, la colonización cultural estaba principalmente vinculada con la producción audiovisual. Por eso era tan importante entender la manera en la que tales medios generaban transculturización.

¿Qué tiene de diferente la colonización cultural mediada con respecto a otras formas anteriores?

Quienes habían leído a los autores de la Escuela de Frankfurt escribían en *Chasqui* que “los medios enajenan”. El término “enajenación” significa que lo ajeno se convierte en lo propio: por ejemplo, a escala colectiva las comunidades pueden enajenar sus señas de identidad. A escala individual las personas pueden enajenar sus deseos o gustos. La enajenación produce conformidad y de esta forma somete al poder del Otro.

¿Hasta qué punto se han podido desarrollar los proyectos de autonomía para las políticas comunicativas?

El tiempo ha mostrado cuán limitadas son las posibilidades de enfrentarse a lo transnacional desde lo nacional, en cualquiera de los ámbitos, sean comunicativos, culturales o económicos. Tal vez se haya comprendido que nacionalizar las políticas comunicativas no las convierte en autónomas, cuando la producción comunicativa de las grandes corporaciones traspasa las barreras políticas, lingüísticas y culturales. Pero esa demanda de autonomía ha contribuido a que se recuperase en las ciencias de la comunicación el valor que tiene el estudio de las identidades colectivas. Con el resultado de que Latinoamérica destaque por su contribución a los estudios socioculturales.

A su juicio, ¿cuáles son las nuevas condiciones que habrá que tomar en cuenta cuando la comunicación se globaliza, para pensar políticas comunicativas que eviten la colonización

cultural en nuestros países?

La colonización cultural mediada también se está globalizando. La cultura universal, en todos los sentidos del término “universal” se empobrece cuando unos modelos culturales redundantes y comercializados se convierten en la referencia dominante. Los materiales que transculturizan operan de manera similar a como lo hacen las especies que cuando ocupan un nuevo ecosistema, reducen la biodiversidad; destruyen capitales culturales tangibles e intangibles. Esa asimetría entre los contenidos que transculturizan y los que resultan desplazados al limbo del folklore, o definitivamente se extinguen, es un costo actualmente inevitable y muy de lamentar, que tiene la incorporación de las sociedades a las redes internacionales de comunicación. Quiere decirse que la transculturización sigue siendo un problema para las sociedades dependientes, *pero también para las que se tienen por independientes*. Es previsible que el conjunto de las naciones tenga interés en que se ponga algún límite a las mediaciones comunicativas que globalizan la uniformidad; y que esa confluencia se refleje en políticas encomendadas a los organismos internacionales.

Usted identificó y analizó esas relaciones entre comunicación, mediación y globalización cuando estaban en sus principios, en su libro “La mediación social” editado por primera vez en 1977. Con ello inicia una de las líneas de estudios de la comunicación más influyentes en Latinoamérica ¿Cómo se ha llevado a cabo ese proceso que desemboca en la globalización?

La globalización es un gigantesco mecanismo de mediación social. Produce, entre otras cosas, la comunicación que legitima una concepción del orden mundial, que es propia del capitalismo monopolista. Esa visión del mundo se ha venido preparando desde los años sesenta y ha sido el resultado de las formas de mediación que hacían posible los medios audiovisuales, principalmente apoyados por la entrada de los televisores en los hogares. Por eso, el estudio de la producción de representaciones sociales en la televisión, sirvió

para prever dinámicas históricas que han hecho de la producción comunicativa el principal mecanismo de ajuste social. Ahora sabemos que la “era audiovisual”, en realidad, ha sido la antesala de la “era de la globalización”. Aquella ha durado solamente medio siglo: el tiempo requerido para que las tecnologías de la comunicación y de la información, se integrasen en un macrosistema. En cuanto al uso que durante dicha etapa audiovisual se hizo de las imágenes y, al contrario de lo que se esperaba, ha contribuido a que la producción cultural perdiese autonomía, para depender de la producción económica.

¿Qué mecanismos tenía presentes cuando creó el paradigma de la mediación?

Las sociedades y las personas tenemos la capacidad de orientar el funcionamiento de las sociedades y de las personas, para que se ajuste a algún propósito, designio o concepción del mundo: por ejemplo, a creencias religiosas, programas políticos, modelos económicos. Una de las maneras de llevar a cabo ese ajuste, consiste en utilizar la información, para que la forma en la que se organicen los actores sociales y los objetivos que pauten sus comportamientos, se orienten hacia el designio preconcebido. He denominado “mediaciones sociales” a esas afectaciones con las que tratamos de dirigir nuestro destino, sea individual o colectivo, utilizando entre otras cosas, la producción social de comunicación.

El paradigma de las mediaciones es un desarrollo teórico y metodológico para trabajar en ese nivel del ajuste, en el que informar, conformar y transformar son procesos interdependientes. En otros términos, es un paradigma que ofrece metodologías para estudiar la reproducción de las sociedades y las transformaciones sociohistóricas. Tiene esa dimensión macrosociológica porque las mediaciones sociales se utilizan en todas las sociedades y en todas las épocas; aparecen en el análisis de los cambios de mentalidades; se emplean mediaciones tanto para ampliar la autonomía como la dependencia de los miembros de la comunidad; ya sea para promover la pluralidad o la uniformidad en las visiones del mundo. Y, desde luego, el estudio de las

mediaciones sociales sirve para reconocer las prácticas políticas, culturales y comunicativas. Porque aunque la mediación, en sí, no es ni controladora ni emancipadora, ni verdadera ni falsa, las aplicaciones que de ella se hacen por las instituciones mediadoras, sí que lo son.

Acaba de aparecer una edición conmemorativa de *La mediación social*, que incluye un prólogo¹ en el que Ud. analiza las transformaciones que han experimentado las relaciones sociales mediadas. ¿Podría referirse a esos cambios?

En esta última fase del capitalismo, las crisis económicas se han instalado como una situación permanente y no como un mero quebranto temporal. Han roto las barreras que las mantenían dentro del ámbito de la economía y han inundado la cotidianidad. La crisis, transformada en el estado “normal” “inevitable” e incluso “deseable” de nuestras sociedades, se gestiona generando reajustes macrosociológicos. En el prólogo hago referencia a la *celeridad* con la que se están produciendo las sucesivas modificaciones de las sociedades y su *carácter provisional*.

Por una parte, no hay tiempo suficiente para que se establezcan los cambios de los valores y la reorganización de las instituciones sociales, entre ellas la familia y los sistemas educativos. Por otra, valores y organizaciones sociales, que están hechos para ser estables, sirven solamente como marcos de vida temporales. La provisionalidad y la celeridad de los cambios exigen transformaciones igualmente profundas y rápidas de los sujetos individuales y colectivos que resultan afectados. Se espera de los actores sociales que «se cambien» cuantas veces sea necesario y tanto como resulte preciso. Promover y orientar esas readaptaciones es la función que se encomienda a las mediaciones sociales que se producen para gestionar las crisis estructurales.

¿Cómo se utilizan las mediaciones en la gestión de las crisis estructurales propias de la globalización?

Se utilizan como sistemas de ajuste para que las personas se adapten a vivir en estados de crisis permanente, sin cuestionar al sistema global. El

procedimiento consiste en conseguir *transferir a las relaciones interpersonales los conflictos que podían enfrentar a los sujetos con las instituciones*. Estas mediaciones se reconocen porque manejan las contradicciones sociales como desajustes individuales.

A las actividades mediadoras están destinados una parte importante de los recursos sociales. Las inversiones de capital material y humano son crecientes porque la gestión del ajuste colectivo produce beneficios al tiempo que reproduce consensos.

Usted afirmó en México, en la conferencia inaugural del Congreso de ALAIC de 2008, que actualmente se está produciendo un desajuste entre los usos sociales de la comunicación y el desarrollo de las ciencias de la comunicación. ¿En qué consisten esos desajustes?

Los estudios científicos sobre la comunicación se están expandiendo y rehaciendo. Nunca antes han sido tan importantes, como ahora lo son, para el avance de las fronteras del conocimiento. Al tiempo, emerge una era dependiente como ninguna, de la producción social de comunicación. Son transformaciones que están conectadas pero, sin embargo, evolucionan de manera independiente y, en algunos aspectos, divergentes. Las ciencias están centradas en el papel que la comunicación cumple en la humanización y la socialización. En cambio, la producción comunicativa se encamina hacia usos tecnológicos y macrosociológicos de la información, desvinculados de esas funciones antropológicas.

Según creo, quienes somos contemporáneos de estos acontecimientos, tenemos la oportunidad de llevar a cabo dos tareas que son solidarias: la refundación epistemológica de las ciencias de la comunicación y la fundamentación antropológica de los usos sociales de la comunicación. Porque los hallazgos científicos están sacudiendo los axiomas sobre los que se ha levantado la teoría de la comunicación; y porque la comunicación está asumiendo funciones históricas que nunca antes había tenido.

1 *La mediación social*. Edición conmemorativa del 30 aniversario" (incorpora prólogo del autor). Manuel Martín Serrano. 2008. Primera edición 1977. Madrid, Akal. El prólogo está disponible en <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/Indice/indice.html>

"Teoría de la comunicación: la comunicación la vida y la sociedad" es su libro más reciente. En varias reseñas se considera que es su obra más importante, precisamente porque refunda epistemológicamente las ciencias de la comunicación y porque aclara los vínculos entre los usos sociales de la comunicación y la antropogénesis. ¿En qué se funda ese planteamiento?

Los estudios de la comunicación humana son evolutivos y también sociohistóricos. Tienen que partir de cuando no había ni cultura ni sociedad y, solamente, concluyen cuando se aclara cómo ha participado la comunicación en las características de los humanos (en la antropogénesis) y de sus sociedades (en la sociogénesis).

¿Qué funciones humanizadoras cumple la comunicación?

La comunicación humana evolucionó como otra forma de asegurar la vida por procedimientos distintos a los que hasta entonces habían funcionado en la naturaleza. Se conformó para que la afinidad entre los componentes de los grupos humanos permitiese vivir a los más débiles; introdujo la solidaridad donde antes campeaba la selección de los fuertes. Esa ha sido, en última instancia, la razón por la que tenemos valores y cultura.

"Teoría de la comunicación: la comunicación la vida y la sociedad" muestra que las funciones humanizadoras de la comunicación continúan abiertas. ¿Podría referirse a las consecuencias teóricas y prácticas de esta observación?

Los usos sociales de la comunicación seguirán recreando a la humanidad hasta que se extinga, porque la comunicación opone a la entropía que todo lo nivela, la información que mantiene las diferencias y desarrolla la diversidad. *Quiere decirse que nuestro futuro está vinculado a la comunicación que humaniza, como lo ha estado nuestro pasado*. Por eso no debe de pasar desapercibido que en algunos aspectos, la comunicación está evolucionando hacia la destructividad. Es como decir que el recurso humano a la comunicación



Este es uno de los textos fundacionales de la epistemología de la Comunicación y de su constitución como ciencia social.

puede dejar de ser una actividad para la vida, para representar una actividad para la muerte.

Hacer teoría también sirve para advertir que no es bueno que las aplicaciones de la comunicación se deshumanicen y nos deshumanicen. La Teoría de la Comunicación tiene, entre otras aplicaciones prácticas, la utilidad de contribuir a que ese giro destructor no sea irreversible.

¿Cómo encaja CIESPAL dentro de esta corriente de encuentro de las ciencias con las prácticas en la humanización de la comunicación?

Los principios y objetivos que dieron origen a la fundación del CIESPAL siguen estando vigentes. Dicho lo cual, CIESPAL tiene recursos, si lo considera oportuno, para abrir una reflexión sobre las formas que tienen las instituciones de situarse en este tiempo y sus prioridades. En esta ocasión, puede

tener interés hacer referencia a algunos cambios de los escenarios científicos, académicos o sociales:

Primero.

La Teoría y las investigaciones de la comunicación ahora pueden desenvolverse en donde se encuentran las ciencias y estar en donde está la historia. Disponemos de desarrollos teóricos y metodologías potentes. Contamos con un objeto propio que se puede estudiar, tanto en la naturaleza como en las sociedades. Cuanto se quiera saber sobre la humanidad, sus organizaciones y sus obras tiene que tomar en cuenta la comunicación. Estos esclarecimientos han ampliado el repertorio de los temas de estudio, lo cual propicia que existan especialistas en diversos campos con variadas formaciones. Pienso que a partir de ahora se va a incrementar el diálogo que siempre hemos mantenido con politólogos, sociólogos, antropólogos, culturologos...

Segundo.

La comprobación de que la teoría acertada se relaciona con la práctica justa es ahora mucho más evidente. Sin embargo, en algunos planes de estudios, la enseñanza de la comunicación se va reduciendo a contenidos instrumentales. En el ámbito de la comunicación, los contenidos instrumentales se confunden con los conocimientos que instrumentan. Así sucede cuando estos saberes se conciben como herramientas de dominio económico, útiles de manipulación electoral, recursos para planificar el engaño masivo o prácticas de domesticación humana.

La Teoría de la Comunicación sigue siendo imprescindible, relaciona el uso profesional de los medios y las técnicas de la comunicación, con los

2 Revista Electrónica Razón y Palabra nº 59 (dic.2007) monográfico Dedicado a Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n59/especialserrano/indexespecial.html>


finés que persigue esa mediación y con los efectos que genera.

Tercero.

La ampliación de la realidad en la que vivimos con otro universo virtual multiplica, a una escala hasta ahora desconocida, nuestras capacidades de crear y utilizar la información. *Pienso que las tecnologías comunicativas ofrecen la oportunidad de ser utilizadas para globalizar la solidaridad.*

Sería factible alcanzar los objetivos que se están esperando de la comunicación pública desde los albores de la comunicación de masas, tales como contribuir a la drástica reducción de la miseria, la explotación y la ignorancia. Cabría utilizar la Red de redes para redistribuir el trabajo, el tiempo de libre disposición de los ciudadanos, los recursos y las rentas a escala mundial.

Cuarto.

Una forma de producción de comunicación que proporcione la información precisa para contemplar las infinitas perspectivas del acontecer y para anudar los indefinidos encuentros con los otros tendrá que ser, al mismo tiempo, una manera de participación activa y creativa en el cambio del entorno. *Las actividades que informan a las sociedades son cada vez más inseparables de las prácticas que las transforman.* Tendremos que seguir trabajando para que nuestras sociedades sean capaces de hacer otros usos de las tecnologías comunicativas que contribuyan a su propia liberación. Es la época en la que profesionales, estudiantes, científicos de la comunicación, recordemos que nada es tan práctico como una buena teoría para el ejercicio creativo, responsable de nuestro trabajo. 

EXTRACTO DE LA PARTICIPACIÓN DE MANUEL MARTÍN SERRANO EN EL SEMINARIO INTERNACIONAL “DEL APAGÓN ANALÓGICO AL ENCENDIDO DIGITAL”, QUITO, NOVIEMBRE, 2008.

Las etiquetas “Globalización”, “sociedad del conocimiento y de la información”, señalan que los usos de sus tecnologías y la utilización de sus contenidos están implicados en toda actividad productiva y reproductiva, en todos los países incorporados a la economía de mercado. Por esa razón, las innovaciones de la comunicación y de la información permiten llevar a cabo transformaciones sociohistóricas, que son aquellos cambios en la organización y el funcionamiento de las sociedades que inician una nueva era.

Las herramientas comunicativas vuelven a tener capacidad de sociogénesis, como la tuvieron en el Neolítico, cuando se inventaron los primeros soportes para la escritura; y luego en la Modernidad, cuando aparecen los textos impresos. Ahora ese nuevo protagonismo histórico de los equipamientos para operar con información, procede de su potencial referencial y de su potencial interactivo.

- **El potencial referencial** de los sistemas comunicativos hace posible que cualquier

entidad pueda ser incorporada al universo de la comunicación como objeto de referencia.

- **El potencial interactivo** permite que cualquier persona puede comunicar al instante con cualquier otra, en cualquier lugar.

Tales innovaciones ya permiten:

- que la división técnica entre productores y consumidores de información se reduzca a aspectos meramente instrumentales;
- que las interacciones comunicativas entre los grupos humanos dejen de estar constreñidas por las separaciones espaciales y temporales;
- y sobre todo, la integración entre los sistemas informativos y comunicativos hace posible abrir para el conocimiento compartido, la memoria y la creatividad colectivas.

Estas prestaciones de las tecnologías comunicativas/informativas revitalizan unas

aspiraciones que todavía no se han cumplido, pero que quienes las describieron tenían por posibles y deseables; es decir, utopías. Las utopías relacionan lo que se puede hacer con lo que se necesita transformar. Han aportado el análisis de “las opciones de futuro” precisamente para entender el potencial transformador de las innovaciones técnicas. La visión prospectiva abierta por los utopistas ha proporcionado y lo sigue haciendo el aliento para el pensamiento sociohistórico, que es el fundamento de las ciencias sociales.

En el ámbito de la comunicación que ahora nos ocupa, las utopías vienen relacionando las prestaciones de los nuevos instrumentos que se utilizan para comunicarse con sus usos sociales. Humanizan lo que la tecnocracia deshumaniza, alientan la creatividad teórica que la instrumentación sofoca. Son **las utopías del progreso** que han acompañado a las revoluciones burguesas y que vinculan avances técnicos y cambios sociales. Concretamente dos de esas visiones utópicas están fundadas en avances de las técnicas referenciales e interactivas que se han conseguido en nuestro tiempo. Son las siguientes:

1. la utopía de la Ilustración que los Iluministas querían llevar a la práctica hace dos siglos y medio, a saber: una sociedad del conocimiento, donde las tecnologías de la comunicación se utilizarían para que la información al alcance de todos trajese las luces. Según creían los Ilustrados ese conocimiento que esclarece saca de la ignorancia y del temor. Se enfrenta con las tinieblas de las informaciones que engañan, envilecen o idiotizan, que es como se perpetúa la opresión y la infelicidad.

El conocimiento que esclarece es por definición saber compartido. El conocimiento que libera, necesariamente tiene que materializarse en la organización de las sociedades. La utopía de la Ilustración lleva un siglo después a la más universalista y reformadora de las utopías:

2. la utopía de la Solidaridad: un estado de la sociedad en la que, glosando la inolvidable frase

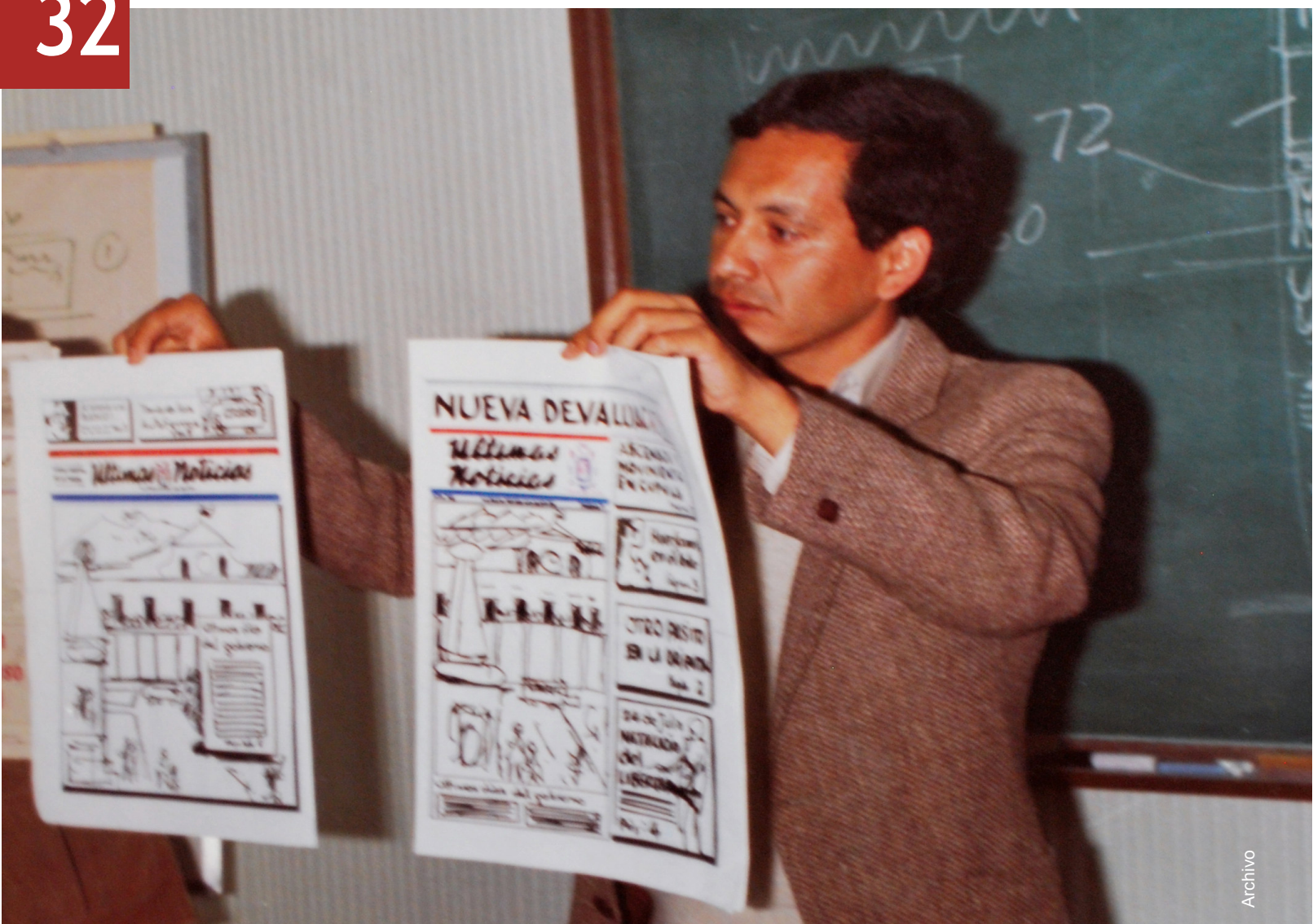
de un globalizador al que ustedes reconocerán enseguida, cada cual reciba de todos los demás según sus necesidades y se goce en aportar a todos, según sus capacidades.

Aunque ahora haya que sumergirse en el pasado para crearlo, el humanismo y la solidaridad universal son inventos de la burguesía, cuando todavía era una clase revolucionaria. De hecho, las utopías del acceso universal a la información y del uso solidario de la comunicación, han participado desde el siglo XVIII en el progreso comunicativo. En algunas ocasiones, han sido el móvil explícito de las políticas comunicativas: por ejemplo cuando se distribuyeron masivamente libros gratuitos para la escuela pública y obligatoria. Y han estado presentes en la investigación y en la teoría de la comunicación, cada vez que se reclama que las nuevas herramientas comunicativas se apliquen a favor de la cultura y del entendimiento.

Si existe alguna posibilidad de realización para estas dos Utopías del Progreso, Iluminista y Marxista, sin duda las más nobles que nos haya legado la Modernidad, va a depender en mucho de lo que ahora hagamos con y desde la comunicación. Por eso se necesita el renacimiento de las utopías, para pensar las ambivalentes capacidades que tienen los actuales sistemas informativos y comunicativos:

- Las tecnologías comunicativas pueden hacer posible lo deseable, siendo utilizadas para globalizar la ilustración y la solidaridad. Que tal vez sean las próximas etapas que logremos recorrer en el largo proceso de la humanización.
- Pero esas mismas tecnologías pueden hacer imposibles tales logros, si se las emplea para el dominio y la transculturización. Las consecuencias serían limitaciones de libertades y extinciones de culturas y con ello, la deshumanización.

Esa ambivalencia ya se está manifestando en la práctica y va a generar una de las contradicciones más importantes y configuradoras del porvenir en un mundo globalmente informado y conectado.



CIESPAL: promoción y acompañamiento de aprendizajes en comunicación social

Daniel Prieto Castillo

Argentino, maestro y comunicador, docente del CIESPAL durante una década.
dprieto@rntc-la.org

La vocación educativa

No todos los días se cumplen cincuenta años de trabajo en el ámbito de la comunicación de

La creación del CIESPAL fue netamente orientada a la educación de comunicadores y en su accionar durante 50 años esa ha sido la tarea fundamental.

América Latina. Corresponde, en primer lugar, celebrar ese medio siglo durante el cual tantos profesionales de medios y de universidades, tantas personas comprometidas con la educación popular y tantos agentes del Estado, formaron parte de generaciones de estudiantes y de educadores en una labor que evidenció, desde sus inicios, una clarísima vocación educativa.

Es desde esta última que quiero dialogar para animarme a una mirada al futuro. Entre los muchos frentes de acción que abrió la institución, siento que el más fuerte, el más eficaz, el que más huellas dejó en la totalidad de los países de la región, ha sido el referido a la promoción y el acompañamiento del aprendizaje.

Recordemos las primeras propuestas, a pocos años de los comienzos. Hacia 1962, por ejemplo, se abría en mi ciudad, Mendoza, una Escuela de Comunicación con programas y bibliografía proporcionados por CIESPAL.

Recordemos el intenso trabajo con periodistas, en aquellos cursos donde se reunían colegas de toda América Latina a aprender de maestros y, sobre todo, a aprender entre ellos.

Recordemos la presencia de RNTC, de la FES y de otras organizaciones que permitieron un despliegue de especialistas en distintos contextos, para trabajar en la capacitación de actores sociales protagonistas de proyectos de educación formal y no formal.

En cualquiera de nuestros países se cuentan por docenas quienes pasaron por los cursos y pudieron no sólo formarse en temas fundamentales de la comunicación social, sino que también se relacionaron, iniciaron caminos comunes, desarrollaron redes vivas todavía con mucho vigor.

Por eso coloco como punto de partida para mi mirada sobre el futuro una herencia fundamental: la educativa. Desde la que orientaré mi prospectiva.

La academia

Según datos de FELAFACS, existen en América Latina alrededor de mil escuelas y facultades de comunicación, una cifra elevadísima si se piensa en lo que sucede en otros puntos de planeta. Supongamos treinta docentes por cada una, supongamos cincuenta...

Nos movemos en un universo de treinta a cincuenta mil educadoras y educadores. No puedo aventurar qué ocurre con la formación de esa enorme masa de seres humanos referida a los temas específicos según su especialidad. Pero sí tengo la experiencia suficiente en el espacio universitario para hacer algunos señalamientos: buena parte de quienes ejercen la docencia en el nivel superior no ha sido capacitada en cuestiones pedagógicas. En los últimos años, se ha vivido el intento de abrir cursos de posgrado en esa línea, pero el problema no ha sido solucionado. En general, se encuentra que en determinada casa de estudios el personal docente capacitado en esa línea no llega más allá del 20 o el 30% del total. Además, tal capacitación se ha realizado en el marco de las reglas de juego de un mundo que tiende a evaporarse en el aire.

En nuestro ámbito, la cuestión es todavía más compleja: la mayoría de quienes ejercen la docencia no ha sido capacitada en cuestiones pedagógicas con una sólida base comunicacional. He insistido en esto muchas veces, en cuanto foro me he podido hacer escuchar: el peor contrasentido de una carrera de este tipo es enseñar comunicación desde una pobreza comunicacional. Las instituciones universitarias tienen problemas con nuestra temática para sus

relaciones internas y externas; además lo tienen por el peso del viejo discurso universitario anclado en moldes con pretensión científica, sin concesiones a la fiesta del lenguaje y al encuentro para producir el milagro de aprender.

Educar para educar con una rica base comunicacional, continúa siendo un desafío que estamos lejos de asumir.

Se quejaba de esto, con toda razón, nuestro Gabriel García Márquez, cuando afirmaba hacia 1996 en su texto "El mejor oficio del mundo": "...los muchachos que salen ilusionados de las academias, con la vida por delante, parecen desvinculados de la realidad y de sus problemas vitales, y prima un afán de protagonismo sobre la vocación y las aptitudes congénitas. y en especial sobre las dos condiciones más importantes: la creatividad y la práctica."

La pedagogía de la comunicación es importante para los docentes de las escuelas y facultades de América Latina, pues no todos están capacitados en este tema: allí el reto que tiene el CIESPAL.

Estoy convencido de que en esto tiene mucha responsabilidad la forma de llevar la educación, el modo de enseñar que a menudo está reñido con lo fundamental en cualquier proceso educativo: promover y acompañar el aprendizaje. Una institución con sólidos fundamentos en una pedagogía basada en lo profundo en la comunicación, está mejor preparada para impulsar la creatividad y la práctica.

Pensarse desde lo pedagógico

No se trata, siento, de abrir el juego a líneas de contenido de distintas disciplinas que confluyen en

nuestro ámbito, sino de detenerse en el trabajo pedagógico. La invitación es a pensarse, para el quehacer de los próximos años, desde lo pedagógico como organismo fiel a su pasado y abierto a transformaciones. ¿Quiénes somos, como institución de carácter internacional con cincuenta años de tradición, qué proponemos, qué buscamos transformar... desde lo pedagógico?

En 1979 CIESPAL convocó a directores de escuelas y facultades de nuestra especialidad para dialogar sobre qué hacer en los años siguientes. Salió de ese encuentro una línea que impulsamos con toda fuerza en los 80: la planificación de la comunicación.

Podría pensarse en una consulta similar, con colegas responsables de carreras, con especialistas, para anticipar el futuro desde esa labor pedagógica. Digámoslo así: los tiempos cambian, el propósito es el mismo. Y si cambian, ante las tecnologías digitales, ante la multiplicación de carreras, ante las demandas de la sociedad a los egresados, ante las líneas emergentes de trabajo, es preciso situarse siempre desde una mirada centrada en una pedagogía con base comunicacional.

Estoy hablando de lo que se denomina el perfil. Si algo se ha mantenido desde 1959 ha sido un perfil educativo; lo que propongo es profundizarlo más que nunca para ofrecer caminos de formación en pedagogía a miles de colegas responsables del futuro profesional de miles de miles de jóvenes en nuestros países. Y no se trata sólo de llegar a algunos acuerdos en torno a los ideales a impulsar.

Un perfil es siempre un compromiso conceptual, práctico y, de manera profunda, ético. Puesto que me reconozco, puesto que me asumo de esta manera, veamos las consecuencias que ello tiene para mi quehacer de institución educadora, dentro de mi vocación por una labor a escala y con envergadura latinoamericana.

Lo presencial

Una pedagogía para los encuentros presenciales. Por historia CIESPAL ha sido un lugar de cruce de



La formación en el CIESPAL se caracterizó por ser práctica, partiendo desde el análisis de las realidades de la región.

culturas comunicacionales de la región. Todas las tecnologías del universo no alcanzan para suplir lo que significan las interacciones de grupos de seres dispuestos a aprender unos de otros durante tres, cinco, diez semanas. La institución puede continuar siendo una caja de resonancia de tanto saber y tanta experiencia acumulados.

Y la presencialidad abierta a todos quienes tienen alguna responsabilidad por la comunicación desde distintos espacios sociales: universitarios, miembros de organismos del estado, integrantes de proyectos de organizaciones no gubernamentales, de las iglesias, de movimientos sociales. Abierta de tal manera que puedan combinarse esos seres en un mismo encuentro para aprender de otros modos de vivir, percibir y pensar lo comunicacional.

¿Qué enseñar? ¿Qué aprender? Educación para la comunicación, pedagogía para impulsar procesos de promoción y acompañamiento del aprendizaje con base comunicacional en todo tipo de

establecimientos educativos y en todo tipo de proyectos orientados hacia la cultura y lo popular.

Entorno ampliado de aprendizaje

Junto a ese impulso a lo presencial, aspiramos a una pedagogía para educar a distancia. Dos líneas se abren aquí: la correspondiente a e-learning y la fundada en la producción y reunión de materiales.

La caracterización de e-learning como entorno ampliado de aprendizaje nos lleva a un ámbito que va mucho más allá de los muros de la sede en Quito, para situarnos a escala de ese país y de toda América Latina. Se trata de sostener una propuesta pedagógica a través del universo virtual, con una sólida base conceptual y tecnológica. Es imposible proyectar futuro sin ser alguien en la red y esto significa un esfuerzo que no se resuelve en unos pocos meses. Estamos ante un espacio en el cual es preciso pensarse, planificar, a cinco o diez años para abrir alternativas en medio de ríos de información



Archivo

El vínculo con la sociedad y las comunidades más alejadas y marginadas ha sido el norte de la institución.

y de ofertas que ya no vienen desde los límites más cercanos. Sin un proyecto rico en propuestas para sectores comprometidos con la comunicación, sin un compromiso de calidad, no es posible aspirar a ocupar un lugar en la red.

¿Qué proponer en este estallido de los entornos de aprendizaje? Educación para la comunicación, pedagogía para impulsar procesos de promoción y acompañamiento del aprendizaje con base comunicacional en todo tipo de iniciativas educativas y en proyectos orientados hacia la cultura y lo popular. Para esto son necesarios tres elementos: tecnologías, materiales de aprendizaje y tutoría. Lo cual significa sistema, equipos humanos, planes, proyectos, redes.

Veamos la segunda línea anticipada más arriba:

producción y reunión de materiales. Añado: materiales de educación para la comunicación, para su utilización en la promoción y el acompañamiento del aprendizaje de la comunicación. Y para ello no sólo se puede comprometer la institución con sus productos, sino que es posible aspirar a convertirse en un nodo en la red para reunir experiencias pedagógicas significativas, a fin ponerlas a disposición de todos los países de la región.

El ejemplo ya existe: las experiencias significativas que convoca el Ministerio de Educación Nacional de Colombia desde 1998, con alrededor de 1500 cada año. Se ha constituido así, y se acrecienta cada vez más, un acervo de información, de vivencias, de formas de enseñar y de aprender, de un enorme valor

para todos quienes se dedican a educar en ese país.

No tenemos algo semejante en el campo de la comunicación social, a pesar de las mil escuelas y facultades, de las millares de organizaciones no gubernamentales, de los medios alternativos... CIESPAL puede convertirse en un nodo en la red para reunir modos de enseñar y de aprender, en un esfuerzo de profundizar la pedagogía de la comunicación y de abrir caminos a la relación entre tanto proyecto disperso.

En torno a la imaginación

Una caracterización de cualquier esfuerzo de prospectiva, se expresa de la siguiente manera:


Un ejercicio libre y responsable de la imaginación.

El juego de palabras es muy válido: toda la libertad del mundo, pero con responsabilidad. Me detengo en esto porque las propuestas que acabo de hacer para pensar el mañana de CIESPAL sobre la base de lo que ha sido a lo largo de cincuenta años, requiere condiciones de posibilidad a las cuales no puedo dejar de aludir.

Desde mi mirada, y mi experiencia, la condición de posibilidad es tener el saber *dentro* de la institución. Cuando afirmo esto no me estoy refiriendo a todo el saber, sino al necesario para emprender empresas como la que he sugerido en estas líneas. Me refiero a equipos humanos integrados por especialistas del Ecuador y de otros países, capaces de coordinar los encuentros presenciales, de generar materiales educativos, de gestionar redes en el camino a convertirse en un nodo de la educación para la comunicación en América Latina. Equipos con voluntad de viajar de manera constante por la región, para abrir alternativas de formación, para recoger experiencias, para fortalecer vínculos entre distintos contextos. Equipos con una fuerte formación pedagógico-tecnológica para crear una

oferta basada en *e-learning*, orientada, en esta propuesta que hago, a la educación para la comunicación.

Y los equipos humanos significan tiempo de convocatoria y de construcción, tiempo de interaprendizaje, de apropiación del perfil de la institución para sostenerlo y comunicarlo a través de todo lo que se emprenda.

Construir el futuro es tarea de largo aliento. La gran ventaja es el pasado a partir del cual se trabaja. No todos los días se cumplen cincuenta años de labor ininterrumpida. CIESPAL puede movilizar sus mejores energías y lograr apoyos internacionales a fin de reunir todo lo necesario para moverse con fuerza en el espacio de educación para la comunicación, en estos maravillosos y complejos años del inicio del milenio. 

Mendoza, octubre 2009



Este texto es uno de los referentes de Daniel Prieto, que parte del análisis y propone una estructura de los medios y las empresas de comunicación.



Archivo

Producción dramática en CIESPAL

La radio en el proyecto comunicacional del CIESPAL

Hernán Espinoza

Ecuatoriano, comunicador y productor radiofónico del CIESPAL.

hespinoza@ciespal.net

El área de radio del CIESPAL nace cuando la institución se había consolidado como un referente de comunicación en América Latina. Un hecho que no puede entenderse a primera vista, pues la radio atravesaba una temporada de fortaleza e indiscutible incidencia en la población. Sin embargo, el impulso para profesionalizar el quehacer radiofónico e instalar un centro de capacitación, vienen solo después de 22 años de

La radio ha sido para el CIESPAL un espacio de generación de pensamiento y práctica comunicacional, desde la innovación estética y la experimentación.

vida del CIESPAL. Para explicarse las razones de esta aparente llegada tardía de la institución al mundo de la radio, hay que tratar de interpretar los fenómenos sociopolíticos que influían en el área de la comunicación a inicios de los ochenta.

La coyuntura histórica de esa época encuentra a la institución plenamente inmerso en el debate de una comunicación participativa. Era el tiempo de categorías como: “comunicación para el desarrollo”, “comunicación alternativa” y otros modelos similares que van tomando fuerza y son impulsados desde las organizaciones de comunicación y entre ellas CIESPAL.

Francisco Ordóñez, quien dirigió radio, explica que por aquellos años, los esfuerzos y las fortalezas institucionales apuntaban a afianzar el discurso y la práctica de una comunicación en beneficio de sectores que tradicionalmente no estaban incluidos en las propuestas tradicionales de comunicación, y afirma que en la década de los setentas, CIESPAL dirige toda su atención a la propuesta de un nuevo orden mundial de la información. Recordemos que esta institución participa en la comisión Mac Bride, de la UNESCO, y tomó parte en la formulación de políticas nacionales de comunicación de varios gobiernos de la región. Como aspecto complementario, hay que destacar el compromiso institucional para integrarse hacia los recursos tecnológicos que en esa década fueron escasos, difíciles de acceder y demasiado complejos en cuanto a operación y puesta en marcha.

Hay otra circunstancia que atraviesa la dinámica de los organismos de comunicación en esos años: el nuevo enfoque que adquiere la cooperación internacional. La relación norte-sur empieza a cuestionarse y se evidencia la necesidad de generar iniciativas desde el sur para el sur, con el apoyo financiero, técnico y participativo de los países con economías y experiencias más sólidas.

Estos fenómenos en su conjunto abren una perspectiva para nuevas metas institucionales: tener acceso a políticas de apoyo internacional renovadas y haber afianzado un discurso de comunicación para el desarrollo, constituyen el escenario ideal para fijar un plan de trabajo con Radio Nederland que derivaría en lo que ahora es el departamento de radio.

Es fácil comprender que el establecimiento del *Training Center* en Quito ya viene cargado de todo un propósito de comunicación. No era simplemente instalar un centro de capacitación con tecnología de punta. Era contar con una capacidad instalada para aterrizar en el mundo de la radio toda la experiencia que en más de 20 años elabora, debate y socializa CIESPAL. Las producciones que vendrían después estarían formuladas con criterios plenamente identificados por este organismo, que en principio, trataba de explicar la presencia de nuestras culturas latinoamericanas.

Ese redescubrimiento cultural hacia la radio significaba repensar muchas cuestiones que hasta el momento no se las tomó muy en cuenta. La producción “Todas las Voces”, la primera experiencia de CIESPAL, significa empezar a ver a todos los países de la región como culturas que pueden aportar para la realización radiofónica, pero a la vez pueden recibir los aportes de otras culturas de la región. El resultado de este esfuerzo fue un producto innovador y trascendente para la radio como medio y para las radios, en particular, que aún difunden la serie y aún la solicitan para ubicarla en sus respectivas parrillas de programación.

“Todas las Voces” corresponde a aquella propuesta de comunicación promocionada y enriquecida en CIESPAL, parte de la consolidación del denominado proyecto Corades (Coproducciones radiofónicas para el desarrollo) y evidencia, desde el nombre del proyecto, todo el discurso con el que puede crecer

el área de radio del CIESPAL. Esta es, sin duda, una de las muestras concretas que se puede exhibir al momento de validar aquellas teorías o paradigmas que apelaron a la comunicación para el desarrollo o comunicación alternativa. Categorías que con el paso de los años han sido remozadas o hasta superadas, pero que, obviamente, en su momento significaron una propuesta viable. Después vienen más producciones en pequeño y gran formato que corresponden a la misma visión de lo que hemos detallado anteriormente.

El propósito de una producción de radio coherente con una comunicación para el desarrollo se cumple decididamente en los estudios del CIESPAL.

A partir del trabajo de radio, Europa puede mirar a América Latina en la radiodifusión y la región puede mirarse a sí misma en producciones radiales que tienen una propuesta estética sobria, marcada por un ritmo de producción más elaborado que el de la radio tradicional.

Las producciones radiofónicas del CIESPAL han sido siempre innovadores y experimentales, desde una visión cultural múltiple de América Latina, desde sus voces...

Sonidos y sensaciones

Constituir el espacio físico en Quito, en el edificio de CIESPAL para que funcione un gran centro de capacitación, también promueve empezar a marcar un esquema de producción sistemático y menos improvisado de lo que se acostumbraba en el cotidiano mundo de la radiodifusión local.

Armando Grijalva, quien se desempeñó en el área como productor, nos conversa sobre el proceso que aquí empezó a gestarse. Claro, de la mano de visionarios como el brasileño Walter Alves (+), quien fue conocido por su creatividad, su capacidad para

soñar y su enorme pasión por llenar a la radio de sonidos que provoquen sensaciones en los oyentes. En efecto, él fue quien pudo motivar la creación de un gran taller, al que lo llamaban “El rincón de sonidos” o “El gabinete del Dr. Caligary”, sitio en el que se recogían los más variados elementos: arena, maderas, agua, metales... Todo lo que era capaz de generar sonidos fue recogido en este ambiente para crear las producciones radiales más coloridas y llenas de situaciones en las cuales además de la música y la palabra, llegaba el sonido como elemento imprescindible del lenguaje radiofónico.

Armando Grijalva anota que en los seminarios internacionales de radio, siempre hubo un espacio importante dedicado a la creación de sonidos. Es clásica la experiencia en la cual los becarios se esforzaban por contar verdaderas historias sin que mediara ni música ni palabra; el trabajo había que conseguirlo exclusivamente con sonidos para que el oyente recreara en su imaginación el mensaje que el realizador buscaba. La práctica permitió generar iniciativas, reelaborar las cosas y trabajar en equipo para conseguir el propósito.

El proyecto del gobierno del Reino de los Países Bajos permite al CIESPAL crecer significativamente en toda la región hasta adquirir un indiscutible protagonismo en el tema de la radio. Así lo reconoce el actual gerente del *Training Center* de Radio Nederland en Costa Rica, Carlos Cortez, quien define a CIESPAL “como el primer tanque de pensamiento de comunicación”, ya que según su criterio, durante la década de los 80 y parte de los 90, fue el principal referente para toda la región. Ese protagonismo es posible trasladarlo a la práctica de radio, cuando se visualizan los objetivos con los cuales se replantea la radio: contenidos, formatos y modelos de comunicación.

Capacitación y línea editorial

Otra línea de acción fue alimentar el área editorial especializada en radio. CIESPAL contaba con una basta experiencia, pero estas producciones editoriales se fortalecen con temas específicos para la radio y la tarea de capacitación que se emprende desde esta área cuenta con gran reconocimiento en la región.

Talleres, seminarios y cursos que se especializan en distintos temas inherentes a la comunicación en radio significan un aporte considerable a la profesionalización de los comunicadores latinoamericanos. Quito es la ciudad en la que se recibe a becarios de la región que junto a capacitadores internacionales perfilan un esquema bastante sólido en el ámbito académico.

Cruzar la puerta de vidrio llena de logotipos de emisoras de Ecuador y otras regiones del mundo, es la primera experiencia que se graba en quienes llegamos al área de CIESPAL para participar en alguna de las muchas actividades académicas que aquí se organizan. El estudio de radio, llamado en primera instancia como Walter Alves y posteriormente como Jaap Swart es el centro de toda una vida de radio forjada desde Ecuador para América Latina. Por esta aula, estudio y taller hemos tenido la oportunidad de desarrollar interesantes historias de radio que sin duda influyeron en la práctica cotidiana de los comunicadores.


El estudio de radio, hoy compartido con el área de televisión con una perspectiva multimedia, significa un espacio mezclado entre lo nostálgico, lo histórico y los nuevos desafíos que los comunicadores tenemos.

Las nuevas tecnologías

Cuando el *Training Center* de Holanda abandona CIESPAL, por el año 1987, la institución ya se había fortalecido considerablemente y pudo emprender nuevos proyectos, por ejemplo, con Radio Deutsche Welle, de Alemania, se puede trabajar en varios productos de capacitación y producción. Aquí se presenta una nueva oportunidad para que CIESPAL continúe en su empeño por buscar mejorar las condiciones técnicas para la producción radial. Con esa visión, se logra que en esta institución se den las primeras prácticas para tratar de masificar la tecnología de producción digital para la radio. Los primeros talleres y eventos de capacitación en producción digital se dan en CIESPAL con capacitadores internacionales vinculados a la DW-AKADEMIE y que permiten entusiasmar a los radialistas para adherirse al uso de las nuevas tecnologías que hasta mediados de

la década de los 90, resultaban aún promesas a largo plazo, sin sospechar siquiera que en menos de un lustro serían tan cotidianas que llegarían a masificarse, o mejor dicho, socializarse en la región.

En adelante, el área de radio del CIESPAL empieza a buscar un replanteo de su presencia en el mundo de la comunicación latinoamericana. Si bien el esfuerzo desarrollado para visionar a la radio en su contexto y en su fortaleza significó trazar un tablero en el que se mueven adecuadamente las fichas para contar con buenos productos, ahora la tarea significa tratar de encontrar una posición frente a este nuevo orden mundial tanto en lo cultural, social y económico, que necesariamente exige respuestas casi inmediatas ante lo vertiginoso de los movimientos que se presentan. Acceder al desarrollo tecnológico no es el único problema que enfrenta el quehacer radiofónico. Tal vez ese sea el menor escollo que se presenta. El asunto viene determinado por lo que esas tecnologías pueden generar como fenómenos sociológicos y por ende, también comunicativos. El ejemplo puede ser una revolución constante en los públicos, que ya no solo son públicos sino que tienen mayor protagonismo como actores de procesos de comunicación y de identidad que se manifiesta en toda una demanda de soluciones desde la radio.

Hay todavía muchos debates y consensos pendientes en los cuales tienen que involucrarse instituciones como el CIESPAL. Internet es un reto enorme que demanda mejorar las estrategias para no quedarse al margen de una interculturalidad que empieza a ser muy visible en la Red. Hay también la tendencia a proveerse de tecnología y herramientas que vuelven más sencillos los procesos de comunicación entre comunidades más locales o limitadas, pero que en un momento también pueden trascender hacia los grandes conglomerados. Así debemos asistir a una diversidad cada vez mayor que deja nuevos cabos sueltos para el trabajo en radio y que suponen enormes posibilidades para asumir la convergencia digital como un camino en el que más actores se involucran para presentar una radio nueva y que recoja a más ciudadanos y ciudadanas que con su voz puedan llegar a incidir en la sociedad. 



Lange Posso

La televisión en el CIESPAL

César Herrera

*Ecuatoriano, comunicador audiovisual y para el desarrollo, coordinador del Área de TV del CIESPAL.
cherrera@ciespal.net*

CIESPAL en sus años de existencia se fue adecuando a la realidad económica, social, cultural y política de América Latina, es así que en sus inicios, fue la prensa escrita el medio de comunicación en donde concentró su accionar.

La constancia de que la población rural y campesina de la región era cuantitativamente superior a la ciudad, y que los índices de analfabetismo seguían siendo muy altos; así como los resultados de varias investigaciones señalaban que el número de emisoras de radio que operaban

Producir desde la realidad y las necesidades de América Latina ha sido la consigna del área de TV, desde donde se abren espacios audiovisuales de acción propositiva.

en América Latina era muy significativo, obligó a CIESPAL a tornar su trabajo hacia la radio. Pero para fines de los años 80, los números variaron, la televisión se constituyó en el medio de comunicación de mayor crecimiento y las encuestas y estudios señalaban que su preferencia seguía en aumento. Esa realidad obligó a profundizar los estudios que se realizaban sobre televisión.

Para algunos teóricos de la época, este medio de comunicación es alienante y peligroso; inclusive no faltaba algún autor que lo denominaba “la caja de idiotas”; para otros es el medio por excelencia. Sobre la base de estos extremos surge la necesidad de un verdadero centro de estudios de televisión, un centro de análisis y discusión, capacitación y producción, capaz de responder a este reto.

CIESPAL, desde finales de la década de los 80, realiza acciones encaminadas a consolidar este *centro de estudios de televisión*, con el fin de impulsar la investigación, entrenamiento, producción, circulación, intercambio y más acciones relativas a la televisión en el Ecuador y en América Latina, que puedan contribuir al mejor desarrollo social, económico y cultural de la región.

Así empieza una etapa importante de CIESPAL, al realizar cursos de producción de televisión para Ecuador y toda América Latina, y producir programas de televisión, reportajes, revistas, informativos, spots, entre otros.

En la actualidad

CIESPAL ubica a los seres humanos y no a los medios, como centro de la acción y el pensamiento en comunicación social. Este derecho requiere de un entorno favorable para su ejercicio. En el marco de estos conceptos que guían el actual accionar de CIESPAL, el Departamento de Televisión quiere constituirse en un espacio para la expresión,

desarrollo del pensamiento, creación y debate sobre la comunicación audiovisual y televisiva, y cómo pueden incidir en la construcción de imaginarios sociales de la población por una sociedad más equitativa y democrática.


Para esto se propone impulsar procesos de:

Formación: que busca promover el fortalecimiento y desarrollo de capacidades técnicas y conceptuales para la producción audiovisual y televisiva que promuevan el desarrollo social y el ejercicio del derecho a la comunicación.

Investigación: que busca desarrollar todo un proceso continuo de investigación sobre las percepciones y consumos televisivos de los diversos actores sociales de la sociedad.

Producción audiovisual y televisiva: que busca desarrollar nuevos discursos y formatos televisivos que propicien el ejercicio al derecho de la comunicación y la construcción de ejes narrativos más adecuados y propios de nuestra región.

Cursos de formación en:

- Construcción de una TV Ciudadana desde los derechos.
- Protagonismo social en el manejo informativo.
- Formatos informativos vinculados con la audiencia.
- Lenguaje televisivo.
- Investigación periodística, edición, iluminación y redacción.
- Nuevos formatos narrativos para TV.
- El documental.
- Televisión Digital. 



CIESPAL: 50 años de investigaciones aplicadas

Alexandra Ayala

Ecuatoriana, comunicadora y coordinadora del Área de Investigación del CIESPAL.
aayala@ciespal.net

Breve repaso histórico

De 1960 data la primera investigación realizada por el CIESPAL. *La prensa escrita en América Latina* fue el título de este análisis estadístico de los factores de desarrollo de los diarios latinoamericanos, que dio paso a la siguiente investigación, *Dos semanas en la prensa de América Latina* (1962-1967), con la cual se iniciaría el análisis morfológico y de contenido, que influyó decisivamente en el rumbo de los estudios

Las primeras investigaciones del CIESPAL utilizaron metodologías foráneas, pero luego se aplicaron teorías y métodos propios que responden a la realidad próxima.

de Periodismo y Comunicación Social en el continente. El análisis se basó en 429 ediciones de 29 diarios latinoamericanos, además de *Le Monde* (Francia), *The New York Times* (EE.UU.), *The Times* (Inglaterra), e *Izvestia*, de la ex Unión Soviética.

De lo general a lo particular se hicieron estudios sobre la utilización de los “medios de información” en capitales y otras ciudades del Ecuador, Brasil, Colombia, México, República Dominicana, Argentina, Panamá, Perú.

CIESPAL puso énfasis en la investigación sobre los diarios, en ese tiempo en que los impresos se constituían en el eje referencial de este campo del saber, y poco se conocía en América Latina de su influencia y demás temas que implicaban. Menos de 20 años atrás, la radio se había consolidado como el medio de gran influencia. La televisión recién comenzaba en Ecuador, y en otros países de América Latina, a transmitir programas de entretenimiento, sobre todo; lejos estaba de constituirse en el medio de gran potencia y mayor consumo que es hoy en el planeta.

En la investigación de la comunicación, CIESPAL cumplió una labor pionera desde 1962, cuando inició la difusión de metodología y técnicas en América Latina, mediante cursos con profesores itinerantes, y asesoró a escuelas de periodismo y facultades de comunicación en la creación de materias de investigación y planificación. Fue la primera institución que llevó a cabo una investigación de prensa comparada, y fue también el centro “precursor de los análisis de contenido de los diarios de la región”, como señala Luis R. Beltrán.

El tema de estas primeras investigaciones marcaron, entonces, el quehacer investigativo y académico de CIESPAL hasta inicios de la década de los años setenta, cuando el mismo desarrollo de los medios de comunicación y el afianzamiento de

los estudios universitarios, así como la ampliación de la oferta al respecto, no solo habían exigido institucionalizar la investigación y crear un Departamento específico en 1967, sino que también permitieron trasladar el interés a otros ámbitos de la comunicación social.

Se iniciaron los estudios sobre la organización académica de las escuelas de Periodismo; la formación profesional de periodistas y comunicadores; los “perfiles de comunicación”, que incluían datos socioeconómicos sobre población y estadísticas sobre los medios en América Latina; publicidad; comunicación en los procesos políticos; y un diagnóstico de *La comunicación social y el desarrollo integral en América Latina* (1978), con el cual se finaliza esa década, signada, a su vez, por el concepto de desarrollo difundido por la CEPAL.

La década de los 80 determina otro giro en los objetivos del quehacer en investigación, influidos por el cambio de denominación, decidido a fines de la década anterior: su misión de centro especializado se amplía del periodismo a la comunicación. En estos años, signados, a su vez, por el surgimiento y la aplicación de conceptos como el de comunicación popular y comunicación alternativa, resultan del informe mundial de la UNESCO, *Voces múltiples, un solo mundo*, más conocido como el Informe McBride, que trata de una nueva forma de concebir y aplicar la comunicación social.

Hasta el año de 1990, el proyecto *Comunicación educativa para áreas rurales en América Latina*, tuvo como eje la investigación-educación en la provincia de Cotopaxi, en Ecuador, con el cual se realiza capacitación en comunidades rurales e indígenas para producir materiales impresos, radiofónicos y audiovisuales. Se crean las Cabinas Radiofónicas, que dan protagonismo a las comunidades campesinas, y se realiza el *Diagnóstico*

comunicacional de las organizaciones campesinas de Cotopaxi, luego de la ejecución del proyecto. Se da lugar a publicaciones en series: manuales didácticos, estudios teóricos, producciones del Área, orientadas a afianzar el concepto de comunicación popular.

De ello surge el *Estudio de impacto y percepción de mensajes*, destinado a medir el impacto de los programas de las Cabinas, que fueron difundidos por Radio Latacunga. Se actualiza el *Inventario de medios de comunicación en América Latina*, que incluía radio y televisión de 19 países, y se realiza el *Directorio de medios de comunicación en Ecuador*.

La década de 1990 estuvo influida por el concepto de movilización social, que aludía a campañas de comunicación y la necesidad de participación de la ciudadanía en torno a temas específicos. Bajo la metodología IEC (información, educación y comunicación), instituida por las Naciones Unidas, se comenzó a trabajar para campañas de comunicación en el área de salud y en investigaciones *ad hoc*, en Ecuador, desde 1998. Y se incursiona igualmente en la comunicación para la protección medioambiental.

CIESPAL vinculó a las comunidades campesinas, urbanas y rurales a sus programas comunicativos, con investigación previa y ejecución de líneas de acción.

Se llevó a cabo uno de los más prolongados proyectos del Área en las dos últimas décadas: *Movilización y comunicación social para la prevención del VIH/sida* en Ecuador (1999-2002); incluyó diagnósticos de los medios de comunicación para conocer su posición respecto a la cobertura del tema, y con jóvenes para determinar conocimientos y prácticas sobre sexualidad y VIH, que fueron base para la producción de materiales educativos dirigidos a periodistas, facilitadores, colegiales y ONG.

Bajo el mismo concepto metodológico se desarrolló también un estudio de mercado para campañas públicas de información sobre biodiversidad y áreas protegidas, que incluyó investigaciones basadas en técnicas cuantitativas y cualitativas. Se concluyó con la realización de una campaña mediática, para la cual se produjeron materiales educativos.

El siglo XXI y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, que ha repercutido en conceptos tales como sociedad de la información y sociedad del conocimiento, ha implicado no solo un cambio paradigmático en los usos y alcances de los medios de comunicación con la presencia del Internet y el surgimiento de las hoy llamadas redes sociales sino que se plantean nuevos desafíos a los estudios en comunicación.

Es el momento de la propuesta de creación de observatorios de medios, surgida en el 2002 en el seno del Foro Social Mundial, instancia de participación social y política que retoma algunos planteamientos del mencionado Informe McBride, e implican una mirada crítica a contenidos mediáticos, marcados desde los ochenta por el impacto del consumismo, el reinado de lo *light* o superficial, la influencia de la noción de espectáculo en el tratamiento informativo; así como a la estructura transnacional y oligopólica de propiedad de los medios. Ignacio Ramonet, director del semanario francés *Le monde diplomatique*, propone al respecto una "ecología de la información" para descontaminar los media, y la creación del Observatorio Internacional de Medios, que hoy objetivo de acción de centros de investigación y grupos sociales, con aplicaciones particulares en diversos países del mundo.

Mientras, en América Latina y el Caribe se van desarrollando nuevos conceptos y procesos políticos que tienen su base en la participación de la ciudadanía, a partir de la consolidación de nuevos actores sociales que demandan respeto a sus derechos y proponen políticas. Son los indígenas y afrodescendientes, las mujeres, los grupos de jóvenes e infantes, de ambientalistas, de diversidad sexual y otros. Se afianzan los conceptos de ciudadanía participativa, y Jesús Martín-Barbero

incorpora el concepto de mediaciones, que trasciende la comunicación por los medios, y el de ciudadanía comunicativa, que sintetiza el rol de la comunicación en la participación social y política.

Y se posiciona así, con más identidad, el concepto de *derecho a la comunicación*, que ubica a los seres humanos, y no a los medios, como centro de la acción y el pensamiento en comunicación social. El derecho a la comunicación implica, entonces, el reconocerla como necesidad humana, proceso social e, incluso, base de la organización social.

La aplicación del derecho a la comunicación y la construcción de ciudadanías comunicativas constituyen, entonces, base del desafío que se impone CIESPAL en los albores de la segunda década del siglo. Y a ello busca contribuir el Área de Investigación, como dice Marques de Melo en *Entre el saber y el poder* (2007):

“Cumplida la primera fase del trabajo del CIESPAL, que se consustanció en la difusión de la investigación científica, junto a las universidades y a los medios de comunicación masiva, se hace indispensable ahora iniciar una segunda fase de actividades. La nueva fase está naturalmente vinculada a la dinamización de su Departamento de Investigación, que necesita transformarse en un auténtico centro de experimentación metodológica y de especulación teórica en el ámbito continental...”

“Necesitamos convenir que el CIESPAL solo se capacitará para una tarea de dirigencia continental en esa área, en la medida en que efectúe mutaciones en su propia estructura administrativa y técnica, constituyendo un equipo permanente de especialistas en diversas naciones y transformándose efectivamente en un órgano de dimensión regional.”

Objetivos

Con esos antecedentes, pensamos en una investigación que:


1. Contribuya al cumplimiento del derecho a la comunicación.
2. Integre miradas y disciplinas diversas con base en el diálogo y el debate académicos.

3. Ponga las nuevas tecnologías de la información y la comunicación al servicio de una aproximación epistemológica crítica que nos facilite el acceso a la sociedad de la información y a la sociedad del conocimiento.

Para esto, nos proponemos:

- **Diseñar y ejecutar estudios** que contribuyan a aplicar el principio de la comunicación como derecho y la práctica de la ciudadanía comunicativa para el desarrollo del pensamiento y el conocimiento y la gestión democrática en América Latina.
- **Institucionalizar una veeduría de medios** para el monitoreo y el análisis en Ecuador, con proyección regional, orientada a proponer y no controlar, con miras al mejoramiento de la calidad y la ética de la oferta mediática, que forme una ciudadanía comunicativa.

Líneas de acción

1. **Monitoreo y análisis de medios en Ecuador** sobre temas específicos que aporten al estudio de los medios convencionales y electrónicos y su relación con políticas públicas, discurso político, temas sociales, ciencia, medio ambiente, y otros temas pertinentes.
2. **Seguimiento del pensamiento en periodismo y comunicación social**, no solo como recurso y base de las investigaciones que se emprendan, sino para registro de bibliografía, reseñas de publicaciones, artículos de análisis y ensayos.
3. **Diseño y desarrollo de investigaciones académicas** sobre diferentes procesos comunicacionales, sobre los elementos que integran un proceso de comunicación, así como las fases de producción, circulación y consumo, en sus vinculaciones con la cultura, la política, la economía, la sociedad.
4. **Vinculación con instancias académicas y de investigación**, de similares objetivos, con miras a la reflexión conjunta sobre el desarrollo de una epistemología crítica sobre comunicación. 



Grupo de becarios del taller de radio, en 1989. El autor del artículo está en el centro, en la fila superior.

Testimonio

El CIESPAL cambió para bien mi visión profesional

Juan Carlos Peña Gutiérrez

*Boliviano, comunicador social, docente universitario
y ex becario del CIESPAL.
jucape@mail.com*

Corría el año 1989 y estaba en el último semestre de la universidad. Daba mis primeros pasos como productor radiofónico y reportero de calle, en la ciudad de Santa Cruz de la Sierra. Con 21 años de edad apliqué y fui seleccionado para participar, entre el 6 de marzo al 7 de abril de ese año, en un

Los seminarios de diez semanas fueron una experiencia inolvidable para los becarios del CIESPAL, se aprendía haciendo, viviendo y conviviendo con América Latina.

Curso - Taller sobre "Producción de Programas Informativos para la Radio" en CIESPAL.

Mi nascente vida profesional daba un impresionante giro al llegar a Quito, como aprendiz de radio, para vivir una de las experiencias de capacitación profesional más ricas y memorables que me ofreció una visión renovada de como producir para la radio, pues tuve la oportunidad de conocer y aprender de verdaderos "apóstoles" de la comunicación radial, aquellos que "evangelizaban", que traían la "Buena Nueva" radiofónica.

Allí compartí con compañeros profesionales de diferentes radios latinoamericanas que participaron en el curso: Carlos Wagner (Chile), Luis Carlos Alencar (Brasil), Irving Berlín (México), Cristina Corrales y Rubén Carranza (Bolivia), Carlos Ochoa, Patricia Robalino y Fernando Veintimilla (Ecuador), William Calderón, Maritza Garrido (Colombia), Nancy Alarcón y Roxana Delgado (Perú). Con ellos intercambiamos valiosas prácticas de vida laboral y sobre todo muchísimas experiencias en lo relacionado a la "integración regional latinoamericana", el conocimiento del otro, de su cultura, de sus costumbres, de su idiosincrasia.

Tanto al inicio como en la finalización del curso, estuvieron presentes Luis Eladio Proaño y Asdrúbal de la Torre, por aquella época, director y subdirector de CIESPAL respectivamente. Ellos permanecieron en constante diálogo con el grupo. Me impresionó que pese a sus recargadas labores se daban un tiempo para compartir con los becarios.

Las primeras semanas de estudio y práctica eran un deleite, al escuchar las experiencias y los sabios consejos de Walter Alves(+), siempre con el cigarrillo entre sus dedos, uno de los mejores

pedagogos que he conocido y del cual he adquirido, mi pasión por la enseñanza y su inigualable método "aprenda con una sonrisa".

Él nos explicaba cómo el "oído ve", que la palabra se "hace vida" y que hay que saber escoger la "vestimenta apropiada" (formato radiofónico) para el "asunto escogido" (temática del programa de radio). Sin lugar a dudas, todos nos beneficiamos de su sabiduría, al conocer cómo debía ser la medida de un buen programa a través del INCRA y la manera en que se debe escribir un buen guión para radio.

Una de las tantas prácticas con Walter era contar "historias con sonidos". Allí disfruté del famoso "rincón de sonidos" o también llamado en CIESPAL como el "Gabinete del Doctor Caligary". Mis siempre recordados amigos Francisco (Panchito) Ordóñez, Luis Paredes y Armando Grijalva, grandes profesionales de la radio, se encargaban de introducirme a ese fantástico y maravilloso mundo de platos, vasos, cornetas, campanas, juguetes fuera de uso, escaleras que no llegaban a ningún lado, cubos de basura y estuches de micrófonos, que juntándolos hacían las veces de sonido de puertas de auto, etc. La imaginación corría a raudales. No era necesario hacer grandes gastos en discos con efectos de sonidos porque podíamos producirlos y de mejor forma.

Legó el tiempo de conocer más en profundidad los géneros informativos y la elaboración de noticieros para la radio y allí los maestros fueron Edgar Jaramillo, jefe de Formación Profesional, en ese entonces; Jorge Merino, reconocido periodista e investigador, y Fausto Jaramillo, en esa época jefe del Departamento de Radio. De ellos reconocí su gran experiencia en el periodismo, su capacidad de análisis crítico, su profundo compromiso con la enseñanza y capacitación y, por supuesto, su amistad sin condiciones.

El método de trabajo era sostenido y eficaz con cortas exposiciones seguidas de discusiones y sendos trabajos prácticos, individuales y grupales; discusión en pequeños grupos y la escucha crítica y creativa de algunos modelos.

Para producir los noticieros, debí salir a la calle a realizar entrevistas, grabadora en mano, conociendo así en ese tiempo la vida y obra de los personajes de la vida política, social y cultural de Ecuador. Es decir, aprendí a hacer noticieros, viviendo la noticia, saboreándola desde la misma fuente, redactándola para la radio y contándola al oyente. Hicimos un buen equipo de noticiero con mi compañero y colega chileno. Fue espectacular.

Pero no todo era estudio y práctica radiofónica, nunca me podré olvidar de aquellos paseos de fin de semana junto a mi amigo Manuel Román (trabajaba en CIESPAL) y todo el grupo de becarios por la Mitad del Mundo, por el maravilloso Otavalo (todavía guardo con cariño sus sombreros), la Virgen de El Panecillo, el Quito Colonial, el Quito Moderno, los preciosos museos e iglesias, el Convento de San Francisco, el Palacio de Gobierno, el bellissimo Parque de La Carolina por el que cruzábamos talón, planta y punta (caminando) cuando íbamos y veníamos del hotel hacia CIESPAL y viceversa; además de otros lugares de la noche bohemia que tuve la oportunidad de visitar.

Otro de los grandes recuerdos es haber conocido al Señor Embajador (1988-1989) de Bolivia en Ecuador, Eduardo Olmedo López Muñoz(+); escritor y dramaturgo, secretario privado por más de 20 años de Víctor Paz Estenssoro.

Ya en las últimas semanas del curso, llegó desde Holanda un personaje ícono de la radio mundial que me introdujo al mundo de la entrevista, el reportaje y la revista informativa. Con su estilo inconfundible, José Zepeda, actual director del Servicio Latinoamericano de Radio Nederland Wereldomroep, ha marcado mi manera de hacer radio. Su forma pausada, metódica y siempre firme de comunicarse a través del micrófono, sus siempre atinados comentarios, sus amplios conocimientos de la actualidad, del medio y de la producción radiofónica hizo carne en mi trabajo en radio.

Dicen los entendidos que se aprende mucho mirando a personas que saben hacer su trabajo, por eso tuve la oportunidad de observar a "Pepe" Zepeda, aprovechando una reunión de la Coppal (Conferencia Permanente de Partidos Políticos para América Latina) en el mismo CIESPAL, realizando entrevistas a Rodrigo Borja, ex presidente del Ecuador; al comandante Tomás Borge, hombre fuerte del Frente Sandinista de Liberación Nacional, y al Padre Juan Vives, gran sembrador de la cultura de la paz. Las dos últimas entrevistas fueron extraordinarias en cuanto a fondo y forma en su realización.

Gracias a sus enseñanzas, atesoro todavía entre mis archivos de audio una entrevista de semblanza a uno de los grandes pintores de América y el mundo: Osvaldo Guayasamín. Fue una enriquecedora experiencia pues antes, durante y después de la entrevista, seguí las precisas indicaciones de "Pepe" teniendo como resultado un trabajo muy ameno, con mucha información nueva y con una gran apertura del maestro para contestar a cada pregunta que le formulé.

Una de las curiosidades comentadas por este notable artista, fue el primer viaje que realizó a Bolivia en el año 1945 por tren, desde Buenos Aires. Cuenta que, al pasar por un pueblito, observó uno de los espectáculos más enternecedores y violentos que había visto en su vida: un cóndor amarrado al lomo de un toro en una lucha brutal. Me comentó que esa experiencia le inspiró pintar uno de los cuadros más importantes llamado "El toro y el cóndor".

Posterior a la entrevista y con varias en mi haber, aprendí a trabajar el reportaje, un formato no muy presente en nuestras radios, con el que se quiere documentar y describir hechos y acciones de interés para el oyente, caracterizándose por su actitud informativa.

Con mis colegas colombianos producimos un formidable reportaje sobre la ciudad de Quito, con entrevistas a los reconocidos historiadores Ricardo Descalzi y el padre franciscano Agustín Moreno. Finalmente y con el material elaborado durante el curso, nos ocupamos con el mismo grupo, de elaborar una muy interesante revista informativa en

la que se hizo gala del humor, noticias, entrevistas y buena música.

Fueron tan interesantes estos programas, que tanto la entrevista a Guayasamín como el reportaje a la ciudad de Quito, fueron difundidos y muy comentados por el mundo cultural en Santa Cruz de la Sierra, a tal punto que tuvieron que ser repetidos en varias oportunidades, debido al gran número de llamadas a la radio solicitándolos.



Participantes al Curso Internacional de "Producción de Programas de Radio" organizado por CIESPAL en colaboración con Radio Nederland. Al evento que duró 10 semanas (4 de febrero-12 de abril) asistieron representantes de Argentina, Bolivia, Colombia, Ecuador, Guatemala, Nicaragua y México.

Archivo de revista Chasqui

Es importante indicar que para la grabación de todos los programas que se realizaron en el curso, se contaron con las máximas comodidades que se deben tener en una radio. Estudios con una excelente acústica, micrófonos de óptimo rendimiento, grabadoras reporteras de cinta abierta (para la época las mejores), mezcladoras de primer nivel, grabadoras de altísima calidad y por supuesto gente muy capacitada en el puesto de grabación. Además de la siempre imponente infraestructura de CIESPAL con aulas especialmente diseñadas para la enseñanza.

Ahora, la pregunta que me imagino usted se realiza al terminar de leer esta experiencia es: ¿Cuál ha sido el resultado de este curso? ¿Fue provechoso?, ¿Sirvió de algo en mi vida profesional?


Mi respuesta es: "Claro que sí". La experiencia CIESPAL cambió mi visión profesional porque me sirvió para volar como águila en el mundo de la radio.

Los conocimientos adquiridos fueron replicados en varios seminarios a los que asistí en calidad de conferencista y sobre todo en la Educación Superior en la Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA), en donde fue catedrático titular

por más de 10 años. Allí dicté las materias "Fundamentos de Radiodifusión" y "Taller de Programas de radio", cumpliendo la tarea formativa por el gran entusiasmo que adquirí de mi amigo y maestro Walter Alves (+).

De la misma forma, tiempo después de asistir al curso, fui nombrado Director de la radio a la que representé y en la que puse en práctica mis conocimientos, y logré que fuera una de las radios *top* de la época, por la calidad de sus programas tanto en el contenido como en lo técnico, constituyéndose en el semillero de excelentes productores de radio.

Para concluir, quiero aprovechar estas últimas líneas para felicitar a todos los que han trabajado y trabajan actualmente en CIESPAL por toda la labor de investigación, reflexión, enseñanza y pensamiento comunicacional que rompió paradigmas a lo largo de sus cinco décadas de funcionamiento que se cumplen este 2009.

El Reconocimiento a CIESPAL es totalmente merecido, dado que todos los que hemos pasado por sus aulas, nos hemos convertido en sus Embajadores, llevando a esta institución en nuestro recuerdo y en nuestro corazón. 



Comunicación para la integración andina: la experiencia de FELAFACS

Elohim Monard Rivas

Peruano, coordinador regional del proyecto de Formación de Comunicadores para la Integración Andina.

emonard@felafacs.org

Desde su fundación, hace 28 años, la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) promueve actividades académicas que congregan docentes, investigadores y estudiantes de instituciones de formación en Comunicación y Periodismo del continente, bajo la premisa de que la coordinación

Estudiantes y docentes de las facultades y escuelas de Comunicación y Periodismo de Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia tienen espacios para compartir experiencias.

y cooperación entre éstas incrementa el impacto y la calidad de la educación.

Durante este tiempo, el tema de la integración latinoamericana ha estado presente en la agenda de la Federación en varias ocasiones y ha ido más allá de la relación entre las facultades de Comunicación que congrega.

Sus espacios de reflexión, debate y generación de conocimiento han abordado este tema en varias oportunidades, sobre todo en materia de integración cultural y audiovisual. Basta mencionar el VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, en Acapulco, México, que bajo el tema “Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana” convocó en 1992, ponencias como “En torno a la identidad latinoamericana” de Jesús Martín-Barbero, “La integración cultural latinoamericana” de Rafael Roncagliolo, “Recomposición de las identidades e integración latinoamericana” de Nestor García Canclini o “Cono Sur en los 90. Las formas de integración” de Alicia Entel (Nuñez Gornés 1992).

Pero FELAFACS no ha sido la única institución que ha trabajado desde la Academia el vínculo entre la Comunicación y la Integración. Por mencionar solamente algunos, en 1985, CIESPAL organizó en Bogotá el simposio “Integración y Comunicación: desafíos para el futuro”, para analizar la situación y perspectivas económicas y sociales dentro de las cuales estaba inmersa la labor de la Comunicación del área andina y latinoamericana.

De este evento nació el documento “Integración y Comunicación en el área andina” (1986). Esta misma institución publicó en 1998 el libro “Comunicación para la Integración del Mercosur” (Lopez Arjona y León Calderón 1998). Retomando estos ejercicios, la Comunidad Andina reúne posteriormente algunas experiencias y reflexiones

en el libro “Comunicación para la Integración: prácticas y desafío en la región andina” (Comunidad Andina 2006).

Formación de comunicadores para la integración andina

A pesar de estas iniciativas, pensar la integración regional de manera crítica desde la Comunicación, es todavía una tarea inconclusa, poco constante y de impacto limitado. Resulta contradictorio que la mayoría de países latinoamericanos, particularmente los andinos, inmersos en la globalización y la sociedad de la información, que comparten geografías, historia y expresiones culturales, estén separados por sus imaginarios.

En este contexto, el espacio universitario y las facultades de Comunicación son una oportunidad para discutir, cuestionar y trabajar estos procesos, fortaleciendo la formación de ciudadanos comprometidos que suman iniciativas y creatividad al proyecto integrador. Este es el punto del que parte el proyecto “Formación de Comunicadores Sociales para la Integración Andina: El Rol de las Facultades de Comunicación”, que se realiza desde octubre de 2008, con el apoyo de la iniciativa de la Comunidad Andina y la Unión Europea “Acción con la Sociedad para la Integración Andina – SOCICAN”.

Las Ciencias Políticas, las Relaciones Internacionales, la Economía o el Derecho han acaparado el pensamiento sobre la integración de nuestros países, dejando de lado aspectos comunicacionales, como el rol los medios de comunicación y los periodistas, la participación de la ciudadanía en las decisiones subregionales, la conformación de redes de trabajo desde la sociedad civil, el diálogo y la concertación entre pueblos fronterizos, el trabajo conjunto de instituciones de educación superior, entre otros, de igual importancia para el desarrollo regional.

Este proyecto pretende recuperar estos asuntos, traerlos de vuelta al terreno de la Comunicación, preguntándonos cuál es nuestra función, la de los comunicadores, en los procesos de integración regional, al interior de la Comunidad Andina.

Diversas actividades académicas han venido dando luces sobre esta Comunicación para la Integración:

Una investigación sobre cómo se abordan los temas de integración en los sílabos, los programas de extensión, los intercambios y otros proyectos académicos de las 148 facultades de Comunicación de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú.

Un concurso para estudiantes que recibió más de 50 propuestas, provenientes de 21 universidades de seis países andinos, con ideas innovadoras y creativas sobre cómo abordar la integración desde sus ciudadanos, sus organizaciones y sus culturas.

Cuatro Cátedras de Comunicación para la Integración que, de forma itinerante, han

visitado CIESPAL en Ecuador, la Universidad de Piura en Perú, la Universidad Mariana de Pasto en Colombia y la Universidad San Francisco Xavier de Sucre en Bolivia. Cada una de estas sedes fueron seleccionadas gracias al estudio previo, aplicándose temáticas y metodologías propias al contexto.

El VI Encuentro Regional Andino "Comunicación para la Integración y el Desarrollo", realizado en el marco del XIII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social en octubre de este año, fue un espacio para compartir el proyecto con la Academia Latinoamericana y promover el tema de la Comunicación para la Integración en la agenda de la investigación y la formación de estudiantes de la región.

Un Portal Web (www.comunicacionandina.org) y las siguientes herramientas de Web 2.0: Blog, YouTube, Podcast, Scribd, Flickr y Facebook. A través de estos espacios, se difunde e intercambia información académica sobre la Comunicación para la Integración y el proyecto, considerando además que estos nuevos medios



Comunicación Andina

Formación de Comunicadores Sociales para la Integración Andina



Inicio Felafacs Participantes Descargas Contáctenos

Te encuentras en: Inicio

Acerca de...

Pensar en la integración regional de manera crítica es una tarea pendiente. Existe una tendencia global a la integración que es más notoria entre los jóvenes y que se evidencia en múltiples interacciones, intercambios, viajes y el uso de tecnologías para acercarnos y descubrir nuevas realidades... [Leer más...](#)

El Proyecto

Resumen Ejecutivo

Organizaciones Socias

Equipo Técnico

Comité Consultivo

Calendario

Acciones

Investigación

VIERNES, 30 DE OCTUBRE DE 2009
VI Encuentro Regional en La Habana

El 21 de octubre del presente se llevó a cabo el VI Encuentro Regional Andino "Comunicación para la Integración y el Desarrollo" en el Palacio de Convenciones de La Habana, Cuba, durante el XIII Encuentro de Facultades de Comunicación Social. Este evento es parte de las actividades del proyecto Formación de Comunicadores Sociales para la Integración Andina de FELAFACS, con el apoyo del proyecto de cooperación UE - CAN "Acción con la sociedad civil para ...[...]

[Leer más...](#)

VIERNES, 30 DE OCTUBRE DE 2009
Presentan libro sobre integración regional en Facultades de Comunicación

La investigación sobre la Comunicación para la Integración en las Facultades de Comunicación de los países de la Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú) fue presentada durante el VI Encuentro Regional Andino "Comunicación para la Integración y el desarrollo", realizado en La Habana, Cuba el pasado miércoles 23 de octubre. ...[...]

[Leer más...](#)

Suscripción a novedades

Ingrese su email

Recursos 2.0

Facebook

Blog

Youtube Videos

Flickr Fotos

Podomatic Audios

Scribd Documentos

son de acceso amigable para la mayoría de los jóvenes estudiantes.

Una edición especial de la revista Diálogos de la Comunicación (www.dialogosfelafacs.net) dedicada a la Comunicación para la Integración, que se publicará en diciembre de este año, y cuenta ya con más de 10 artículos, que abordan temas como la situación de la comunicación y la participación ciudadana en la Comunidad Andina, el periodismo en zonas de frontera, la diplomacia ciudadana y resolución de conflictos o el análisis de medios en procesos (des)integradores.

Condiciones y referentes

Para este proyecto se precisó un enfoque estratégico que debía responder a los actuales vacíos teóricos y técnicos existentes al interior de los espacios universitarios. Éste promovió la creación de condiciones y referentes académicos, traducidos: i) en docentes interesados en la reflexión e investigación de estos procesos; ii) autoridades universitarias que brinden facilidades para el desarrollo de actividades; iii) bibliografía y producción intelectual relacionada, surgida tanto desde la región andina, cuanto de otros bloques de integración, como la Unión Europea y el Mercosur.

Era necesario no solamente construir nuevos referentes, sino también identificar algunos preexistentes que venían dando lugar a la Comunicación para la Integración, aunque su labor no la hayan enmarcado, necesariamente, en este rubro. Por ejemplo, la publicación de la investigación “La integración regional en las Facultades de Comunicación andinas” indagó en la bibliografía existente pero no tan difundida o sistematizada, y el blog del proyecto¹ ha publicado varios documentos que disponibles íntegramente en Internet, entre ellos los artículos “Educación y Comunicación para la Integración Latinoamericana” (Morales Manzur, y otros 2005) e “Integración económica y medios de comunicación. El audiovisual público europeo en 1993” (Murciano 1992).

Algunas iniciativas educativas y de extensión fueron reconocidas, fortalecidas y visibilizadas. Tal es el caso del “Taller Binacional de Diplomacia Ciudadana y Resolución de Conflictos” que desde hace seis años venía realizando la Universidad de Piura en Perú, en constantes coordinaciones con la Universidad de Cuenca y la Universidad Técnica Particular de Loja, ambas en Ecuador, así como el apoyo eventual del Centro de Desarrollo Internacional y Gestión de Conflictos de la Universidad de Maryland. Gracias a la designación como Cátedra CAN en Comunicación para la Integración este año, pudo ampliar su espectro a un país más, Colombia, fortaleciendo sus redes con la Universidad de La Sabana en Bogotá y la Universidad Mariana de Pasto. (Universidad de Piura 2009)

Objetos y sujetos

Otras de las precisiones que se realizó durante el proyecto ha sido la distinción entre la integración como objeto de estudio y la integración como sujetos interrelacionados.

Migraciones, periodismo de frontera, construcción de estereotipos e imaginarios, políticas regionales de comunicación y cultura, registro y



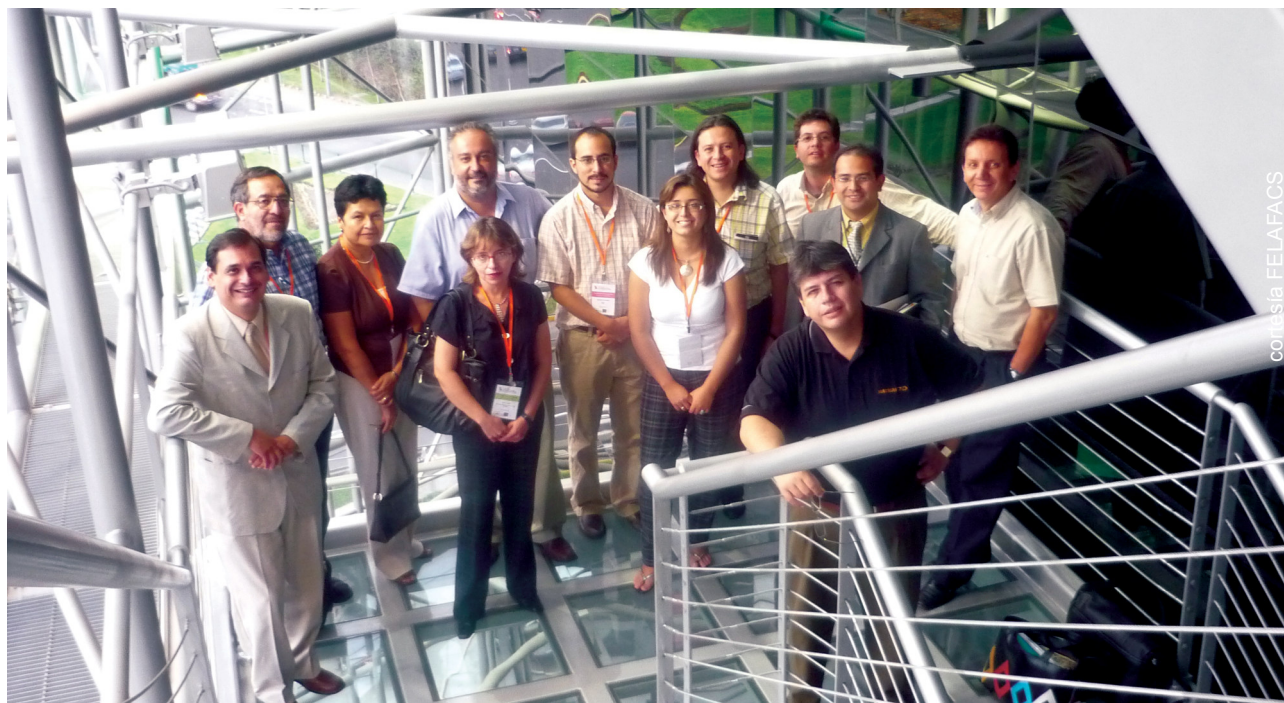
El coordinador regional del proyecto durante la inauguración de la Cátedra en Ecuador, y la sesión inicial con la participación del docente Santiago Páez.

recuperación de la memoria y la Historia compartida, participación ciudadana e inclusión social, son todos temas han recorrido los espacios y las producciones académicas de la Formación de Comunicadores para la Integración Andina. En ellos, los problemas de la integración regional son abordados como objetos de estudio al interior de las facultades de Comunicación en currículos, asignaturas, publicaciones, investigaciones o eventos académicos. Sin embargo, dada la dificultad para enmarcarlos en un campo de estudio determinado, el análisis se dispersa en lugar de ser más profundo:

“Existen líneas de análisis que atraviesan transversalmente la temática integracionista, sobre todo en materias de formación histórica, política y cultural, en varios de los planes de estudio. Sin embargo, la ausencia de una política de reconocimiento a la temática de Comunicación para la Integración, concibe la misma desde iniciativas parciales que no relacionan los campos de estudio, lo que dificulta ubicar los diferentes circuitos temáticos en un solo espacio de análisis. No hay una canalización específica de por dónde debe ir el tema en los planes, sino que se ubica en múltiples lugares (...) varios espacios donde se

aborda la temática de manera interdisciplinar, aunque al no constituirse como objeto principal de estudio se desarrolla desde miradas parciales y a veces desconectadas entre sí.” (FELAFACS 2009; 133-134)

Otro es el caso de los programas de movilidad estudiantil o docente, intercambios académicos virtuales o investigaciones colaborativas. En ellos las universidades son sujetos o agentes activos de la integración, bajo la premisa que la cooperación e intercambio entre facultades de Comunicación de nuestra región fortalece su quehacer académico, pues alcanzan una mayor cercanía no solo en territorio sino en imaginario. En muchos casos, estas universidades tienen más temas en común que con centros de estudio de otras latitudes. Pero, nuevamente, este no es el foco por donde están priorizando sus actividades las facultades de Comunicación andinas que, por el contrario, “están desconectadas entre sí, lo que impide generar redes académicas conjuntas tanto a nivel nacional como a nivel regional. Esta desconexión impide el desarrollo de actividades conjuntas, programas de intercambio académico-científico y la elaboración de proyectos de investigación (...) la producción científica y el intercambio académico ha generado



El equipo de consultores y coordinadores nacionales, que se reunieron en marzo de 2009 para la presentación del estudio que dio paso al desarrollo de la cátedra andina en cada país.

algunos espacios entre las facultades de Perú, Ecuador y Colombia, pero son todavía iniciativas incipientes y poco exploradas (...) En este sentido, se han encontrado mayor relacionamiento e intercambio estudiantil y docente con universidades de Europa y Estados Unidos que con universidades de Latinoamérica.” (FELAFACS 2009; 135)


Una comunidad académica

La Comunidad Andina, y América Latina en general, deben implementar sus propias comunidades académicas, que ayuden a reflexionar sobre los nuevos sentidos de la integración regional en estos tiempos de globalización y sociedad de la información. Estos son, a su vez, espacios importantes desde donde gestar políticas públicas viables entre nuestros países. Algunos de los académicos son parte y siguen impulsando esta comunidad, son los que nombramos en el cuadro que acompaña este texto.

Una comunidad académica está conformada sobre todo por docentes y estudiantes, interesados en profundizar e investigar sobre algún tema específico, que cooperan entre sí, intercambian información y producen conocimiento de forma permanente. La integración de nuestras facultades de Comunicación andinas está íntimamente vinculada a la interrelación que surja entre nuestros académicos para abordar temas comunes, con el respaldo de los directivos y el involucramiento directo de los estudiantes en los espacios creados o por crear.

Una particularidad, que cobra mayor relevancia en estos tiempos de comunicaciones, es el trabajo académico colaborativo. Ya no es necesaria, únicamente, la movilidad presencial entre universidades. Una estrategia utilizada en el transcurso del proyecto ha sido el uso y experimentación con nuevos medios, las llamadas Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC), que tienen como principal plataforma el Internet. Diálogos virtuales, documentos colaborativos en línea, videoconferencias de aula a aula, son fórmulas cada vez más utilizadas en el ambiente académico y que

deben ser premisa para un trabajo de integración desde y con la universidad.

Este proyecto no sólo ha retomado los pasos para gestar una comunidad académica sobre Comunicación para la Integración. Ha vinculado a académicos interesados en que nuestros países dialoguen, no solo a través de la política y los espacios oficiales, sino a través de sus ciudadanos, sus pueblos, su cultura. Una integración con comunicación puede ser, en medio de tanto conflicto, una forma de bajar al llano la paz que necesitamos. 



Referencias:

- CIESPAL. Integración y Comunicación en el área andina. Quito: CIESPAL, 1986.
- Comunidad Andina. Comunicación para la Integración: prácticas y desafíos en la región andina. Lima: Comunidad Andina, 2006.
- FELAFACS. La integración regional en las Facultades de Comunicación andinas. Lima: FELAFACS, 2009.
- Lopez Arjona, Ana, y Andrés León Calderón. Comunicación para la Integración del Mercosur. Quito: CIESPAL, 1998.
- Morales Manzur, Juan Carlos, Alba Ivonne León de La-barca, Lorena Rincón Eizaga, y María Alejandra Fernandez. «Educación y Comunicación para la Integración Latinoamericana.» ED. agosto de 2005. http://www.serbi.luz.edu.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-40792005008000005&lng=es&nrm=iso (último acceso: 13 de noviembre de 2009).
- Murciano, Marcial. «Integración económica y medios de comunicación. El audiovisual público europeo en 1993.» octubre de 1992. <http://www.allbusiness.com/sector-61-educational-services/348494-1.html> (último acceso: 13 de noviembre de 2009).
- Núñez Gornés, Luis. Comunicación, Identidad e Integración Latinoamericana. Acapulco: Universidad Iberoamericana, 1992.
- Universidad de Piura. Taller Trinacional de Diplomacia Ciudadana y Resolución de Conflictos. 21-23 de setiembre de 2009. <http://tallertrinacional.wordpress.com/> (último acceso: 13 de noviembre de 2009).



Ética periodística en la currícula de la UNESCO y en los cursos superiores brasileños

Rogério Christofolletti

Brasileño, PhD en Comunicación y docente de la Universidade Federal de Santa Catarina.
rogerio.christofolletti@uol.com.br

Este artículo es resultado de dos investigaciones en ejecución: "Indicadores de la Calidad de la Información Periodística", entre UNESCO y Renoi, y "Enseñanza de Deontología en los cursos superiores de Periodismo en Brasil: pedagogías, metodologías y tecnologías", financiada con recursos del Edital Universal 2008.

El análisis ético de casos periodísticos es un eje transversal en la educación, pues le ayuda al profesional a comprender mejor su oficio frente a la realidad.

La ética plantea más preguntas que respuestas, de ahí la necesidad de perseguirla, de tratar de captar su esencia. Considerada fundamental en la formación profesional de los periodistas, la ética profesional –o deontología– figura prácticamente en todos los currículos de instituciones de enseñanza formal en periodismo. Incluso instituciones no escolares han vuelto su atención hacia esta formación. Es el caso de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Si comparamos la dimensión formativa deontológica de la propuesta de currículo de la UNESCO con la de los veinte cursos más tradicionales de Brasil, los resultados muestran las conexiones entre la realidad brasileña y la proposición de esta institución, y permiten todavía entrever elementos para construir un perfil de los cursos de Periodismo en el país.

Currículo de la UNESCO

Durante el Congreso Mundial de Enseñanza de Periodismo en Singapur (2007), la UNESCO presentó el documento “Model Curricula for Journalism Education”, resultado de dos años de estudios y discusiones sobre currículos de cursos en el área. El texto fue elaborado y revisado por profesores de treinta países en cinco continentes, y ofrece modelos de organización curricular de cursos de licenciatura (de tres y cuatro años), de maestría (para licenciados en Periodismo y no formados en el área), y otros dos cursos más cortos (uno que prepare para la graduación y otro para el reciclaje de profesionales).

El documento propone modelos de cursos de Periodismo y no de Comunicación, señalando una clara toma de postura de la UNESCO, ya que en las décadas de 1980 y 1990, su orientación iba encaminada hacia una formación más amplia en el sector. En todas las propuestas de curso, hay contenidos y unidades de enseñanza que tratan de ética periodística.

El “Model Curricula...” presenta un plan de enseñanza completo de la asignatura, ofrecida en el segundo curso de licenciatura. Para los cursos de maestría, el documento no trae un plan de enseñanza, sino un programa más genérico, el cual no trataré aquí por no ser nuestro objetivo.

Aunque el programa de la asignatura sea el mismo para los cursos de graduación, preparación para graduación y reciclaje profesional, la disciplina “Ética Periodística” se ofrece en etapas distintas. En las licenciaturas de tres años aparece en la primera mitad del segundo año, después de las nociones básicas de noticia y reportaje, nociones fundamentales del periodismo, y de la asignatura Derecho de los Medios de Comunicación. En la licenciatura de cuatro años, “Ética Periodística” aparece en el segundo semestre del segundo año, siguiendo la lógica de la otra graduación. En el curso de dos años, que podría servir de puente entre la escuela secundaria y un programa de licenciatura en Periodismo (tal y como sugiere el propio documento), “Ética Periodística” surge en el primer semestre del segundo año. En el currículo del curso de un año, dirigido para reciclaje profesional, la asignatura se ofrece en el primer semestre.

Estas diferencias, a la hora de situar la disciplina, denota que, en cursos más largos, “Ética Periodística” se oferta tras adquirir fundamentos de la práctica profesional, lo que puede suscitar discusiones en clase y actividades más analíticas de situaciones límite a las que el periodista se enfrenta en su trabajo cotidiano. Solo en el curso dirigido a profesionales en servicio la asignatura es ofertada de inicio, ya que se descarta una cierta iniciación al periodismo para aquellos estudiantes más experimentados. De forma curiosa, este raciocinio es repetido por la mayor parte de los cursos superiores de Periodismo en Brasil, reforzando el entendimiento de que es preciso conocer un poco de la realidad para discutir la conducta ética de sus profesionales.

El programa de “Ética Periodística” prevé una duración de un semestre, dividiéndose en quince semanas, con cuatro horas semanales en clase –combinando clases expositivas y seminarios– y otras cuatro horas por semana para estudios de casos, lecturas y tareas resultantes de las clases. La propuesta prevé diversas estrategias de enseñanza, desde las convencionales lecturas y debates en clase a la exhibición de videos, pasando por seminarios y palestras con invitados. Los estudiantes pueden ser también incentivados a proyectarse en el papel de periodistas en situación de conflicto ético, para así aprender a razonar y habituarse a tomar decisiones (UNESCO, 2007).

La experiencia brasileña

La educación superior en Periodismo tiene una historia relativamente reciente en Brasil si consideramos la trayectoria de otros países. Los primeros pasos se remontan a mediados de los años 30 y los cursos solamente se concretarían al final de la década siguiente. En Francia se dio en 1899 (Melo. 2006) y en los Estados Unidos en 1908 (cf. Weinberg. 2008). A pesar de eso, la experiencia brasileña ha sufrido transformaciones jurídicas, conceptuales y mercadotécnicas. Los cambios de carácter jurídico están vinculados al perfeccionamiento de los marcos legales de orientación de la enseñanza y de la reglamentación profesional de la categoría. En el terreno conceptual, las modificaciones en los cursos acontecen sobre todo por revisiones didáctico pedagógicas. En el plan mercadotécnico, el sector empresarial y las organizaciones clasistas contribuyen para que los cursos se adapten a las transformaciones en el mercado de trabajo.

Las contribuciones de Melo (1985; 1991), Moura (2002;2007) y Meditsch (2007) ayudan a entender estos sesenta años de enseñanza de periodismo en el país. Episodios recientes han sido decisivos también. En 2009, dos acontecimientos se integraron necesariamente en esta historia. El 17 de junio, el Supremo Tribunal Federal decidió por fin la obligatoriedad del diploma de Periodismo para el ejercicio de la profesión. La nueva orden revoluciona la reglamentación profesional del sector. El 18 de septiembre, una comisión de

especialistas remitió al Ministerio de la Educación un documento para reformar las Directrices Curriculares Nacionales de los cursos del área. Todavía en proceso de tramitación en el ministerio¹, el documento debe originar nuevas bases para la estructuración y orientación de los cursos en el país.

La pedagogía comunicativa debe incluir en todas las líneas de estudio orientaciones teóricas, pero fundamentalmente didácticas, ese es el caso de la ética y la deontología, que deben estar en todas las mallas curriculares de comunicación.

Estos episodios deben provocar reorientaciones didáctico-pedagógicas, con ajustes curriculares y hasta recomendaciones en la oferta de plazas en el área. Ante de la adopción de las Directrices Curriculares para los cursos de Comunicación Social² en el inicio de esta década, disciplinas de formación ético-profesional tenían sitio fijo en los currículos nacionales. Este tipo de preocupación permeó las propuestas pedagógicas, ora teniendo a un autoritarismo legalista, ora dejándose llevar por nociones abstractas, más relativas a la Ética como parte de la Filosofía. En las últimas décadas hubo movimientos en dirección a una deontología propia, y gestos relacionados a la ciudadanía y a la convivencia social. No se puede decir que la dimensión formativa de la ética profesional de los periodistas ya esté sedimentada en la academia brasileña. Hay una gran divergencia en la dirección que las escuelas adoptan para la formación ético profesional de sus alumnos, factor que desagrega y fragiliza la enseñanza deontológica en el área. Sin embargo, hay elementos comunes que señalan un perfil en construcción.

Estímese que están en funcionamiento en el país

¹ Antes de finalizar el artículo, el documento de la comisión de especialistas todavía no había sido analizada por El Consejo Nacional de Educación, órgano que oficializa los actos y normativas. La expectativa era de que las nuevas directrices deberían entrar en vigor ya en 2010.

² Para consultar el documento, ver: http://www.gersonmartins.jor.br/diretrizes_comunicacao_mec.php

Juiz de Fora (UFMG), Universidade de Uberaba (Unube), Universidade Católica de Pernambuco (Unicap), Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Universidade de São Paulo (USP), Universidade Federal Fluminense (UFF), Universidade Federal de Goiás (UFG), Universidade Federal do Paraná (UFPR), Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUCCamp), Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Universidade de Brasília (UnB), Universidade Católica de Santos (Unisantos), Centro Universitário Metodista (IPAR-S), Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e Fiam-Faam - Centro Universitário (UniFIAM-FAAM).

3 El Fórum Nacional de Profesores de Periodismo no sabe ciertamente cuántos cursos de Periodismo existen en el país. Los números son imprecisos y contradictorios hasta mismo en la página del MEC.



consenso entre los cursos sobre el diseño de la disciplina o su naturaleza. En la cobertura, oscila entre los campos de la Comunicación y del Periodismo, entre Ética general y Ética profesional/Deontología. En algunos casos, se mezcla todavía con la Legislación/Derecho, confundiendo las fronteras entre conocimientos, que pueden ser contiguos, pero tienen sus delimitaciones y particularidades.

No se espera un único modelo, pero hay poca nitidez en los cursos de Periodismo brasileños cuando se trata de la dimensión deontológica.

Para la enseñanza de la ética y la Deontología es indispensable que el docente sea un verdadero maestro que enseñe con el ejemplo, pero esta responsabilidad es compartida.

Es una realidad que los terrenos de la Moral, de la Ética y del Derecho a veces se confunden, tornando permeables las fronteras que los circunscriben. Pero la dispersión observada muestra que algunos cursos ofrecen más contenidos normativos, del campo del Derecho, que propiamente deontológicos, de reflexión sobre las prácticas y conductas profesionales de los periodistas, priorizándose la imposición de las reglas, el autoritarismo en lugar de estimular la reflexión.


En cuanto al tiempo dedicado a la formación ético-profesional, se observa más definición en los cursos analizados. Privilegian, mayoritariamente, asignaturas con cargas horarias no fragmentadas: el 74% de las disciplinas con contenidos ético-disciplinas son de 4 créditos, el 18,5% son de 2 créditos, y apenas el 7,5%, de 3 créditos.

Si nos centramos en la localidad de estas asignaturas en el currículo, cabe reseñar que apenas el 15,4% de las materias están en los dos primeros semestres, mientras que el 34,6% se encuentran en los dos últimos.

Consideraciones finales

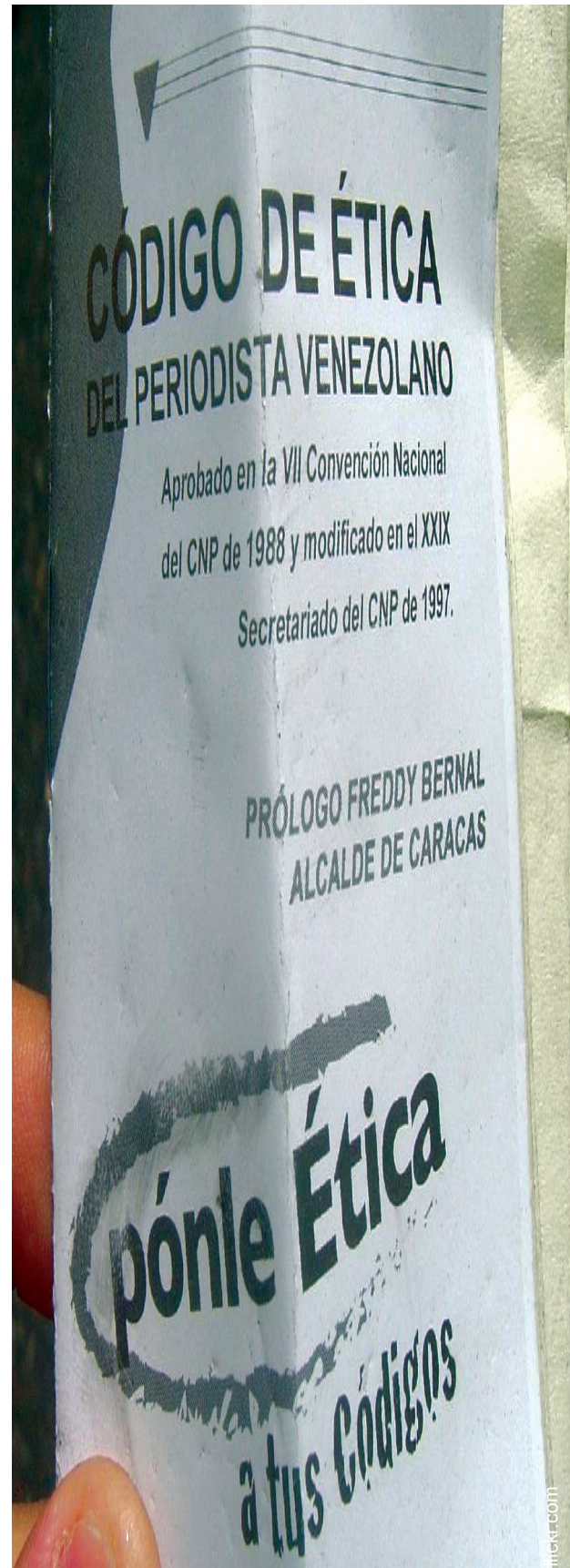
El “Model Curricula for Journalism Education” y la experiencia brasileña son muy distintos, lo que motiva mejoras en la dimensión formativa de la deontología. La disciplina “Ética Periodística”, propuesta por la UNESCO, está muy enfocada en la realidad de las redacciones, teniendo en cuenta valores y desafíos de la profesión. Algunos ejemplos brasileños también van en esta dirección, lo que consideramos ideal para formar periodistas más conscientes de sus papeles, límites y condicionantes. Pero de manera general, hay una gran dispersión en la estructura y en la concepción didáctico-pedagógica de las disciplinas brasileñas que deberían tratar de deontología. El problema identificado es de enfoque: unas veces, los contenidos son demasiado amplios; otras, se desvían desde la ética profesional hacia áreas vecinas como el Derecho.

La formación de periodistas es tan compleja como la de otras profesiones, pero reserva dificultades específicas. En el caso de la dimensión que se ocupa de la formación ético-profesional, los desafíos no son pocos. La Taille (2006; 2009) hace un extenso discurso para demostrar como la educación y los valores se imbrican de diversas formas para sedimentar personalidades, actitudes, afectos, conductas, y evidencia la dificultad de invertir y actuar en un contexto ético.

Buitrago (2008) parte de una perspectiva más tradicional, próxima a la idealización, en la medida en que enfoca al profesor como un agente de formación moral, aquel que inspira, que sirve de ejemplo, que figura como maestro. Es posible que, para la formación ética-profesional de los periodistas, este perfil no sea tan determinante. Servir de ejemplo es importante, todavía más para el profesor que enseña ética profesional, pero tal vez no dé cuenta de los desafíos que esta dimensión formativa encierra en sí misma, pues a pesar de la necesidad de hacer entender estos aspectos, no se puede negar que el profesor juega un papel fundamental en la formación ética de los futuros periodistas. 

Referencias:

- Christofoletti, Rogério. **Formação ético-profissional: presença e evolução nos currículos de um curso de Jornalismo**. Belo Horizonte: XII Encontro Nacional de Profesores de Periodismo, 2009. Disponible en <http://www.fnpj.org.br/soac/ocs/viewpaper.php?id=603&cf=18> Acceso el 09 de junio de 2009
- CONFERP. **Os cursos de Comunicação Social no Brasil**. Fórum Nacional por la Calificación de la Enseñanza de Comunicación. Brasília, 28 de junio de 2007.
- Buitrago, José Penalva. **O professor como formador moral**. A relevância do exemplo. São Paulo: Paulinas, 2008
- La Taille. **Moral e ética: dimensões intelectuais e afetivas**. Porto Alegre: Artmed, 2006
- La Taille. **Formação ética**. Do tédio ao respeito de si. Porto Alegre: Artmed, 2009
- Melo, José Marques de. **Comunicação e Modernidade: o ensino e a pesquisa nas escolas de comunicação**. São Paulo: Loyola, 1991
- Melo, José Marques de. **Comunicação: teoria e política**. São Paulo: Summus, 1985
- Melo, José Marques de. **Pedagogia da Comunicação: matrizes brasileiras**. SP: Angellara, 2006
- Meditich, Eduardo. A qualidade do ensino na perspectiva do jornalismo: dos anos 1980 ao início do novo século. IN: KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Ensino de Comunicação – qualidade na formação acadêmico-profissional**. São Paulo: ECA/USP – Intercom, 2007
- Moura, Claudia Peixoto. Padrões de qualidade no ensino de comunicação no Brasil. IN: KUNSCH, Margarida M. K. (org.). **Ensino de Comunicação – qualidade na formação acadêmico-profissional**. São Paulo: ECA/USP – Intercom, 2007
- Moura, Claudia Peixoto. **O curso de Comunicação Social no Brasil: do currículo mínimo às novas diretrizes curriculares**. Porto Alegre: Edipucrs, 2002
- UNESCO. **Model Curricula for Journalism Education**. Paris: UNESCO, 2007. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209e.pdf> Acceso el 20/abril/2009
- Weinberg, Steve. **A journalism of humanity: a candid history of the world's first journalism school**. Columbia, University of Missouri Press, 2008



Las virtudes físicas y los tiempos del monarca



Psicología



El corazón



Centro de gravedad



Genu varo



Los tiempos

Pulmones
y corazón**El corazón y
los pulmones**

Tiene una capacidad de ventilación y de oxigenación mayor a otras personas.

Jefferson

-En el ejercicio su organismo lleva de 4,5 a 5 lts de oxígeno por minuto.
-Al levantarse registra entre 40 y 42 pulsaciones por minuto.

Gente común

-El común tiene un promedio de 4,3 a 4,5 litros de oxígeno por minuto.
-En una persona normal el corazón late entre 60 y 80 veces por minuto.

La infografía interactiva:

Un género por desarrollar

Gabriela Arévalo

Ecuatoriana, comunicadora social.
gabyareg@hotmail.com

A pesar de la nueva era digital y el asombroso panorama de posibilidades comunicativas que ofrece al periodismo digital la infografía interactiva, este género periodístico es entendido bajo definiciones erróneas que desvalorizan su función; como consecuencia, pocos son los periódicos digitales en Ecuador que publican infografías interactivas y que explotan las cualidades que, tanto la infografía como la Web, les ofrecen.

La infografía digital es un género ciberperiodístico joven y muy atractivo para los consumidores de información en pantalla: la interacción es el elemento primordial...

Definición de infografía interactiva

Varios son los adjetivos –digital, multimedia, interactivo, etc.– que se utilizan para definir a la infografía que no es publicada en un medio impreso. Se descartará la utilización del término infografía digital, pues se hace referencia únicamente al soporte en el que es presentado este género, –las infografías pueden ser publicadas en un soporte digital pero no por ello poseen características propias de la Red–. Infografía multimedia es una denominación mucho más apropiada, pues se refiere a la integración de texto, audio y video en un solo canal. Sin embargo, muchas infografías aunque son de carácter multimedia no permiten que el usuario sea parte del proceso informativo, elemento indispensable en el ciberperiodismo. Por ello es adecuado referirse a este nuevo género como infografía interactiva.

Es importante señalar que aunque la infografía interactiva posee similitudes con su antecesora, la infografía impresa, es un género totalmente distinto, no solo por presentarse en un soporte totalmente diferente, sino por tener características propias que la impresa no posee: movimiento, interacción entre el usuario y el gráfico, una estructura organizada de forma novedosa –no secuencial–, integración de texto, imagen estática y en movimiento y elementos sonoros.

Alberto Cairo, editor infográfico del diario *elmundo.es*, define a la infografía interactiva como aquel género que hace “uso de una multiplicidad de formas de codificación: no sólo la representación gráfica (aunque sea ésta su núcleo), sino también el video, el audio, elementos interactivos, etc.”. Esta nueva forma de expresión ha permitido mostrar que en el campo periodístico “existe cierto tipo de contenidos no pueden ser transmitidos si no es usando un gráfico animado. Además, que es posible dejar que el lector

interactúe con los datos para crear diferentes escenarios” (Cairo. 2008).

Cairo, al decir que existen contenidos que no pueden ser transmitidos si no es usando un gráfico animado, se refiere a aquellos acontecimientos noticiosos que son mejor explicados mediante una representación de los hechos, por ejemplo: el accidente ocurrido en la ciudad de Quito donde un helicóptero se estrelló sobre un condominio ubicado en la avenida González Suárez fue un hecho de gran cobertura en los medios de comunicación; sin embargo, la información entregada explicaba escuetamente lo ocurrido, una infografía interactiva hubiese permitido representar el accidente con una animación y explicar así cómo y por qué ocurrió: De esta forma el lector hubiese conocido el lugar exacto donde se estrelló, los daños que ocasionó, cómo se propagó el incendio y en qué lugar perecieron las víctimas.

El periodista tiene el reto de presentar información que difícilmente puede ser entendida en un texto periodístico, o siente la necesidad de entregar al lector-usuario un mensaje de forma novedosa, explotando todos los recursos característicos de la Web. La infografía interactiva es uno de los pocos géneros que permite relatar cualquier tipo de información, porque presenta un acontecimiento noticioso de forma completa, facilita su comprensión y desarrolla aspectos significativos que difícilmente pueden ser explicados en una noticia de uno o dos párrafos, o con una fotografía, como se ve en el ejemplo.

Esta infografía publicada por el diario *Times* relata el asesinato de 32 personas en la Universidad de Virginia, en EE.UU.; cuenta de forma secuencial cómo ocurrieron los acontecimientos, la reacción de las personas que estuvieron presentes durante la masacre, el recorrido que hizo el asesino y cuántas víctimas y qué lugares fue dejando a su

paso. Este trabajo periodístico fue el más galardonado en las últimas ediciones de Malofiej con el premio Peter Sullivan.

El relato en la infografía interactiva

El relato periodístico se refiere a la descripción y narración de un acontecimiento y la manera de explicar sucesos de forma relevante y noticiable. Mediante la infografía interactiva se producen nuevas formas de crear historias, y, gracias al discurso hipertextual que utiliza, su relato es muy preciso, riguroso y comprensible.

La hipertextualidad es la característica que más ha influido en la narración ciberperiodística (García. 2003), y la infografía interactiva ha aprovechado al hipertexto para construir un relato no lineal con varios niveles de profundidad y acompañado de distintos recursos multimedia.

La multimedia es un recurso importante en el relato infográfico interactivo pues combina: texto, elementos iconográficos: fotográficos y gráficos, audio: grabaciones en vivo, música y video. La infografía interactiva incluye estos elementos de tal forma que su relato toma consistencia y sentido, como lo dice Salaverría (2005):

Si la infografía es el género que mejor aprovecha las posibilidades hipertextuales, también es – aunque en menos medida – el que mejor utiliza la interactividad y los formatos multimedia. Progresivamente el sonido y el vídeo se han incorporado al trabajo de los equipos de infografistas en los cibermedios. En España, medios de ámbito nacional como El mundo.es, El país.es, Lavanguardia.es (...), realizan trabajos realmente multimedia en los que se produce una integración efectiva de formatos, y no sólo una mera yuxtaposición de éstos.

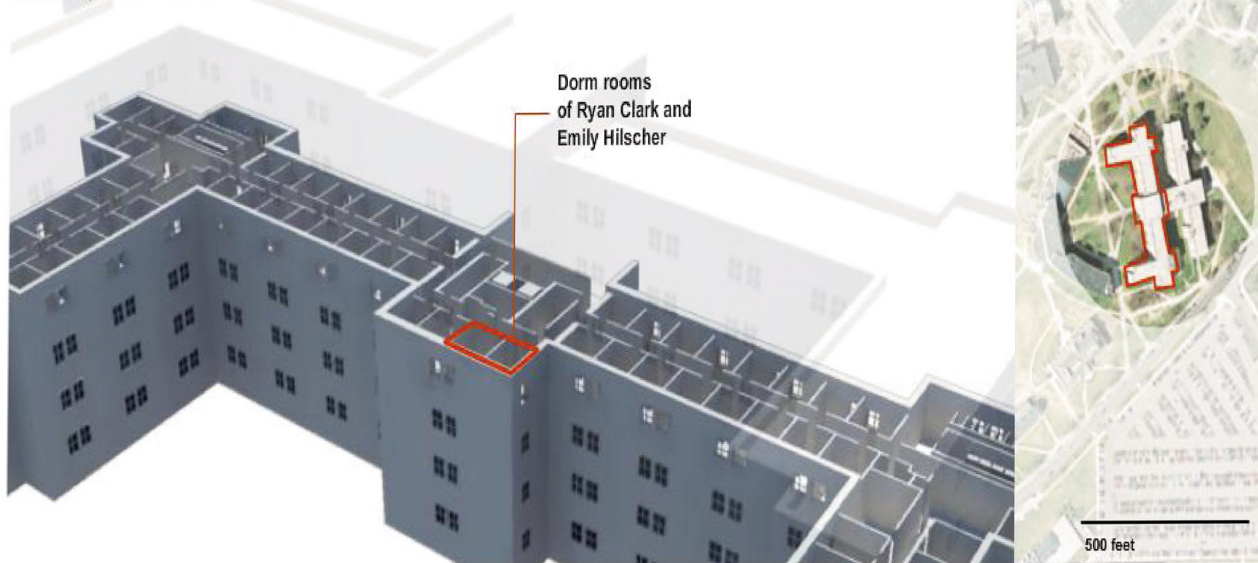
Deadly Rampage at Virginia Tech

Events leading to the deaths of 32 people and the gunman during two shooting attacks at Virginia Polytechnic Institute on Monday.



Inside the Dormitory

Students say a gunman goes room to room. Mr. Clark, a resident assistant, is investigating noise when he comes upon the gunman. Mr. Clark is shot and killed. Ms. Hilscher, a freshman living next to Mr. Clark, is also murdered.



Sources: University officials; survivor accounts; professors and classmates; aerial photo by Infotech Enterprises/Town of Blacksburg, Va.

Shan Carter, Amanda Cox, Farhana Hossain, Tom Jackson, Haeyoun Park, Graham Roberts, Amy Schoenfeld and Archie Tse / The New York Times

Infografía Deadly Rampage at Virginia Tech de Times.

La interactividad

Los nuevos usuarios han dejado de ser receptores pasivos que únicamente reciben información, ahora gracias a la convergencia mediática que se produce en la Red pueden ser al mismo tiempo lectores, oyentes y televidentes, -por esta razón el lector de los nuevos medios demanda contenidos adaptados a recursos multimedia- y lo más importante, tienen la posibilidad de contribuir con la producción de contenidos, así como de interactuar con la información.

Los usuarios acostumbrados a “navegar” en la Internet tiene la posibilidad de ser un receptor activo, es decir, “que interactúa con el medio y participa en los procesos de comunicación e información de la Red, y que será mucho más exigente con los contenidos que se ofertan” (Alonso y Martínez. 2003). Al producir una infografía interactiva se debe tener en cuenta que tanto el contenido como la forma complazcan, informen, e incentiven la participación del usuario.


La interacción es el intercambio informativo entre el usuario y un sistema artificial que, en este caso, es la infografía interactiva. Hablar de interacción es hablar de la relación entre el usuario y la infografía, el conjunto de reglas sobre lo que puede hacer el usuario y la respuesta que recibirá del programa: “detrás de todo programa multimedia existe uno o más autores que han establecido el conjunto de reglas sobre cómo va a ser la interacción con el usuario, qué acciones va poder llevar a cabo, cuándo y cómo” (Matas. 2008).

“Existen historias que permiten un mayor grado de control por parte del lector. En estos casos, no hay razón para limitar el *input* a un simple ‘presionar un botón’, sino que se puede permitir que el usuario modifique la configuración entera de la infografía”.

El periódico digital es el medio más idóneo para producir y publicar infografías interactivas, pues permite que este nuevo género explote sus características periodísticas, además de entregar a los comunicadores una nueva forma de presentar la



información. El lector recurre al ciberdiario cuando desea encontrar información periodística tanto verídica como novedosa y la infografía interactiva utiliza recursos gráficos, hipertextuales y multimedia que le permiten relatar acontecimientos difíciles. Además, la Web permite dotar a la infografía de fuentes narrativas muy diversas, al poseer enlaces informativos internos y externos.

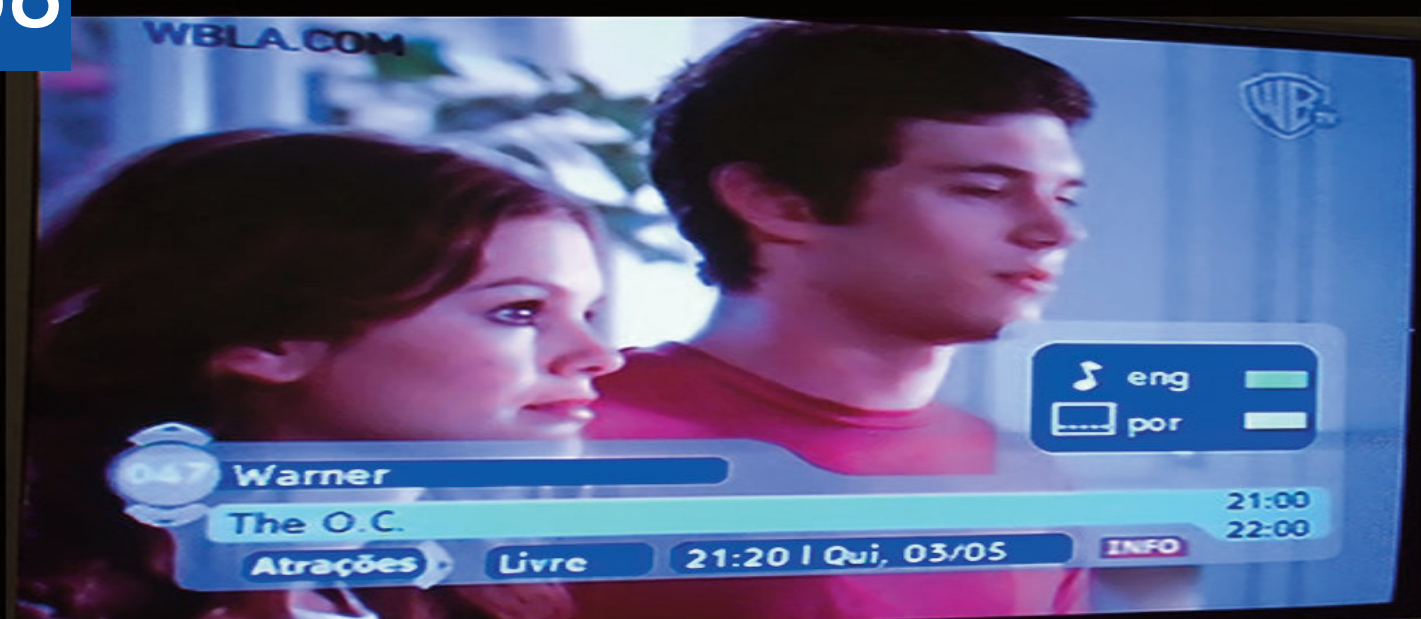
Actualmente en el Ecuador son pocos los diarios que producen y publican infografías interactivas, aquellos periódicos digitales que lo hacen como diario eltelégrafo.com y elcomercio.com han creado infografías que carecen de una característica indispensable: la interactividad. 

Referencias:

- Cairo, Alberto. Entrevista personal. 2008
- García de Torres, Elvira y María José Pou Américo. “Características de la Comunicación Digital” en *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel. 2003.
- Salaverría, Ramón. *Cibermedios*. Sevilla: CS. 2005.
- Alonso, Jaime y Lourdes Martínez. “Medios Interactivos: Caracterización y Contenidos” en *Manual de redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel. 2003.
- Matas Toni. *El multimedia: de la lectura a la interactividad*. En http://www.bcnmultimedia.com/CAT_eines/articles/ArticleTMAudio-visual.htm. Acceso: 8 de diciembre de 2008.

1 http://www.nytimes.com/2007/04/17/us/20070417_SHOOTING_GRAPHIC.html?_r=2&oref=slogin

2 www.elmundo.es/elmundo/2005/graficos/abr/s2/casa.html



La TV como medio de transición hacia lo digital

Cosette Castro

Brasileña, doctora en Periodismo y Comunicación, coordinadora del Grupo de Trabajo sobre Contenidos Digitales Interactivos del Plan eLAC2010.
cosettecastro@hotmail.com

Introducción

Desde finales del siglo XX, los estudiosos de Comunicación tienen por delante un largo desafío que traspasa el campo comunicativo y está relacionado a los cambios culturales, tecnológicos, sociales, educativos, de comportamiento y

Los cambios de la sociedad y la cultura digitales implican nuevas prácticas y experiencias mediáticas para adaptar los contenidos a estas plataformas interactivas.

económicos que las sociedades occidentales están pasando con la llegada y ampliación del uso de las tecnologías de la información y de la comunicación.

Los cambios también traspasan la cuestión tecnológica y se instalan en todos los ámbitos de la vida cotidiana, interrelacionándose con los planes económico, social, cultural, educativo y del comportamiento. Desde 2005 definiendo (Barbosa Filho e Castro) que los paradigmas existentes - como lo establece Edgar Morin- ya no dan cuentas de las múltiples y complejas transformaciones que estamos viviendo.

A partir de la transdisciplinariedad y del paradigma emergente, estudiamos estos cambios desde un Nuevo Orden Tecnológico, que incluye el análisis de todas las categorías de transformaciones, es decir, los cambios exigen un análisis complejo que incluya el económico, lo social, el tecnológico, el cultural, el educativo, así como los estudios del comportamiento y de las subjetividades. El Nuevo Orden no significa la preponderancia de lo tecnológico frente a las demás ciencias, pero sí enfatiza que los cambios traspasan la vida social e influyen en la cotidianidad, las relaciones sociales, culturales y educativas, los proyectos de gobierno, las acciones de las empresas, instituciones o academia. Existe influencia del mercado de trabajo, que genera nuevos oficios y termina con otros.

Transformaciones económicas

La llegada de las TIC ha hecho surgir una nueva economía, la digital, que posibilitó nuevos modelos de negocios en los medios digitales, y también el desarrollo de nuevos medios: celulares, videojuegos en red, la radio, la televisión y el cine digital, así como las computadoras con Internet. Las características de esa nueva economía digital fueron apuntadas en el informe "Industrias de Contenidos en Latinoamérica" (CEPAL, 2008):

1. **Conocimiento:** la economía digital presupone nuevos conocimientos, nuevas maneras de estar y participar del mundo, así como nuevos aprendizajes. Esos conocimientos pueden estar relacionados a productos, servicios, nuevas formas de gestión, de producción de contenidos para medios digitales o productos para ofrecer más calidad de vida a las personas, como educación a distancia.
2. **Inmediatez:** en la economía digital, la inmediatez es una característica fundamental que genera competencia y oferta de nuevos servicios en todos los sectores, sea en el campo de la comunicación o en la medicina. Además, los *e-mails* cambiaron radicalmente las relaciones entre las personas y empresas, posibilitando el intercambio inmediato de conocimiento y servicios.
3. **Digitalización:** en la economía digital, los archivos de imágenes, texto, sonido y datos son digitales; las reuniones pueden ser realizadas de forma virtual; los cheques y dinero en efectivo van siendo cambiados progresivamente por tarjetas de crédito, y el teléfono ya es digital.
4. **Virtualización:** con el cambio de la economía analógica para la economía digital, también la naturaleza de esta actividad se transforma radicalmente: la existencia de las tiendas, los centros comerciales virtuales, los museos y las bibliotecas virtuales.
5. **Interconexión en red:** también es llamada de integración, ya que la nueva economía es una economía de redes, que puede estar conectada a Internet o Intranet en distintas plataformas tecnológicas y no solamente mediante el uso de la computadora con acceso a Internet. La utilización de la banda ancha posibilita el desarrollo de una actividad multimedia, con la integración de datos, textos, imágenes y sonido para TV y radio digital, celulares, computadoras con Internet o videojuegos en red, pero también para la convergencia entre esas plataformas.

6. **Desintermediación:** en las redes digitales, varias funciones de intermediación dejan de existir. Eso no ocurre solamente en la relación productor–consumidor, sino también entre las audiencias que hoy tienen la oportunidad de producir sus contenidos de texto, audio, video digitales, sea para programas de TV, de radio, para celulares, para la computadora mediada por Internet o contenidos audiovisuales dirigidos a la convergencia entre los medios digitales. Tampoco los músicos necesitarán, en un futuro cercano, de disqueras, de agencias de ventas minoristas ni medios de difusión.
7. **Convergencia:** en la economía digital los medios de comunicación son el sector clave. La convergencia contempla las industrias de contenido audiovisuales digitales, los medios de comunicación analógicos, las empresas computacionales y las empresas de telefonía móvil que podrán producir contenidos conjuntamente o mezclarse.
8. **Innovación:** es la palabra clave en todos los sectores de la nueva economía. La gran responsabilidad de las empresas o productores independientes es generar contenidos audiovisuales digitales innovadores para TV, radio, Internet o celulares, ya que las posibilidades creativas de esa industria son mucho más grandes que las existentes en los medios analógicos.
9. **Nuevo rol de la gente:** hay una fuerte tendencia a la individualización en la economía digital por intermedio de la compra personalizada. La nueva economía, pensada desde la inclusión social, posibilita que las audiencias y los diferentes grupos sociales también produzcan contenidos audiovisuales digitales, como ya lo hacen los diarios compartidos en Internet, o producir informaciones y conocimiento, como los disponibles en *Wikipedia*.

El reto en la Región

La consecuencia directa es la posibilidad de salir de la situación de compradores de contenidos audiovisuales digitales para pasar a producir esos contenidos y, quizá, exportarlos para otros continentes, colaborando para el desarrollo sustentable de América Latina y el Caribe.

En ese sentido, la Cumbre de la Sociedad de la Información para Latinoamérica y Caribe realizada en El Salvador, en febrero de 2008, con la Secretaría de CEPAL ha aprobado el estímulo a la creación de Centros Nacionales de Excelencia en Producción de Contenidos Audiovisuales Digitales Interactivos e Interoperables en toda la Región. Más que eso, ha creado en finales del 2008, el Grupo de Trabajo sobre Contenidos Digitales Interactivos que tiene como misión sensibilizar a los gobiernos, a la Academia y demás sectores sociales sobre la importancia estratégica de desarrollar aplicativos de *software* y/o contenidos digitales audiovisuales para las diferentes plataformas tecnológicas.

Los Centros Nacionales tienen como misión desarrollar contenidos audiovisuales para distintas plataformas digitales, como televisión digital, celulares, videojuegos en red, radio y cine digital, y también formatos para computadoras con Internet, que sean interactivos porque solamente así permitirán la participación activa de los distintos agentes sociales mediante la participación en programas y formatos de las plataformas digitales. Por otro lado, deben ser interoperables para que no haya problemas de aceptación entre los diferentes patrones tecnológicos.

El primer Centro Nacional de Producción de Contenidos Digitales Interactivos lanzado en la Región fue en Brasil, que inició en diciembre de 2008 estimulando proyectos para desarrollo de aplicativos de *software* con contenidos interactivos para distintas plataformas tecnológicas, así como para contenidos audiovisuales digitales y también para la convergencia entre los medios digitales.

En Latinoamérica, en cuanto a televisión digital hay distintos patrones: México sigue el patrón norteamericano desde 2006, pero todavía no ha empezado a desarrollar contenidos audiovisuales digitales; Brasil, Argentina, Chile, Venezuela y Perú han elegido el patrón japonés-brasileño e intentan organizarse para crear los Centros Nacionales; Uruguay y Colombia siguen el patrón europeo para TV digital¹, y también se organizan para crear sus

¹ Hasta septiembre del 2009, tampoco Uruguay y Colombia habían empezado a desarrollar contenidos audiovisuales digitales, pero ya organizan sus Centros Nacionales.

Centros de Contenidos Digitales. Es decir, si hay interoperabilidad, el contenido audiovisual planteado y desarrollado para TV digital¹ deberá ser utilizado en los distintos patrones, sin problemas tecnológicos que imposibiliten la conexión y uso común de los sistemas.

La TV digital: una oportunidad

La televisión es el aparato tecnológico que mejor representa este momento de cambios. En Brasil, la televisión analógica está presente en 98% de las casas y el gobierno del presidente Lula apuesta en las cajas de conversión para el modelo digital de bajo costo como estrategia de inclusión social. En la Región, la presencia de la televisión en las casas encuentra niveles similares, como ha enseñado el *Informe sobre Industrias de Contenidos en Latinoamérica*, realizado en 11 países en 2007/08.

Países estudiados	Porcentaje de la población que posee televisión en casa
Argentina	98 %
Bolivia	s/d
Brasil	98 %
Chile	96,7 %
Colombia	77 %
Ecuador	83,4%
México	92,3%
Paraguay	17,2%
Perú	67,5%
Uruguay	95%
Venezuela	90%

Vivimos un momento de cambio del modelo analógico hacia el digital que, en esa primera fase, utilizará la televisión analógica que todos tenemos en casa con una caja de conversión para el sistema digital. En mediano plazo, se espera que el precio de un aparato de televisión digital sea accesible para la gente y sea posible dejar de lado el televisor analógico y comprar un aparato digital.

En cuanto esto no ocurra, la población podrá utilizar Internet (*mails, chats y/o sitios web*) desde el aparato de televisión analógico con una caja de

conversión para el sistema digital usando el canal de vuelta. Ese canal de vuelta permite la interacción entre las audiencias y los canales de televisión, transformando radicalmente la conocida relación emisor-mensaje-receptor (ver ejemplo abajo).

Con la llegada de la televisión digital interactiva pasa a ser posible una nueva relación entre emisor y receptor, más dialógica, ya que las audiencias podrán contestar, preguntar y producir contenidos audiovisuales digitales.

El sistema de TV digital elegido en Brasil, en diciembre del 2007, es una mezcla de las tecnologías japonesa y brasileña; este híbrido pasó a ser llamado de ISDB-T (*Integrated Services for Digital Broadcasting Terrestrial*) y en Brasil es conocido como Sistema Brasileño de TV digital terrestre (SBTVD-T). Hubo varias razones para la elección de este sistema, particularmente por las características del SBTVD que pueden ser observadas abajo:

1. **Multiprogramación:** donde cada empresa puede utilizar en alta definición (HDTV) cuatro canales, tres a más que el sistema analógico permite. Además del canal original, es posible utilizar subcanales con programación 24 horas, que permitirá a la empresa de televisión abierta y gratuita ofrecer a las audiencias otros tres canales.
2. **Interactividad:** que permite la participación de las audiencias desde casa o desde la calle en una televisión móvil o por el celular.
3. **Interoperabilidad:** entre los diferentes patrones de TVD, que permite el intercambio de contenidos audiovisuales digitales interactivos.
4. **Robustez:** que permite recibir las distintas programaciones en todo el país sin problemas en áreas lejanas o en las grandes ciudades.
5. **Movilidad:** la televisión digital puede ser utilizada tanto en casa, como en el coche, en la calle o en un autobús.
6. **Portabilidad:** está disponible en pantallas grandes o pequeñas que pueden ser llevadas en el bolsillo.
7. **Accesibilidad:** contenidos y formatos planteados para las personas con necesidades especiales.

8. **Usabilidad:** que permite que los aparatos sean de fácil uso para distintos públicos.
9. **Definición:** está disponible tanto en alta definición (HDTV) como en el modelo estándar (SDTV), siendo que este último es más sencillo y presenta pocos recursos digitales.
10. **Compresión:** uso del MPEG 4, que tiene más recursos tecnológicos y permite la utilización de las características citadas hasta ahora con alta velocidad y banda ancha.
11. **Caja de conversión:** permite el acceso a Internet desde la televisión analógica, con la caja de conversión para la señal digital con canal de vuelta.

Inclusión social

¿Cómo hacer para que la televisión digital terrestre abierta y gratuita se torne una herramienta de inclusión social en distintos campos, entre ellos el educativo, ya sea presencial o a la distancia?

En lo educativo, algunos caminos pueden ser apuntados:

- A partir de la elección del patrón en cada país, realizar estudios sobre la usabilidad de los servicios interactivos para saber si son fácilmente reconocidos y aprehendidos por los diferentes grupos sociales, económicos y generacionales existentes.
- Desarrollar cursos y oficinas sobre alfabetización digital dirigida a la televisión digital abierta y gratuita. Las personas podrán recibir cursos de formación y uso sobre nuevas tecnologías digitales de bajo costo (o gratuitos), con horarios y locales accesibles a la población.
- Desarrollar cursos y oficinas donde la familia y/o la comunidad pueda aprender a utilizar los recursos de la televisión digital terrestre abierta y gratuita interactiva y producir contenidos audiovisuales digitales.
- Ofrecer banda ancha para acceso a Internet con precios compatibles con la realidad económica de la población.
- Ofrecer redes *wi-fi* para acceso a Internet en las aéreas rurales y en regiones lejanas para que la interactividad realmente pueda ser utilizada, a

Modelo de Televisión Analógica (unidireccional)

Emisor → Receptor

Modelo de Televisión Digital con interactividad (con doble dirección)

Emisor ↔ Receptor

través del uso de contenidos interactivos digitales con formato informativo, cultural, de servicio (banco, salud, ciudadanía o justicia), educativos o de entretenimiento más complejos como videos, audio, animaciones y datos.

- Desarrollar interfaces que sean reconocidas por los distintos grupos sociales.
- Desarrollo de controles remotos, similares a los celulares, que ayuden y faciliten la interacción con la nueva tecnología.
- Apoyo a proyectos de construcción de contenidos audiovisuales digitales con énfasis a la accesibilidad como forma de inclusión digital.

En lo que se refiere al uso de programas de educación a distancia o semipresencial, es posible observar:

1. La posibilidad de democratización de la información y del conocimiento que podrá ser compartido entre diferentes generaciones de una misma familia.
2. Por ser un aparato con pantalla más grande, permite la interacción entre alumnos y profesor/a, pero también entre el grupo de compañeros de estudio o por la familia, ya que permite la mirada compartida.
3. El uso de una pantalla más grande puede permitir el diálogo y la interacción dentro y fuera del ambiente familiar.
4. Es posible debatir sobre una unidad temática de enseñanza a través del uso de *chats*, desde la televisión a partir del uso de la caja de conversión para el sistema digital con interactividad.
5. Las teleconferencias podrán ser realizadas, miradas y debatidas por cualquier miembro de la familia interesada en el aprendizaje a distancia o en un tema específico de debate.

6. La posibilidad del intercambio de *mails* o contacto por *MSN* en tiempo real, pues la televisión analógica convertida para TV digital podrá ser utilizada como una computadora doméstica ampliada posibilitando la interactividad, con la ventaja que el aparato principal (la televisión) ya existe en nuestras casas, o también mediante la televisión portátil o los celulares.
7. El incentivo a la producción colectiva de saberes y también al intercambio del conocimiento entre distintos grupos en tiempo real.

Para finalizar

Hay investigadores que prefieren enfatizar en los peligros y puntos negativos de las tecnologías digitales. Creemos que ese peligro es grande cuando el tema es tratado desde el punto de vista económico, estimulando, aún más, la concentración de los medios de comunicación analógicos y la visión de la gente como usuario y consumidor. Las TIC pueden, y deben ser utilizadas en favor de los hombres y mujeres de la Región, desde una apropiación de esas tecnologías con el planteamiento de políticas públicas de inclusión digital y desarrollo sustentable.

Por primera vez las audiencias y las distintas comunidades tienen la oportunidad de construir y desarrollar contenidos audiovisuales digitales para las plataformas tecnológicas, sea para televisión, cine o radio digital; para celulares, juegos electrónicos en red, dispositivos móviles o para computadoras o celulares con acceso a Internet, planteados de forma gratuita.


La información no está restringida solamente a lo que dicen los grandes grupos de comunicación, pues otras miradas sobre los hechos y la realidad están siendo ofrecidas y/o producidas por la gente. Tampoco el conocimiento es ofrecido solo por la escuela tradicional, hay nuevas formas y posibilidades de aprendizaje, presencialmente o a distancia y puede ocurrir de forma individualizada o compartida.

Los paradigmas tradicionales no dan cuenta de tantos cambios y eso es un momento único para

pensar el mundo de forma abierta y transdisciplinar, como lo plantea Edgar Morin y Boaventura Santos, en diálogo constante con otras ciencias. Por eso, es necesario plantear el mundo de forma contextualizada, amplia y transformadora, como lo ha hecho el brasileño Paulo Freire, desde la Pedagogía, buscando colaborar para una sociedad más justa y democrática.

En tiempos de economía y cultura digital y de una fuerte tendencia de que solamente lo tecnológico sea valorado, es necesario que los inmigrantes digitales, particularmente profesionales del campo público y privado, profesores, investigadores y docentes, se reinventen a ellos mismos, mezclando los nuevos saberes con una mirada crítica que debería apuntar:

A la reconstrucción de los cursos de Comunicación Social en diálogo con las Ciencias de la Información, con las Tecnologías de la Información, con la Ingeniería, con el *Design*, y

A la formación de investigadores y constructores de productos culturales que reflexionen sobre esos cambios en el campo teórico, y colaboren para la inclusión social y digital de la Región en el campo práctico. 

Referencias:

- Barbosa Filho, André, Castro, Cosette e Tome, Takashi. *Mídias Digitais, Convergência Tecnológica e Inclusão Social*. São Paulo: Ed. Paulinas. 2005.
- Barbosa Filho, André e Cosette Castro. *Comunicação Digital- educação, tecnologia e novos comportamentos*. São Paulo: Ed. Paulinas, 2008.
- Santos, Boaventura de Souza. *Um discurso sobre as Ciências*. São Paulo: Editora Cortês. 1985.
- Conselho Gestor de Internet: www.cgi.org.br. 10/04/2009.
- Morin, Edgar. Carta de la Transdisciplinaridade. 1994, en <http://www.filosofia.org/cod/c1994tra.htm>. 10/04/2009.
- "Industrias de Contenidos en Latinoamérica". Estudio de2007, publicado en 2008.



¿Es la Internet un derecho?

Eduardo Villanueva Mansilla

Peruano, profesor de comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
evillanuev@gmail.com

Como parte de la discusión sobre la protección de derechos de autor en Francia, la Corte de Casación de ese país ha prohibido que se retire el derecho a usar la Internet mediante actos administrativos, uno de los puntos fuertes del llamado Plan Olivennes. La HADOPI, organismo diseñado para este fin, ha quedado sin dientes y por lo tanto la idea misma de una agresiva protección de los derechohabientes pasa a ser cuestionada.

Internet ha sido declarado como un derecho, lo que hace que su acceso, uso y penetración sean considerados como prioritarios en todas las zonas del planeta.

Pero la premisa de este cuestionamiento es potencialmente mucho más compleja y de efectos de largo plazo. No se trata solo de impedir acciones administrativas de limitación de acceso a la Internet: el acceso a la Internet ha sido declarado un derecho. Esto es importante, y tiene efectos enormes en futuros debates sobre políticas de comunicación. La intención de este ensayo es esbozar cuáles serían estos efectos, a partir de la aceptación, en varios grados, de la premisa.

La extensión de un derecho

Si la libertad de expresión es el punto de partida de la noción de democracia liberal que predomina en Latinoamérica, entonces el razonamiento de la Corte Suprema Francesa es no solo correcto, sino fundamental para la evolución de los medios de comunicación. Como dice un editorialista de *Le Monde*, "Quand tout un chacun s'installe devant un écran pour entrer en relation avec l'autre - vie privée et professionnelle -, faire des achats, déclarer ses impôts ou exprimer une opinion, le droit doit évoluer, estime le Conseil constitutionnel." (Bertrand Le Gendre, *Le Monde*, 19/6/2009). El derecho tiene pues que acomodarse a una realidad en donde la Internet, incluso en países pobres o de ingresos medios, le incumbe a toda la población.

Como lo plantean los constitucionalistas franceses, el derecho a la Internet es simplemente la garantía de poder participar de la vida en sociedad, sea como ciudadano o como consumidor, y por lo tanto no puede ser restringido por nadie. Esta situación es novedosa, no porque se considere que tenemos derecho a vivir en sociedad, por así decirlo, sino porque se le da a la Internet un peso en la vida social mucho más grande de lo que se ha asumido en sociedades como las de América Latina. Es indiscutible que en sociedades afluentes la cantidad de personas que acceden regularmente a la Internet crea una situación distinta a aquellas en donde las oportunidades de acceso son mucho

menores; pero esto no niega la existencia del derecho: simplemente nos obliga a pensarlo de otra manera. Es, además, una variación importante de la concepción de derecho predominante respecto a las telecomunicaciones, y también a lo que normalmente asociaríamos a la libertad de expresión. Estos dos casos alimentan esta nueva interpretación.

Históricamente, la doctrina de acceso universal en las telecomunicaciones se relaciona con dos aspectos: la imposibilidad de ofrecer servicio de telefonía en zonas en donde comercialmente no hay garantía de ganancia, y la necesidad de comunicación para emergencias y eventualmente para ciertos servicios públicos. El acceso universal es la razón que justifica los subsidios a los servicios en zonas rurales o alejadas en muchos países, o también el subsidio a ciertos tipos específicos de usuarios, como bibliotecas públicas. En todos estos casos, la necesidad de comunicación es la justificación, dado que estamos ante servicios que ofrecen tan solo eso: comunicación interpersonal de punto a punto.

Es indispensable contar con acceso a telecomunicaciones si se quiere tener acceso a la Internet. Una línea telefónica fija es la forma más simple de acceso, y contar con ella permite la conexión a la Internet para funciones básicas, pero no por ello irrelevantes.

Sin embargo, conforme los servicios de la Internet se vuelven más complejos, requieren velocidades mayores de conexión: esto implica contar tanto con el acceso a la telefonía, como con acceso a servicios de banda ancha, como el ADSL; sumemos a esto los equipos necesarios tanto para la conexión como para la utilización de la conexión, y estamos ante una inversión significativa.

Pero esta es, apenas, la primera capa del acceso. Luego hay que contar con una dirección de correo

electrónico, con las habilidades necesarias para moverse en el mundo digital, y con servicios útiles para la vida diaria. Mientras que muchos servicios de correo electrónico y de comunicación básica son gratuitos, los servicios públicos existen en algunos casos, mientras que en otros están mal diseñados o simplemente no los hay. Finalmente, las habilidades para usar la Internet deben ser adquiridas, por lo general de manera privada, pagando por cursos o similares.

En otras palabras, el ejercicio del derecho a la Internet no es simple ni barato, sino que implica un conjunto de acciones que requieren intervención del Estado, de varios actores económicos y del propio ciudadano.

Las complejidades de un derecho

La argumentación anterior no llega realmente a discutir el fondo del asunto. De acuerdo, es caro y complicado ejercer el derecho a la Internet. Pero exactamente, ¿de qué se trata este derecho? ¿Es derecho a que la Internet sea algo en particular? ¿O más bien a tener acceso a la Internet “realmente existente”? ¿La censura, el control al estilo del dique verde chino, va contra este derecho o simplemente lo complementa? ¿Hay una obligación formal de proteger la Internet? ¿O acaso un deber formal de proteger nuestros puntos de acceso a la Internet?

Lo importante, desde la comunicación social, es entender que la Internet funciona tanto como un espacio de expresión personal, como un potencial gran mercado, y como una alternativa cada vez más viable a las industrias de la comunicación. Baste un ejemplo: el lento pero constante desplazamiento de la publicación académica hacia la Internet, que si bien no va a reemplazar al papel en el corto plazo, sí facilita la posibilidad de difundir lo que un investigador o una institución hacen y conocer lo que otros realizan, mediante recursos digitales. Una buena revista digital puede llegar a más personas y tener más impacto que una impresa; pero si las personas que quieren educarse no cuentan con acceso, no podrán aprovechar este recurso.

Esta condición de acceso es similarmente crítica para el ejercicio de la libertad de expresión, de la

libertad de contratación y de creación económica. La regulación intrusiva de estas libertades, sea para favorecer al gran capital o el control estatal, terminarían afectando la capacidad de los individuos de aprovechar la Internet, creando así una trasgresión de nuestros derechos distinta a la que siempre se ha entendido predomina: en el primer caso, el derecho de propiedad intelectual se enfrenta al libre acceso; en el segundo, la seguridad de la colectividad se pierde ante el ejercicio descontrolado de libertad individual, que no solo transgrede normas políticas sino también sociales, en la forma de comportamientos rechazados por la comunidad y las leyes nacionales (la difusión de pornografía por ejemplo).

Defender este derecho a la Internet resulta, entonces, en un complicado conjunto de derechos que han sido transformados por un sistema tecnológico que no está bajo el control de los estados nación afectados, y que ni siquiera tiene un sistema tecnológico de regulación en manos de actores multinacionales, sino que sigue siendo gestionado por un conjunto más o menos estable de ingenieros, programadores y especialistas en tecnología, a quienes la realidad de las necesidades nacionales e individuales no suelen afectar.

Entonces, el derecho resulta paradójicamente lejano a los sistemas legales cuando al mismo tiempo es experimentado de manera directa, cotidiana y vital por millones de personas, en especial jóvenes, en el mundo entero. Quizá la formulación sea poco conocida, pero lo cierto es que los usuarios de la Internet saben que sus vidas perderían oportunidades y disfrutes de manera significativamente, si no tuvieran acceso a la Internet, y de alguna manera esperan que dicho acceso sea, finalmente, reconocido como un derecho y protegido. El cómo realizar esta protección es un proceso completamente irrelevante para los que la experimentan, y radicalmente desafiante para los que han de crear el marco legal.

El desafío para Latinoamérica

En una región como la nuestra, en donde lo que predomina no es el acceso sino el intento de

acceder, la situación es más complicada. La cobertura de los servicios de telecomunicaciones, más allá de la popularidad de los teléfonos móviles, sigue siendo pobre; sin importar qué tan baratas sean, las computadoras siguen estando fuera del alcance de buena parte de la población. Los servicios públicos no se dan abasto para atender a la población por medios convencionales, lo que hace aún más difícil imaginarnos el ejercicio de la ciudadanía mediante la Internet, dado que en general no es fácil ejercerla.

Pero esto no niega que la Internet sea importante para los ciudadanos de nuestra región, y que su importancia seguirá creciendo. Una sociedad democrática tiene que garantizar el acceso al conocimiento, a la información, y al mercado, en condiciones igualitarias y con regulaciones y protecciones adecuadas. La manera más práctica de lograrlo es mediante la Internet.

El desafío es crear políticas públicas que reconozcan este derecho pero que lo contextualicen en la realidad de la economía y la sociedad en la que deben existir.


Es inviable plantear el derecho a la Internet en los mismos términos que el derecho a la educación o a la salud, como una obligación estatal, puesto que los estados en América Latina no son realmente

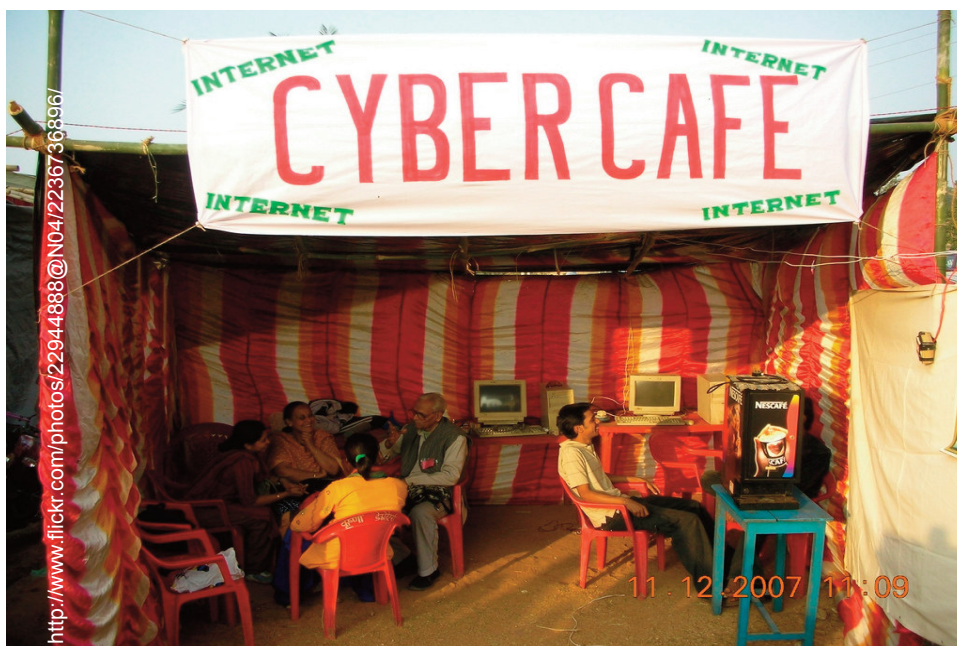
capaces de ofrecer educación o salud de calidad, y su obligación es cubrir esta primera capa de necesidades antes de embarcarse en otras.

Sí se puede plantear que las empresas de telecomunicaciones, los proveedores de información y los organismos públicos involucrados en estos temas vean la difusión del acceso a la Internet como parte esencial de sus políticas, y que reconozcan que los costos deben ser asequibles, que los recursos deben difundirse lo más posible, y que, sobre todo, no deben crearse barreras de acceso por razones económicas, políticas ni de cualquier índole.

La noción de entorno habilitante que suelen usar los promotores del libre mercado puede ser reconfigurada para servir las necesidades de los ciudadanos.

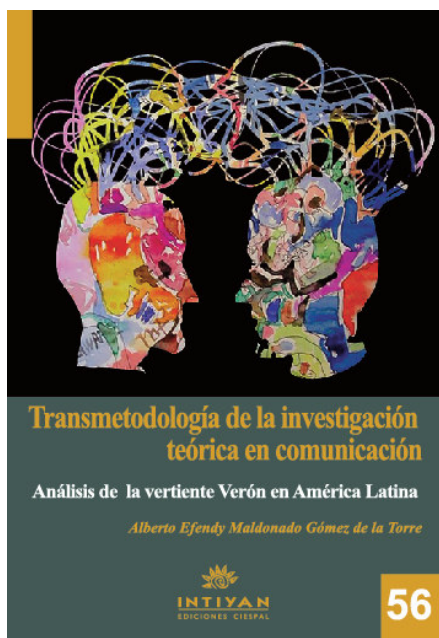
El entorno habilitante incluye un marco legal promotor, el fomento a los elementos industriales más pertinentes, pero también garantías a la inversión; en el caso del derecho a la Internet, las garantías deben ser buena cobertura, buen servicio, protección de los derechos individuales, y el compromiso de no arruinar la experiencia de la Internet con políticas restrictivas o con exageradas prohibiciones, *diques verdes* que con el pretexto del orden social terminan aplastando la libre expresión.

Apenas el comienzo, pero al menos debemos debatir estos temas. Los comunicadores deben reivindicar su lugar en la gran discusión de la Internet, que no debe reducirse a medidas de mercado o debates técnicos. La Internet no es finalmente más que una inmensa red de comunicaciones, para seres humanos desde seres humanos; nuestro espacio natural. 



Publicaciones

LIBROS




Transmetodología de la investigación teórica en comunicación. Análisis de la vertiente de Verón en América Latina

Maldonado, Efendy. Quito, Editorial Quipus, 2009.
368 p. USD 16.

El primer capítulo destaca temas como las operaciones selectivas y combinatorias, de filiación saussuriana y jakobsoniana; las denominadas fundaciones, asociadas con las nociones de ciencia, la crítica a la teoría de los actos del lenguaje, están también temas como la importancia de la escritura en la construcción de los objetos científicos y el lugar de la semiótica para pensar la sociedad.


El segundo y tercer capítulos conducen por las trayectorias teórico-conceptuales del autor estudiado; pero, sobre todo, muestra la dimensión trascendente del metodólogo paradigmático que es Verón, quien no descarta lo obvio y lo trivial, ni tampoco el método descriptivo para situar el objeto empírico; aunque su desencanto frente a la semiología y lingüística estructuralistas no será poco al comprobar que estas celebradas disciplinas no fueron capaces de proporcionar modelos expeditos para analizar casos reales.

Esta obra plantea una epistemología transdisciplinar; alejada del positivismo y la neutralidad; inserta en la historia; científica, crítica, dialéctica, comprometida. 

Extracto tomado de la presentación del libro
realizada por Alberto Pereira Valarezo.




Cardoso, Martha (2009). **Historias de Radio**. CIESPAL. Quito. Editorial Quipus.

Esta publicación contiene relatos basados en experiencias de la autora, con una prolija investigación de los orígenes de la radio en su natal Cuenca. Destaca con lujo de detalles la filosofía combativa de la radio de antaño contra el poder establecido, encarnado en el clero y la oligarquía, así como los ultrajes, censuras y vejámenes a que fueron sometidos periodistas y radios, no solo de Cuenca, sino de todo el país cuando cumplían su papel de informar los atropellos y abusos del poder central. Además de contarnos historias de radio, la autora nos entrega un libro académico en el que los que se forman como futuros periodistas y comunicadores pueden encontrar lineamientos claros de cómo enfrentar el reto de trabajar con un micrófono y hacer de la radio un medio a través del cual la sociedad puede ejercer su derecho a la comunicación. 

Arce, Katya; Escandón Pablo; /et.al/. (2009). **La integración regional en las Facultades de Comunicación andinas**. Lima: Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social -FELAFACS-. 140 p.

La integración regional en tiempos de globalización tiene que ir más allá que las dimensiones comercial y económica para insertarse en aquellos espacios donde cobra




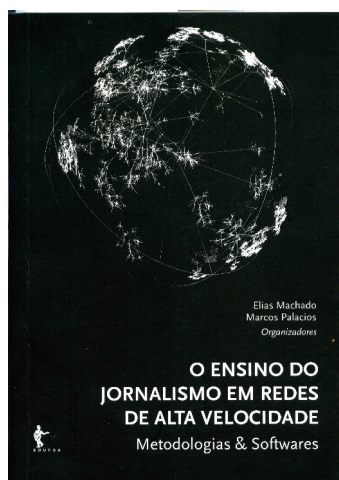
sentido la vida en sus expresiones más simples y cotidianas. La Comunidad Andina con el apoyo de la Unión Europea buscó involucrar a la sociedad civil en la construcción de una integración regional más incluyente y democrática a través del Proyecto "Acción con la sociedad civil para la integración andina" -SOCICAN-. Este texto, que se inscribe en el proyecto de "Formación de Comunicadores para la integración Andina: el rol de las Facultades de comunicación", trata la Comunicación para la integración Andina, Desarrollo y participación de los países andinos, Experiencias de comunicación e integración, La integración en las Facultades Andinas de Comunicación, Visión Regional de la Comunicación para la Integración en las Facultades de Comunicación Andinas, Esbozos de las universidades de Colombia, Bolivia, Perú y Ecuador. 

Rodríguez Villafañe, Miguel Julio (2009). **Los fines justifican los Medios: Radiodifusión Cooperativa y Mutua**. Buenos Aires. Paraná. 361 p.

El autor desarrolla la necesidad de contar con medios de difusión que ayuden a preservar las identidades culturales, a cuidar el ser nacional constitutivo de la Patria, a evitar la manipulación, a superar el discurso único y a educar en los valores propios del movimiento solidario. Hace una síntesis de la historia de la radiodifusión en la Argentina desde la perspectiva propuesta; reivindica la lucha por acceder a las licencias; examina las




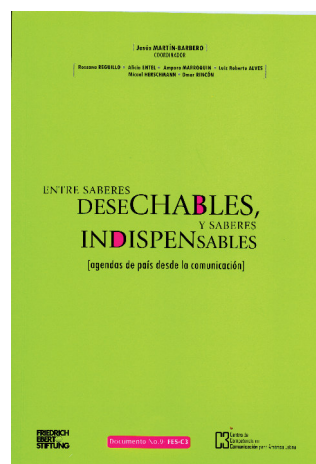
incoherencias e inconstitucionalidades que se sufren; analiza las posturas legales, doctrinarias, administrativas y judiciales que se fueron dando; los nuevos desafíos del triple play y las TIC; resalta la importancia de que se impidan los monopolios de medios y se garantice la libertad de expresión y el derecho a la información para todos; así como, propicia una discusión sensata de una adecuada Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual para la democracia. 



Machado, Elías; Palacios, Marcos, orgs. (2007). **O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade: Metodologías & Softwares**. Salvador da Bahia. EDUFBA. 192 p.


Este trabajo coloca a disposición de la comunidad académica una visión sumaria de diversas

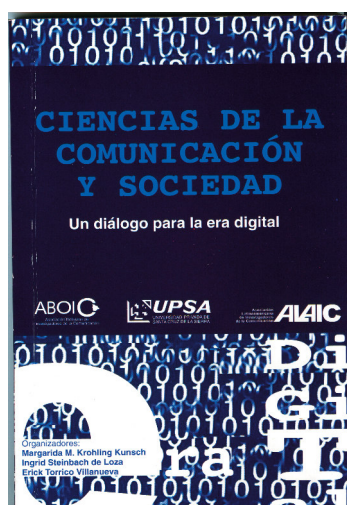
metodologías de la enseñanza del periodismo en el Internet, a partir de experiencias e investigaciones conducidas por un equipo de investigadores, integrantes de la “Red Latinoamericana para el desenvolvimiento de metodologías y software para la enseñanza del periodismo en las redes digitales de alta velocidad”. Las contribuciones incluidas se articulan en dos niveles: el teórico–conceptual y el aplicado, momentos cruciales para la materialización de circuitos de enseñanza sintonizados con las características de producción y circulación de bienes y servicios periodísticos en las redes de alta velocidad. Engloba discusiones filosóficas y metodologías en torno a la práctica de la enseñanza del periodismo en la Web y relata experiencias basadas en la creación y tesis prácticas de software. 




Martín-Barbero, Jesús, coord. (2009). **Entre saberes Desechables, y saberes Indispensables. (Agendas de país desde la comunicación)**. Bogotá. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. 174 p.

El texto trata de pensar en público, con mucha pasión latinoamericana y dolor de país. Intenta meter en el investigar y el pensar más país, más ciudadanía, más diversidad. Martín-Barbero, Reguillo, Entel, Marroquín, Alves, Herschmann y Rincón producen esta carta pública de las agendas que necesitamos para pensarnos latinoamericanos, desde cada uno de nuestros países pero entrelazados, y asumiendo el reto enorme que con-tiene la comunicación en

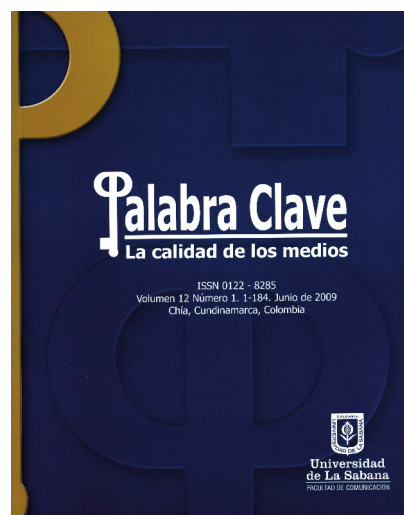
nuestros días. Se encontrarán relatos históricos que intentan convertirse en relatos irónicos que se hacen cargo de lo que nos toca como seres sensibles que comparten el mundo de la academia. Por eso imaginamos un territorio del nosotros, unas agendas que juegan entre pensar futuro y producir memoria; unas agendas que reconozcan el activismo ciudadano y la experimentación digital. 




Krohling Kunsch, Margarida María; Torrico Villanueva, Erick; Steinbach, Ingrid, orgs. (2003). **Ciencias de la Comunicación y Sociedad: Un diálogo para la era digital.** Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra.-UPSA- 184 p.

El libro recoge las principales conferencias presentadas en el Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación (junio-2002) en el que entre los más destacados iberoamericanos desarrollan las perspectivas mundiales y latinoamericanas sobre la relación comunicación y sociedad en la era digital y a la vez rescatan la utopía construida por los pioneros de la investigación comunicacional latinoamericana, planteando la reinención de las políticas de comunicación. Enfatiza, una de las organizadoras, que como estudiosos de los fenómenos comunicacionales, tienen gran responsabilidad en contribuir para un mundo mejor; un mundo sin exclusiones sociales, sin fronteras en el acceso a las informaciones tecnológicas y un mundo capaz de cultivar valores humanos como la paz y la armonía entre los pueblos. 

REVISTAS

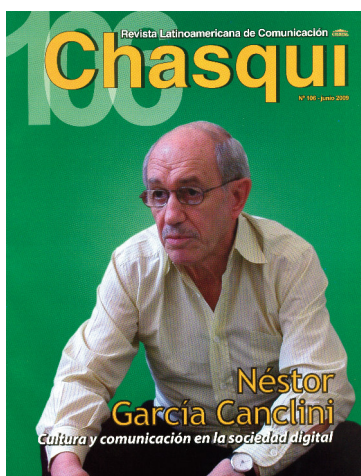


De la Torre, Lidia, Teramo, María Teresa, (2009). **La calidad periodística en un diario regional: los periodistas, el medio y sus lectores.** IN: PALABRA CLAVE, Vol.12, (1) pp.83 -104.

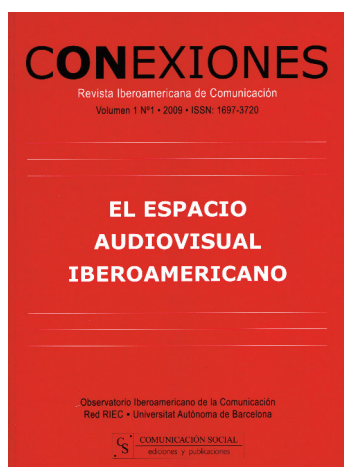
El proceso de selección y de creación de la noticia expresa valores periodísticos que pueden ser en parte compartidos o rectificadas en el proceso de recepción. Este estudio tiene como objetivo observar esos valores desde tres perspectivas: la del medio, la del público, y la de sus periodistas. Para eso se diseñaron dos instrumentos de medición que se aplicaron a *Diario de Cuyo* uno de los diarios de mayor índice de localismo en la Argentina, y a sus lectores y periodistas. Se analizaron 100 noticias de tapa, 281 entrevistas a una muestra de lectores y 30 entrevistas a periodistas. 

Aulestia, Carlos. (2008). **Lugares, clichés y discurso demagógico** IN: CHASQUI, Quipus -CIESPAL (106), pp. 72-75.

El lenguaje humano, por esencia busca la economía en la expresión, mas en ciertas situaciones comunicativas se requiere la reiteración o redundancia de expresiones. El artículo diferencia entre lo que son los lugares comunes y las frases hechas. Los *lugares comunes* son palabras, frases o ideas demasiado usadas, vulgares y vacías; vicios del lenguaje que reflejan pobreza de pensamiento, falta de criterio, escasa capacidad de análisis y



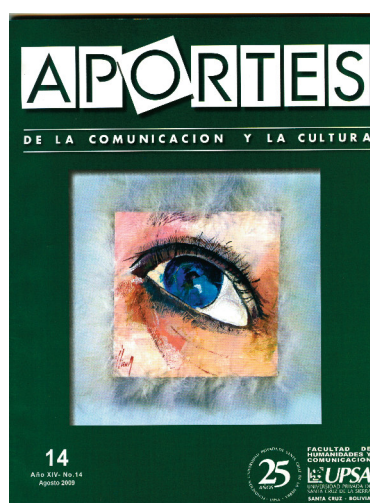
limitada competencia receptiva; se relacionan directamente con los estereotipos originados en prejuicios cognitivos. Son usados frecuentemente en el discurso político como una forma demagógica de transmitir mensajes; es un recurso para engañar o simplificar ideas o conceptos que deberían matizarse. En cambio las frases hechas, o clichés son expresiones populares, coloquiales, construidas sobre una lógica figurada, retórica, de fácil comprensión pero aparentemente sin sentido como los refranes, proverbios y modismos. 🇨🇷



González-Saavedra, Carlos. (2009). **Carencias, desajustes y retos del nuevo entorno audiovisual venezolano.** IN: CONEXIONES, v.1, (1), pp.93 - 110


Aunque nuevas leyes y reglamentos hayan ampliado el marco jurídico del sector audiovisual, no se ha articulado una política nacional homogénea y de amplio alcance; se ha

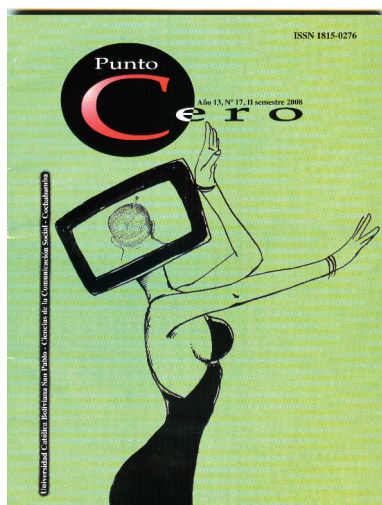
multiplicado la oferta de canales televisivos gracias al surgimiento de cadenas temáticas, regionales, comunitarias y gubernamentales, aunque Venezuela continúa careciendo de una verdadera radiotelevisión pública, plural e independiente; las salas de cine recaudan cada año más dinero, mientras la cinematografía nacional prolonga sus crónicas carencias presupuestarias; y se duplica el gasto per-cápita en tecnologías de la información sin que se hayan superado los desequilibrios regionales y sociales que excluyen a parte de la sociedad del nuevo entorno comunicativo. 🇨🇷




Steinbach, Ingrid; Colanzi S., Liliana (2007). **Las Universidades bolivianas no forman periodistas** IN: APORTES DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA, (14), pp. 35-44.

El estudio realizado da cuenta que las universidades bolivianas no están formando específicamente periodistas. Solo cuatro de las 44 carreras de Comunicación y Relaciones Públicas que hay en el país están orientadas a esa área; el resto carece de un enfoque particular en periodismo o se centra en otros campos. Existen solo dos carreras de periodismo en Bolivia y ambas a nivel Técnico Superior. Más de la mitad de las carreras tiene 10 años o menos de antigüedad. El análisis de 22 planes académicos demostró que solo el 16 por ciento de las materias enseñadas tiene que ver con el Periodismo. Se desconocen los productos de las materias de Periodismo. El periodismo es simplemente uno más de los, múltiples ámbitos de aplicación que ofrecen las


carreras y no su orientación principal. La mitad de los docentes no tiene postgrado. 

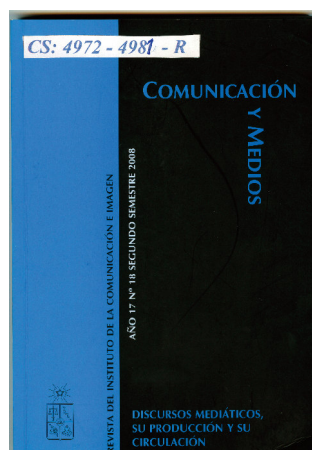


Bacallao Pino, Lázaro (2008). **Movimientos sociales, comunicación y cambio social** IN: PUNTO CERO, (17), pp. 29 – 37.


A partir de una indagación de determinadas características de los actuales movimientos sociales, el artículo presenta un análisis de las posibles consecuencias negativas de un cierto “determinismo comunicacionista” en sus prácticas y estructuras y ofrece una perspectiva que permita trascender estas posiciones y lograr una armónica inserción de la dimensión comunicativa en procesos de cambio. 

Said Hung, Elías. (2009). **El rol del docente en la formación del periodista digital** IN: COMUNICACIÓN, a.30, (1), pp. 5 – 9

Los avances de las TIC y su impacto en las comunicaciones han traído la complejidad del horizonte laboral de los comunicadores sociales y periodistas. La apertura de nuevos escenarios comunicativos y oportunidades para el desarrollo, enriquecimiento y distribución de contenidos a través de los medios y espacios virtuales, son algunos de los aspectos que hoy interrumpen y hacen cada vez más necesario promover la apertura de deberes que analicen el proceso, desde la formación y de la generación profesional telemática que hoy se abre paso. 



Marchetti, Dominique (2008). **El análisis sociológico de la producción de información mediática**. IN: COMUNICACIÓN Y MEDIOS, (18) pp. 19 - 29

El artículo pone en evidencia la escasa atención prestada por la sociología de los medios a las condiciones de producción de la información en comparación al estudio del discurso mediático. Afirmar, sin embargo, que ambos tipos de estudio deben ser interrelacionados y complementarios, por lo que propone como modelo de investigación la teoría de campos. Lo anterior presenta dos ventajas al investigador: primero, permite distinguir niveles en el análisis del campo profesional del periodismo; segundo, reconoce las condiciones económicas, políticas, discursivas, profesionales y sociales que determinan el trabajo periodístico. 



Sesión conmemorativa

El jueves 8 de octubre de 2009, se realizó, en el Auditorio Carlos y Jorge Mantilla Ortega, la sesión conmemorativa, por medio siglo de trayectoria en beneficio del periodismo, la comunicación y la democracia en la región.

A esta sesión concurrieron el señor presidente de la República del Ecuador, Ec. Rafael Correa; el Arq. Fernando Cordero, presidente de la Asamblea Nacional, quien condecoró al

pabellón del CIESPAL; el presidente del Consejo de Administración, Dr. Edgar Samaniego, rector de la Universidad Central; y el concejal Fabricio Villamar en representación de la Alcaldía de Quito.

Democratizar los medios, los contenidos y las formas de comunicar, partiendo del conocimiento de las realidades y necesidades de cada cultura, son los principios del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina para los próximos años, como lo expuso en su intervención el director general, Fernando Checa Montúfar.

"Desafíos y perspectivas de las ciencias de la comunicación en Iberoamérica"

El pasado 15 octubre, con la presencia de José Marques de Melo, presidente de CONFIBERCOM; Luís Humberto Marcos, director del Museo de la Imprenta de Portugal; Elías Gonçalves Machado, investigador de INTERCOM, y; César Bolaño, presidente ALAIC, se realizó el encuentro sobre el futuro de la investigación comunicativa en Iberoamérica. Por parte del Ecuador, expusieron María del Carmen Cevallos, directora técnica del CIESPAL, y Hernán Reyes, de la Universidad Andina Simón Bolívar.

En este encuentro se abordaron las formas y vías de gestionar recursos para investigaciones y generar redes de cooperación entre instituciones.



Seminario Internacional “Periodismo, ética y democracia”

En el encuentro se abordaron temas relativos a los observatorios de medios, al periodismo de investigación, a la prensa sensacionalista, al periodismo desde Internet. Se trabajó con una metodología dinámica, mediante paneles y espacios de diálogo e intercambio de experiencias con los participantes.

Los expositores fueron Javier Bernabé (España), Efendy Maldonado (Brasil), Pedro Brieger (Argentina), Iain Bruce (Venezuela), Peter Phillips (EE.UU.), Guillermo Polo (España), Erick Torrico (Bolivia), Edgar Reboucas (Brasil), Pascual Serrano (España), Alejandro Linares (Argentina), Ernesto Carmona (Chile), Cristiano Navarro (Brasil) y Claudia Lagos (Chile).



Seminario-taller de Periodismo preventivo



El periodista Javier Bernabé, director del Instituto de Periodismo Preventivo de España, dictó este seminario-taller, en el que se trabajó en torno al papel de los periodistas y de los medios de comunicación

en la prevención del VIH/SIDA, la inmigración y los conflictos armados.

Se aplicó una metodología teórico-práctica con espacios de diálogo e intercambio de experiencias con los participantes. Este encuentro estuvo dirigido a periodistas, comunicadores y profesionales que cubren o estén involucrados en estos temas tan sensibles frente a los sujetos de la noticia y frente a la opinión pública.

Seminario sobre los retos del periodista en la cultura digital

Del 23 al 27 de noviembre se realiza en Quito, el seminario internacional “La reinención del periodista”, respuesta al reto de la nueva cultura digital, con el auspicio de la OEA, y con la participación de

conferencistas internacionales y del Ecuador, expertos en temas de convergencia mediática, tecnología digital y ciberperiodismo, con la finalidad de discutir el futuro de los medios impresos y cómo se pueden incluir y transformar la cultura digital.



Fundación de la Sociedad Ecuatoriana de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (SEICOM)

Para impulsar el desarrollo de la investigación científica en comunicación, se creó la Sociedad Ecuatoriana de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación (SEICOM), que tiene como objetivo fundamental “reunir a investigadores de la comunicación, sin distinción de credo político, religioso o de nacionalidades, interesados en desarrollar programas y proyectos de estudios en comunicación”, y se propone contribuir a la reflexión pluralista sobre los problemas actuales de la comunicación; al perfeccionamiento y revitalización intelectual de sus asociados e impulsar el intercambio con organismos similares.



Lanzamiento del nuevo portal digital de CIESPAL



Con el fin de fortalecer su presencia mediática en el área digital, el CIESPAL ha creado su portal digital (www.ciespal.net/digital). Esta iniciativa tiene como objetivo poner a disposición del público las producciones realizadas no sólo por la institución, sino también las colaboraciones de los productores del mundo.

El portal se divide en cuatro secciones temáticas que son Radio, Televisión, Fotografía y la revista Chasqui desde donde se puede acceder a información, manuales, descargas y contenidos de capacitación.

El link directo de la radio digital es: <http://www.ciespal.net/digital/index.php/chasqui-radio.html>

El proyecto busca facilitar la descarga de contenidos comunicacionales en multimedia para instituciones, medios de comunicación y público en general de América Latina y el mundo. También podrá visitar Chasqui Radio y Chasqui Tv, en donde encontrará programación educativa de alta calidad en varios formatos, música y transmisiones en vivo de todos los eventos realizados por CIESPAL.