

FEDERACION LATINOAMERICANA DE ASOCIACIONES  
DE FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL  
Secretaria Ejecutiva

Apartado 4951 - Miraflores  
Telf. 355189 - Lima - Perú

CCC  
AI  
1539 C1

SINTESIS DE LOS TRES PRIMEROS  
ENCUENTROS LATINOAMERICANOS DE FACULTADES  
DE COMUNICACION SOCIAL.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

DEPARTMENT OF CHEMISTRY

LABORATORY OF ORGANIC CHEMISTRY

REPORT OF RESEARCH

BY DR. J. H. GOLD

RESEARCH ASSISTANT

1950-1951

CHICAGO, ILLINOIS

1951

---

PRIMER ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE  
FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL.

Lima, Perú - Del 15 al 20 de marzo de 1973

---

---

THE UNIVERSITY OF CHICAGO  
LIBRARY

---

El I Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social se desarrolló en la ciudad de Lima entre el 19 y el 24 de marzo de 1979 y fué organizado por la Universidad de Lima y la Fundación Konrad Adenauer.

En dicho Encuentro participaron oficialmente 25 facultades de Comunicación Social y/o Periodismo, representando a los países hermanos de Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Venezuela y Perú. Así mismo, se contó con la presencia fraternal de destacados comunicadores de México, Brasil, España, Bélgica y la UNESCO.

The first part of the document  
 discusses the general principles  
 of the system and the  
 various components involved.  
 It also describes the  
 methods used for data  
 collection and analysis.  
 The second part of the  
 document provides a  
 detailed description of the  
 experimental setup and  
 the results obtained.  
 The third part of the  
 document discusses the  
 implications of the  
 findings and the  
 conclusions drawn from  
 the study.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

ÁREA DE CURRÍCULO

Considerando:

1. Que, se ha reunido un número significativo de representantes de Facultades, Escuelas y Departamentos de Comunicación Social de América Latina, bajo los auspicios de la Universidad de Lima y de la Fundación Konrad Adenauer.
2. Que, entre los objetivos fundamentales de esta reunión se encuentra el intercambio de experiencias y conocimientos de los currícula de las diversas instituciones que imparten enseñanza universitaria en Comunicación Social, lo que se ha conseguido satisfactoriamente.
3. Que, durante las deliberaciones hemos comprobado el aislamiento, las diferencias curriculares, la falta de recursos humanos especializados técnicos y económicos, con que desarrollan sus actividades estas instituciones.
4. Que, no existe un concepto uniforme sobre lo que es un comunicador social.
5. Que es necesario intensificar la formación de profesores a nivel de post-grado.
6. Que, no en todos los países existe una legislación que proteja al egresado universitario en las diversas especialidades de la Comunicación Social.
7. Que, no hay un intercambio adecuado de material bibliográfico y de información entre las instituciones de Educación Superior en Comunicación Social, tanto en las relaciones internacionales como al interior de cada país.
8. Que, la dependencia de los países subdesarrollados en el campo de las comunicaciones limita la creatividad del profesional en esta área.
9. Que, existen grandes sectores marginados de la comunicación que es necesario integrar al proceso socio-económico y cultural de estos pueblos.
10. Que, es necesaria la participación de los estudiantes, profesores y egresados en el desarrollo académico de las Facultades.

Por cuanto, la función primordial del Comunicador Social debe estar orientada a contribuir a la unidad e integración de las naciones latinoamericanas, y en vir-

tud de los resultados de este Encuentro, la Comisión recomienda:

1. Crear una Asociación Latinoamericana de Facultades, Escuelas y Departamentos de Comunicación Social. A tal efecto, se sugiere la constitución de una comisión organizadora, integrada por un representante de cada uno de los países participantes en este Primer Encuentro. Esta comisión deberá estudiar la posibilidad de convocar un Congreso Constitutivo de la Asociación, así como también señalar la fecha y la sede de dicho Congreso, el cual deberá reunirse en un plazo no mayor de dos (2) años.

La Comisión designada tendrá su primera reunión en la ciudad de Caracas durante el último trimestre del año 79. La delegación de Venezuela queda en cargada de convocar y coordinar esta primera reunión. El financiamiento será solicitado a la Fundación Konrad Adenauer y a otros organismos que quieran colaborar en esta tarea.

2. Orientar esta valiosa iniciativa de la Fundación Konrad Adenauer y de la Universidad de Lima, dada la imposibilidad de agotar un tema tan rico y vastodurante las sesiones de este Encuentro, para que se continúen buscando políticas generales que permitan acercarnos a un consenso curricular que contenga criterios comunes.
3. Crear Centros Nacionales y Sub-regionales de información y documentación en Comunicaciones, que permitan el intercambio de currícula, material bibliográfico e informativo, en coordinación con CIESVAL.
4. Sugerir como tema del II Encuentro de Facultades de Comunicación Social el estudio del mercado de trabajo del Comunicador Social y la elaboración de perfil del tipo de profesional de la Comunicación Social que necesitan los países de América Latina.
5. Promover la formación de profesores a nivel de post-grado o intercambiar las experiencias que tiene cada país en torno a la materia. Fomentar así mismo el intercambio de docentes y alumnos, utilizando los recursos que a tal efecto ha ofrecido puntualmente el representante de la UNESCO.
6. Promover la formulación y promulgación de leyes que protejan el ejercicio de la profesión del Comunicador Social, en aquellos países en que no existían actualmente, y el mejoramiento y actualización de las mismas en los países que ya las tienen.

7. Orientar la creatividad del profesional de la Comunicación Social en orden a contribuir a la superación de la dependencia de nuestros países y defender - los valores de la nacionalidad, y los valores culturales de los distintos - grupos étnicos y marginados, mediante la creación de tecnologías apropiadas.
8. Promover una conciencia lingüística nacional como un recurso de defensa de - las lenguas y como expresión de la cultura propia de cada pueblo.
9. Fomentar la participación de estudiantes, profesores y egresados en el desen - volvimiento académico de las Instituciones de Comunicación Social.
10. Interesar a toda la comunidad universitaria y a los gremios profesionales de la Comunicación Social a participar en la ejecución de estas recomendaciones.

#### AREA DE INVESTIGACION

##### 1. CRITERIOS GENERALES.

Es una tarea previa y urgente de la investigación el establecimiento de un estatuto epistemológico propio de la Ciencias de la Comunicación para que esa investigación adquiera una mayor validez científica.

La Comisión considera absolutamente necesaria la investigación, concebida como una actitud permanente e integradora, para el logro de una docencia y aprendizaje competentes.

La investigación es base fundamental para la práctica profesional. No puede concebirse un trabajo en el campo de la comunicación sino como resultado de la labor investigadora.

La investigación debe dirigirse prioritariamente a la proyección social, entendida ésta como un proceso de búsqueda de la identidad latinoamericana y la promoción del desarrollo.

## 2. SELECCIÓN DE CONTENIDOS.

### Criterios.

La Universidad debe hacer énfasis en la realización de investigaciones con proyección a la comunidad.

Resulta prioritario, además, la búsqueda de información inicial básica sobre la realidad de la comunicación en nuestros países, documentación indispensable como punto de partida de la investigación.

### Recomendaciones.

Que se solicite a CIESPAL y ALAIC la recopilación y difusión de la información antes mencionada, y consiguientemente, a cada Facultad, su compromiso de suministrar a tales entidades los datos correspondientes. Lo anterior debe hacerse extensivo a las Facultades y países que no se han hecho presentes en este Encuentro.

## 3. ESTRUCTURA DEL AULA.

### Criterios.

La investigación no debe ser considerada una actividad independiente sino integrada a las actividades de la Facultad.

## 4. PARTICIPACIÓN ESTUDIANTIL.

### Criterios.

La participación estudiantil en el desarrollo de la investigación tiene su sentido fundamental en la medida en que dicha investigación forma parte del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Debe concebirse la investigación como un trabajo de equipo entre docentes y estudiantes.

### Recomendaciones.

Que se oriente el trabajo de grado hacia la participación del alumno en talleres de investigación, más que hacia la elaboración de monografías.

Que en aquellos países en donde obliga el servicio social, se canalice dicho requisito, propiciando la participación de los estudiantes en trabajo de campo.

#### 5. EVALUACION DE ALUMNOS Y PROFESORES.

##### Criterio.

La labor investigadora de profesores y estudiantes se debe evaluar de manera permanente, teniendo en cuenta objetivos, documentación, metodología, espíritu crítico y creatividad y no únicamente la simple acumulación de conocimientos.

##### Recomendaciones.

Que la participación del alumno en la unidad de investigación sea suficientemente ponderada en la evaluación.

Que la Universidad establezca mecanismos tendientes a estimular la labor investigadora del profesor, creando incentivos especiales y asignándole el tiempo requerido.

Que la unidad de investigación colabore en la contratación y evaluación del personal docente de la Facultad.

#### 6. PUBLICACIONES CIENTIFICAS.

##### Criterio.

Es necesario enriquecer el patrimonio documental de las Facultades para desarrollar la investigación, así como establecer los canales de difusión de las investigaciones que la misma Facultad realiza.

##### Recomendaciones.

Que las Facultades establezcan contactos con entidades que dispongan de documentación sobre Comunicación, tales como las asociaciones de investigación y CIESAL.

Que se solicite a CIESAL la edición de un boletín informativo sobre las distintas actividades de las Facultades.

que las facultades hagan un esfuerzo eficaz para editar una revista o boletín como medio de difusión de sus actividades científicas. El criterio de selección de este material, al igual que los libros que publique la facultad, correspondería a la unidad de investigación.

#### 7. ESTUDIOS EN RELACION CON LAS NECESIDADES DE LA COMUNIDAD.

Criterio.

Las Universidades deben aportar una respuesta científica y académica a los cambios políticos que se producen en los respectivos países.

Recomendación.

Que las Facultades busquen participar en la toma de decisiones relacionadas con políticas de comunicación, para lo cual se precisa la acción conjunta de todas las Facultades de Comunicación de cada país. Se entiende que esta participación estaría fundamentada en la investigación.

#### 8. FINANCIACION.

La Universidad debe comprometerse en el esfuerzo de autofinanciar sus investigaciones, sin perjuicio de poder establecer mecanismos para canalizar recursos, ya sea mediante la producción en otras unidades académicas o estableciendo nexos con entidades externas a ella, sin caer en situaciones de dependencia.

### AREA DE PRODUCCION

#### 1. FUNDAMENTACION DE LA PRODUCCION.

Aceptando el principio fundamental de toda enseñanza, según el cual la teoría debe ser asimilada a través de una permanente práctica, en la capacitación del futuro Comunicador, recomendamos que esta práctica se realice por

medio de la producción sistemática de recursos audiovisuales e impresos.

La producción debe tener en cuenta, en sus exigencias y en su amplitud, no sólo la formación integral del Comunicador en el manejo de todos los medios y lenguajes sino también su proyección hacia la propia universidad y hacia la comunidad.

## 2. NIVELES DE PRODUCCIÓN.

La producción en las Escuelas o Facultades de Comunicación debe desarrollarse a dos niveles:

- a. el de la formación del Comunicador, con todos los requisitos previos a la producción;
- b. el de la realización de servicios para la propia universidad y para la comunidad extra-universitaria.

Los servicios para la actividad docente y administrativa de la propia universidad, a los que se debe dar especial importancia, deberán ser proporcionados con la correspondiente metodología para su utilización.

La producción extra-universitaria, concebida fundamentalmente para obtener recurso de autofinanciamiento, debe ajustarse a estos criterios:

- a. que suponga un beneficio colectivo de tipo público y/o docente;
- b. que cubra campañas de tipo institucional, tanto a nivel privado como oficial, siempre y cuando no comprometa la autonomía de la universidad y no vaya en desmedro de sus funciones principales: investigación, docencia y extensión, y esté al servicio del desarrollo integral de la persona y de la comunidad.

## 3. RECURSOS.

Para asegurar tanto la abundante práctica de todos los estudiantes como la elaboración de recursos audiovisuales e impresos, intra y extra universidad, se recomienda:

- a. adquirir los equipos necesarios para impartir el conocimiento básico de todos los medios;
- b. aceptar el ofrecimiento de la UNESCO para la implementación de las ac

tividades y equipos de producción.

- c. utilizar, por convenio o en otras formas, instalaciones más complejas existentes en la localidad;
- d. adquirir una unidad móvil básica cuyos equipos puedan tener múltiples usos:
  - apoyo de la investigación de campo;
  - extensión universitaria y animación cultural;
  - evaluación de proyectos, etc.
- e. organizar talleres incorporados en forma permanente al currículum de la Escuela o Facultad.

#### 4. MEDIOS.

De acuerdo a la nueva designación de las Escuelas o Facultades (de Ciencias de la Comunicación, de Comunicación Social, etc.) se recomienda que tanto la enseñanza como la práctica involucren a todos los medios de comunicación.

- montajes audiovisuales,
- radio,
- televisión,
- impresos,
- y demás nuevos medios.

#### 5. METODOLOGÍA.

Al fin de conseguir la máxima eficacia en las actividades de producción, se recomienda que cada Escuela o Facultad elabore, basándose de la propia experiencia, la metodología que considere más apropiada. A manera de recomendación, sugerimos que esta metodología siga las siguientes indicaciones:

- a. análisis, que a su vez supone
  - investigación
  - definición de objetivos y metas
  - conocimiento del entorno de utilización
  - estrategias de ejecución
- b. soluciones en cuanto al mensaje (qué se va a decir)
- c. soluciones en cuanto a los medios (selección de los lenguajes y de los medios)
- d. producción (elaboración conceptual)

- e. realización (ejecución en el medio seleccionado)
- f. distribución oportuna en la comunidad
- g. utilización funcional (foros, grupos de discusión, etc.)
- h. seguimiento del proceso didáctico y administrativo
- i. evaluación.

#### 6. CRITERIO EN EL TRABAJO DE LOS ALUMNOS Y DE LOS MEDIOS.

Es oportuno distinguir tres niveles en los productos audiovisuales e impresos, realizados en las Escuelas o Facultades de Comunicación:

- a. individual: de responsabilidad exclusiva del estudiante,
- b. grupal: alumno bajo la asesoría del profesor y
- c. institucional: el personal docente y técnico de la Facultad o de otras instituciones con la participación de los estudiantes.

En todos estos niveles se debe trabajar con criterios profesionales, sin olvidar los requerimientos de aprendizaje de los estudiantes y los factores y circunstancias socio-económicos.

#### 7. PROFESORES.

Teniendo en cuenta que la producción se apoya en los conocimientos teóricos y prácticos, las personas encargadas de dirigir o asesorar la producción deben ser ante todo, personas altamente calificadas en el medio utilizado.

Esto debe también extenderse a la metodología de enseñanza, de acuerdo con los objetivos perseguidos en cada disciplina.

Los medios de comunicación y los correspondientes lenguajes están sometidos a un permanente y acelerado proceso de renovación. En consecuencia, se recomienda que las Facultades o Escuelas faciliten a los profesores su permanente actualización y perfeccionamiento.

#### 8. EVALUACION DE LA PRODUCCION.

La evaluación, necesaria en todo proceso, es absolutamente indispensable en la producción audiovisual e impresa, sujeta a la múltiple influencia de

rente todo el proceso, debe tomar en cuenta la apreciación de los profesores, la de los estudiantes y la del posible usuario.

D. TESIS.

La producción incluye también los trabajos de grado, las tesis, las investigaciones, los proyectos, etc., por lo que deben difundirse dentro y fuera de la universidad.

El nivel de las tesis y los trabajos deben responder a las exigencias requeridas por el medio elegido, y a las realidades de nuestros países.

LOS DELEGADOS ASISTENTES AL I ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL,

Considerando:

Que el Primer Encuentro Latinoamericano ha superado el éxito esperado;  
Que el cartamen ha contado con una eficiente organización y realización;

Resuelven:

Agradecer y felicitar a la Universidad de Lima y a la Fundación Konrad Adenauer, por la organización y realización del Primer Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social.

Respaldaron también esta resolución los delegados extranjeros participantes en la reunión de la OEAIC.

---

SEGURO ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE  
FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL

Lima, Perú - Del 17 al 21 de noviembre 1980

---



El II Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social se desarrolló en la ciudad de Lima entre el 17 y el 21 de noviembre de 1980, y fue organizado por la Universidad de Lima y la Fundación Konrad Adenauer.

En dicho Encuentro participaron decanos y profesores universitarios en representación oficial de Universidades de Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, México, Panamá, Paraguay, Uruguay, Venezuela y Perú.

Así mismo se contó con la asistencia de representantes de la Asociación Centroamericana de Facultades de Comunicación Social, Consejo Nacional para la Enseñanza de las Ciencias de la Comunicación de México (CONECC), Asociación Brasileña de Enseñanza de la Comunicación (ABEFC), Comisión para los medios de comunicación social del episcopado argentino.

Finalmente asistieron también invitados fraternales como el Centro de Teleeducación de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

1870  
The first of the year  
was a very successful one  
and the business was  
very good.

The second of the year  
was also very successful  
and the business was  
very good.

The third of the year  
was also very successful  
and the business was  
very good.

The fourth of the year  
was also very successful  
and the business was  
very good.

CONSIDERACIONES Y RECOMENDACIONES

I. CRITERIOS Y RECURSOS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL DEL COMUNICADOR SOCIAL EN LAS UNIVERSIDADES DE AMÉRICA LATINA Y PROBLEMATICA DEL MERCADO DE TRABAJO.

-- El perfil profesional no refleja actualmente con suficiente nitidez, la amplitud y profundidad que cubre el campo de la Comunicación Social. El perfil actual se restringe, fundamentalmente, a la producción y difusión de mensajes, y en general al manejo técnico de los canales de difusión masiva, descuidando otras áreas de estudio y práctica de la Comunicación Social.

-- La definición del perfil del profesional del comunicador social no posee la claridad y consistencia que caracterizan al de disciplinas más clásicas. Esto dificulta la determinación de incumbencias que le son propias.

-- En la mayoría de los casos la imagen está teñida de un énfasis teoricista que dificulta el ingreso a las fuentes ocupacionales y el desempeño inicial de la profesión, junto a egresivos o comunicadores formados en otros niveles.

-- La naturaleza y estructura actual de los medios de comunicación y de otras áreas de práctica profesional, de los comunicadores le confiere a éstos una imagen de ejecutores de las decisiones tomadas por directivos, que carecen de formación académica en la disciplina.

-- Es tal la variedad de necesidades y recursos de comunicación, son tan diversos los fines y las situaciones comunicacionales y tan distintos los grados de desarrollo de los países y regiones, que resulta difícil configurar una sola imagen profesional del comunicador que sea relativamente estable y válida, aun en el ámbito interno de cada nación. De cualquier manera, el diseño de un perfil básico del profesional de la comunicación social es un objetivo reclamado desde perspectivas educacionales, empresariales y gremiales de latinoamérica. No hay que olvidar que teniendo a la vista un modelo suficientemente rico y dinámicamente actualizable, es factible el ajuste sin interrupciones de un proceso que, además de promover el desarrollo de la propia comunicación social como disciplina, influya en materia de orientación vocacional y selección profesional, en la formación y perfeccionamiento de quienes la estudian y ejercen, en la decisión de los empleadores y en la gestión representativa que desempeñan las asociaciones profesionales.

-- Debido a la inadecuación entre el perfil y la práctica profesional antes

referida, recomendamos que

Además de la preparación de profesionales en el nivel de la comunicación colectiva, que hasta ahora ha dominado la preocupación de las Universidades latinoamericanas, deben desarrollarse también programas de estudio y formación en los distintos niveles de la comunicación.

Los niveles de la comunicación que distinguimos son:

- a. Comunicación intrapersonal. Corresponde al proceso mediante el cual la información que procede del medio ambiente (incluyendo otras personas) es transformada por un individuo en patrones y pautas complejas de pensamiento, es decir, es "procesado" y la forma como esos patrones y pautas se convierten en conducta manifiesta.
- b. Comunicación interpersonal. Es decir, el proceso por el cual las personas nos relacionamos intencionalmente unas con otras, diádicamente o en pequeños grupos, incluyendo la forma como estructuramos las relaciones, las funciones que éstas desempeñan, las transacciones que ocurren y los efectos que producen.
- c. Comunicación organizacional. Este nivel corresponde a la estructura y flujo informativo-comunicacionales que se diseñan y que ocurren en el interior de organizaciones complejas creadas por el ser humano para alcanzar fines específicos de producción o servicio.
- d. Comunicación institucional. La cual se identifica con los procesos por los cuales las instituciones se relacionan tanto con sus públicos específicos como con la opinión pública en general con el propósito de facilitar el logro de objetivos comunes.
- e. Comunicación colectiva. Conceptualizada de múltiples maneras pero que en síntesis se refiere a la estructuración, funcionamiento y control de redes sistemas o instituciones dedicadas a la producción y difusión de mensajes dentro de un sistema social, ya sea por canales tecnológicos y financieramente complejos y con alto grado de centralización o por medios alternativos de difusión.
- f. Comunicación intercultural o internacional. Este último nivel se entiende como el proceso de relación e interacción entre miembros de culturas o naciones distintas, considerando especialmente y tratando de resolver las diferencias de lengua, valores, costumbres, percepciones, expectativas otras

que tiendan o a dificultar la aceptación o la comprensión.

Se requiere tanto en la formación del comunicador como en el ejercicio de su profesión, y también como tema específico de investigación, un estudio serio y renovado de los avances tecnológicos de sus implicaciones en todos los niveles de comunicación señalados.

En el diseño de futuras especializaciones o aún programas de licenciaturas deberá considerarse estos seis niveles para lograr una estructuración más abarcadora de las posibilidades de formación profesional.

Para cada uno de esos niveles deben implementarse programas de estudio y de formación profesional en cuatro áreas distintas: la teoría, la investigación (tanto básica como aplicada), la planificación y la realización o producción, y no sólo en esta última que hasta ahora es la que ha tendido a prevalecer.

En todos los niveles y áreas, y superando la especialización en el manejo de técnicas de producción y difusión de mensajes, aunque sin despreciarla, debe capacitarse a los alumnos en la utilización de estructuras, redes, técnicas y procesos de comunicación para contribuir a resolver problemas sociales. Es decir, debe haber una mayor especialización en la resolución de problemas sociales a través de la comunicación que en el simple manejo finalista de los medios.

Especialmente, debe capacitarse a los nuevos comunicadores sociales para que puedan contribuir en el logro de metas y objetivos de desarrollo nacional integral en cada sociedad latinoamericana, de acuerdo con nuestras necesidades, prioridades, objetivos y características.

Acerca de otros temas debatidos se llega a las siguientes consideraciones y recomendaciones:

El diseño curricular debe ser un proceso que tienda a satisfacer las necesidades de comunicación específicas de cada región, y que promueva el aprovechamiento de los recursos y tienda al desarrollo de la comunicación social.

El diseño del currículo preferiblemente debe realizarse consultando a los más representativos y diversificados sectores de cada sociedad.

En el diseño e implementación del currículo debe seguirse un enfoque sistémico de manera que integre y de congruencia a las diversas materias entre sí

y éstas con el ejercicio profesional.

-- Las materias que procedan originalmente de otras disciplinas deben incorporarse al currículo de forma tal que prevalezcan la problemática y la preocupación del comunicador y no la de la disciplina de origen.

-- Consideramos necesario que en el proceso de enseñanza-aprendizaje se busque una adecuada transferencia de los conocimientos técnicos a situaciones reales.

-- Creemos recomendable otorgar una adecuada capacitación docente a los profesores de extracción empírica o procedentes de otras disciplinas.

-- Se hace necesario el desarrollo de una didáctica aplicada a la comunicación social, que atienda de manera específica a la naturaleza de cada una de sus especialidades.

-- Es deseable que los docentes cuenten con el mayor tiempo de dedicación posible, pero de tal manera que ello no impida un adecuado contacto experiencial con la realidad profesional.

-- En las discusiones se expresó enfáticamente el deseo de que el personal académico de las instituciones sean contratados bajo condiciones de estabilidad y seguridad laboral.

A cerca del papel de la investigación se llegó a las siguientes consideraciones y recomendaciones:

-- Se consideró prioritario el que las Universidades promuevan e incrementen la realización de investigaciones tanto básicas como aplicadas, teniendo en cuenta que la ausencia de las mismas va en detrimento tanto de la docencia como en la aplicación de la investigación a situaciones reales en América Latina.

-- Especialmente se expresó el convencimiento de que debe fomentarse la realización de investigaciones que contribuyan a la creación de un conocimiento científico sobre la realidad comunicacional latinoamericana que exprese nuestras propias características y prioridades.

-- Igualmente se manifestó el convencimiento de que también es necesario realizar investigaciones cuyo objetivo sea el de adaptar o adecuar a la realidad socio-económica política de América Latina, el conocimiento científico generado sobre procesos de comunicación en contextos sociales distintos.

-- Los miembros de la Plenaria también se manifestaron a favor de que, como parte del proceso E-A se promueva también, como se estableció en las conclusiones del Primer Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social-- la realización de proyectos de investigación, cuyo método es la esencial de apoyo y aplicación de las actividades docentes.

-- Así mismo, se indicó también la conveniencia de diseñar proyectos de investigación que simultáneamente sirva de apoyo académico y de contribución original al conocimiento científico y que, con el fin de optimizar recursos y de enriquecer la propia investigación con la experiencia docente, dichos proyectos sean realizados en forma conjunta por profesores y alumnos de diversos cursos y aún de distintas disciplinas dentro de una misma Universidad.

-- Especialmente se recomendó que se promueva activamente la realización conjunta de investigaciones, entre distintas facultades de un mismo país, y sobre todo de distintos países de la región. En este sentido, se señaló que una función que debería desempeñar una Asociación Latinoamericana de Comunicación Social, sería la de convertirse en canal de información sobre las investigaciones que se realizan en las distintas facultades, y en un mecanismo de coordinación para la realización de investigaciones conjuntas.

-- Los miembros de la Plenaria recalcaron en primer lugar la necesidad de defender la libertad de cátedra e investigación, expresaron igualmente la conveniencia de que cada facultad determine una política propia de investigación que atienda sobre todo a la resolución de las principales necesidades de conocimiento, y de aplicación de dicho conocimiento, que presente su propio entorno social inmediato.

Acerca de la función universitaria de extensión o servicio se llegó a las siguientes consideraciones y recomendaciones:

No se concibe a la comunicación como el único factor, ni aún como el factor determinante en la producción de efectos en la sociedad ni en la resolución de los problemas sociales. Sin embargo, estamos convencidos de que la comunicación es un factor contribuyente y necesario en la producción de casi cualquier efecto que se desee en la sociedad y en la resolución o mejoramiento de casi cualquier problema social. Así, la implementación exitosa de un programa de desarrollo comunitario, o de desarrollo económico, político o social a nivel nacional; la ejecución de una campaña de higiene comunitaria, de planificación familiar o de modificación de hábitos de consumo, son ejemplos de urgentes y prioritarios pro-

bienes sociales en casi todas las sociedades latinoamericanas cuya solución o mejoramiento jamás podrá producirse sólo como efecto de una campaña de comunicación, pero los cuales tampoco jamás podrán afectarse en la dirección deseada en ausencia de procesos comunicacionales. Toda intervención de Procesos comunicacionales para la resolución de problemas sociales debe estar regida por un enfoque interdisciplinario.

— El servicio social no se reduce a un requisito formal y constituye una oportunidad para que el universitario corresponda a la sociedad la educación que recibe. Los miembros de la Comisión recomendaron que, en la mayor medida de lo posible, dicho servicio se coordine con los programas de extensión y servicio de la universidad.

Acerca de la bibliografía se consideró y recomendó:

— Que una asociación latinoamericana de facultades de comunicación social u otras organizaciones ya existentes debe fijar entre sus objetivos el relevamiento, clasificación y difusión sistemática de información relacionada con el patrimonio y las novedades bibliográficas sobre comunicación social.

Acerca de la relación entre el perfil profesional, la orientación vacacional y la selección de los estudiantes se consideró y recomendó que:

— Es necesario que cada facultad defina, con la mayor precisión posible, el perfil profesional del comunicador social que quiere formar, para que con base en ello pueda orientar de manera más adecuada a los estudiantes y reducir la incertidumbre que hoy predomina acerca de la naturaleza de sus estudios y de su futuro desempeño profesional.

— Infronte dicha definición del perfil se consideró necesaria para facilitar y optimizar el proceso de selección de estudiantes.

Por consiguiente dicha selección debe permitir detectar y valorar el tipo de conocimientos, habilidades, aptitudes y predisposiciones que son necesarias en un estudiante, para que pueda cursar satisfactoriamente una carrera de comunicación.

El grupo consideró que la particular situación de cada país impide dar una respuesta generalizada sobre la inserción del comunicador social en el mercado de trabajo.

a. No se hallaron elementos de juicio suficientemente confiables para anali-

zar el estado actual y las tendencias a corto y mediano plazo de la demanda de profesionales en el área de la comunicación social.

Por lo tanto se recomienda:

1. Que se realice una misma investigación en cada Facultad.
2. Que este diseño de investigación sea elaborada por un país, quien lo enviará a las distintas Facultades de la Asociación Latinoamericana... y posteriormente tabulará sus resultados para su presentación en el III Encuentro.

b. Respecto a la acogida que encuentra el profesional egresado en el mercado de trabajo, el grupo carece de datos suficientemente reales y recomienda que se obtenga a partir de la investigación propuesta, recomendándose además un seguimiento sistemático de los egresados y las características de su inserción en el mercado.

c. Se encontró una marcada tendencia a la formación de los comunicadores para los medios masivos, dejando de lado otras ramas que esta disciplina posee: medios alternativos no masivos, audiovisuales, impresos e interpersonales. La Plenaria pone de manifiesto la importancia de estas otras formas de comunicación detectando la aparición de posibles mercados de trabajo para los egresados y comunicadores en centros de comunicación popular, de capacitación, producción e investigación, empresas públicas o privadas, fundaciones, etc.

A partir de este reconocimiento es importante que las facultades establezcan contacto con dichos centros de trabajo para que los estudiantes y egresados puedan realizar prácticas en ellos, o insertarse profesionalmente en su realidad, proyectándose a la comunidad con un sentido transformador.

El Plenario recomienda asimismo la actualización permanente de los Planes de Estudio para su adecuación a los nuevos instrumentos tecnológicos de comunicación.

d. El Plenario insiste en recordar la necesidad de seguir implementando las recomendaciones formuladas en el I Encuentro.

Se propone asimismo la creación de un Plan de Becas dirigido a la formación de comunicadores cuya acción se desarrolla en beneficio de los sectores marginados o geográficamente aislados.

Se entiende que la Universidad debe mantener contacto constante con los

profesionales en actividad y organizar cursos de actualización o nivelación para los mismos.

Igualmente recomiendo el incremento del intercambio de profesores, estudiantes y material de enseñanza entre las diferentes facultades de la Asociación.

La Universidad tiene la misión de preparar Comunicadores que, con una profunda formación humanística, ética, estética científica, y un alto nivel técnico acorde a las necesidades del mercado, influyan en la sociedad por su capacidad de crítica, análisis y creatividad.

Los nuevos comunicadores sociales deben atender a las necesidades y carencias de grandes sectores hoy marginados de la población latinoamericana y, específicamente, a la necesidad de desarrollo nacional y cambio social que acusan nuestras sociedades.

Asimismo, deben estar capacitados y concientizados para contribuir real y efectivamente a la superación de los actuales desequilibrios estructurales que presenta la comunicación social, tanto intra como internacionalmente, sobre todo en lo referente a la concentración de la propiedad de los medios de comunicación y su conversión en instrumentos casi exclusivos de la obtención de lucro en desmedro de su función social, situación que ha dado lugar a la formulación de un llamado mundial por el establecimiento de un nuevo orden internacional de la información y la comunicación.

Más específicamente, recomendaro:

1. Que los currículos de las escuelas y facultades de comunicación social de América Latina incluyan materias específicas y directamente enfocadas a la comprensión de esta problemática por parte de los estudiantes y, consiguientemente, a que estos puedan en el futuro, como comunicadores sociales, intervenir en ella de modo que puedan contribuir a transformarla.
2. Que las escuelas y facultades de comunicación social de América Latina manifiesten un compromiso, traducido en programa y acciones concretas, con esta problemática que aqueja a las sociedades latinoamericanas, particularmente a sus grandes mayorías hoy marginadas.
3. Que las escuelas y facultades de comunicación social de América Latina, en la medida en que la situación política de sus respectivos países lo permita y acorde con una amplia concepción democrática, contribuyan en forma di

recta y comprometida en la definición y formulación tanto de políticas nacionales de comunicación como de la estructuración de un nuevo orden nacional e intencional de la información y la comunicación.

4. Que las escuelas y facultades de comunicación social de América Latina consideren que el perfil del comunicador sea una búsqueda permanente de adecuación a la realidad, tomando en cuenta el esfuerzo que investigadores y teóricos latinoamericanos están realizando en la consecución de una teoría crítica de la comunicación.

## II. STATUS PROFESIONAL Y PROBLEMÁTICA LEGAL Y CREDENCIAL DEL COMUNICADOR EN AMÉRICA LATINA.

### 1. STATUS PROFESIONAL.

#### 1.1 Cuadro de Situación General y Recomendaciones Parciales.

1.1.1 No existe un reconocimiento de la profesión del comunicador en el área laboral. Se registran excepciones circunstanciales en algunas actividades, tal como surge del cuadro de evaluación adjunto.

1.1.2 Aparte de las diferencias propias de cada medio de comunicación social, la imagen del comunicador dependerá de la filosofía implícita en la acción profesional: o su responsabilidad social o se convierte en técnico al servicio de la "industria del ocio".

1.1.3 Los factores que provocan la inestabilidad de su acción profesional son múltiples y responden a desfases que se detectan en las áreas de formación, producción/emisión y percepción.

#### 1er. Desfase: Formación-Producción/Emisión

Los egresados en áreas de comunicación social son formados de acuerdo a requerimientos académicos no siempre acordes con las necesidades de los MCS, reconociendo que estos difícilmente cubren las auténticas aspiraciones de la audiencia. El rol de los profesionales consiste en emplear los MCS para que cubran esas necesidades reales

del perceptor.

Propuesta de corrección para el 1er. Desfasaje:

Los egresados en MCS deben tirar conciencia de que responsabilidad social se inicia con su ingreso o acción en determinado medio. Su actividad profesional no es conclusión, es principio. Por lo tanto, deben instrumentarse sistemas de perfeccionamiento post-gradado permanentes que les permitan una continua actualización. Así mismo, las MCS deberán propiciar convenios con los distintos MCS para que los alumnos más avanzados puedan realizar sus prácticas profesionales con una perspectiva laboral concreta.

2do. Desfasaje: Producción/Inmisión-Receptor

".....Debemos denunciar el control de los medios de comunicación social y la manipulación ideológica que ejercen los poderes políticos y económicos que se empeñan en mantener el status quo y aún en crear un orden nuevo de dominancia-dominación o, al contrario, en subvertir este orden para crear otro de signo opuesto. La explotación de las pasiones, los sentimientos, la violencia y el sexo con fines consumistas, constituyen una flagrante violación de los derechos individuales. Igual violación se presenta con la indiscriminación de los mensajes, repetitivos o subliminales, con poco respeto a la persona y principalmente a la familia" (Documento de la Conferencia Episcopala Latinoamericana, Puebla, 1979).

Propuesta de corrección para el 2do. Desfasaje:

Deben instrumentarse cursos de extensión destinados a despertar la conciencia crítica del perceptor, con el objeto de compatibilizar los objetivos nacionales de desarrollo con la crisis de mensajes.

3er. Desfasaje: Formación/Receptor

No se advierte una relación formal estable entre el profesional y los MCS que mediatizan su contacto con el receptor. Este contacto sí se comprueba en forma mucho más intensa en los niveles de comunicación grupal o individual.

Propuesta de corrección para el 3er. Desfasaje:

Las MCS intensificarán las investigaciones sociales que prueban  
... con el objeto de que

del mercado del comunicador social y sobre la movilidad o poca permanencia de los egresados en los puestos que ocupan.

-- Que las escuelas de comunicación (medio académico) busquen con carácter permanente una integración con las entidades de profesinistas (medio profesional).

#### ACUERDOS FINALES.

Los delegados de las Universidades y Asociaciones Nacionales miembros de FELAFACS acordaron lo siguiente:

1. Otorgar a la Universidad Federal de Santa Catarina (de la ciudad de Florianópolis, estado de Santa Catarina - Brasil), la sede del IV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, evento que debe efectuarse en la primera quincena del mes de octubre de 1983. ANEPEC deberá figurar como miembro organizador de dicho evento.
2. Efectuar en Brasil con ocasión de dicho Encuentro, la Primera Asamblea regular de FELAFACS.

#### LOS DELEGADOS ASISTENTES AL III ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL.

Considerando:

Que el Tercer Encuentro Latinoamericano ha superado el éxito esperado;

Que el certamen ha contado con una eficiente organización y realización;

Resuelven:

Agradecer a la UFPA, ENIT Acacián y al CONLICC por la organización y realización del III Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social.

Agradecer a la Fundación Konrad Adenauer y a la UNESCO por el apoyo brindado para

de un una propuesta sobre la cual profesores y alumnos deberán trabajar, a fin de que se constituya en una expresión de satisfacción de intereses e inquietudes comunes.

De otro lado, y a partir de la realidad política, social y económica de cada país, las instituciones de enseñanza superior en Comunicación Social deberán poner en práctica o sus currículos a través de metodologías de enseñanza-aprendizaje que enfatizan la participación, su vinculo con la realidad, el considerar al estudiante como eje del proceso, el buscar formas de estímulo a la creatividad, el incluir en el proceso de aprendizaje a la persona como totalidad, procurando evitar la parcelación del conocimiento en comportamientos estances, como un proceso dinámico integral.

A manera de ejemplo recomendamos el uso de algunas prácticas tales como la dinámica de grupo, técnicas para desarrollar el pensamiento creativo y la técnica teatral como una forma de investigar, crear y recrear la realidad.

Otra forma en que las universidades, facultades, escuelas o programas han fragmentado la realidad es a través de la separación de las funciones de docencia, investigación y extensión. Sugierimos en este aspecto propender al conocimiento integral con la organización del quehacer académico en torno a "problemas".

En este sentido, si las escuelas o facultades como instituciones abordan los problemas de la realidad a través de la investigación, la docencia, la producción, la extensión, no son más que articulaciones de un quehacer universitario que se centra en el eje investigativo.

#### 4. MESA DE TRABAJO: JUZGAMIENTO PROFESIONAL.

Conclusiones y recomendaciones.

--- Se recomienda que IFLAELCS nombre una comisión que siga de cerca los trabajos e interpretaciones que se hagan en América Latina respecto al establecimiento de un Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación.

--- Se sugiere hacer un estudio más amplio sobre la relación ocupacional de los egresados de las escuelas y las expectativas de los estudiantes.

--- Se sugiere hacer en cada uno de los países un estudio sobre la realidad

A nivel de superencia, la Mesa de Trabajo presentó los siguientes puntos:

--- Se sugiere que el título de Licenciado en Comunicación Social en las escuelas de América Latina, defina al profesional que es capaz de operar los niveles de investigación, planeamiento y evaluación de la comunicación social.

--- Que el IV Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social se encuentre en el estudio de una metodología y didáctica para la enseñanza de las Ciencias de la Comunicación.

### 3. MESA DE TRABAJO: PRACTICA EDUCATIVA.

Conclusiones.

Entendemos por "prácticas educativas" de las facultades, escuelas y programas académicos de Comunicación Social, el conjunto de actividades institucionales (estén o no previstas en el currículum) que llevan a cabo los diferentes miembros de esas instituciones y que inciden en el aprendizaje de la Comunicación Social por parte de los alumnos.

Hacemos diferencias entre "currículum" y "prácticas educativas" sólo con fines de análisis, ya que en realidad ambos constituyen una unidad indisoluble y son codeterminantes. Tan es así que es posible encontramos con currícula progresistas y prácticas neoletradas, como también sucede que a currícula tradicionales se aplican prácticas educativas innovadoras.

En términos generales observamos en las facultades, escuelas y programas académicos de Comunicación Social en América Latina una incoherencia entre currícula y prácticas educativas, pues aún cuando los objetivos y programas propenden a una formación en comunicación y para la comunicación, según un discurso sobre la comunicación participante, que manifiestan la mayoría de las escuelas, la forma de impartir la docencia o las prácticas educativas son por lo general autoritarias, no dialógicas y no participativas. Dada esta contradicción, nos permitimos recomendar formas de comunicación institucionales participativas y horizontales que fomenten el consorcio y la discusión del currículum de las carreras de comunicación social por parte de alumnos y profesores.

Lo anterior significa que los currícula deberían --en lo posible-- constituir

- La enseñanza o aprendizaje sólo tendrá sentido si contempla un continuo proceso de interacción en el medio social a partir de las prácticas de taller.
- Establecer convenios de co-educación o intercambio de obras especializadas en comunicación social que permitan satisfacer las necesidades de nuestros países y contribuyan a suplir otras preparadas para realidades distintas.
- En la formación de comunicadores, debería tenerse en cuenta la capacitación en formas de comunicación alternativas.

3. MESA DE TRABAJO: DISEÑO CURRICULAR.

Recomendaciones y sugerencias.

- Que se atribuya carácter prioritario a la reflexión epistemológica en las carreras de Comunicación Social, a fin de perfeccionar la definición del objeto y de los modos específicos de operación del comunicador, para diseñar los currículos a partir de esa base, haciendo confluir en la situación académica, la teoría epistemológica de la disciplina con la teoría de la personalidad.
- Que las actividades curriculares propendan a que el alumno adquiera los modos de operación específicos, más que los contenidos de la ciencia que aprende.
- Que la formación ética sea inherente a todas las asignaturas del Plan de Estudios. Sin embargo, se considera importante dedicar un tiempo específico a la reflexión sobre diferentes corrientes éticas, que permitan al alumno asumir su propia posición.
- Que se ponga énfasis en el dominio del idioma y de las disciplinas de la comunicación.
- Que el currículum lleve a formar profesionales altamente calificados, capaces de analizar y opinar sobre problemas vitales.
- Que el currículum propicie la formación de profesionales capaces de participar en procesos de comunicación alternativa.
- Que tanto FILSAFOS como sus miembros, estudien la posibilidad de implementar cursos de reciclaje como alternativa para la actualización profesional.

de avanzada ya operantes (telestática-cibernética) para un futuro mediano.

-- El trabajo de revisión y reflexión se torna inútil si no se insiste en el camino de la investigación.

#### Recomendaciones:

-- Determinar el tipo de comunicador que se quiere formar. ¿Quién es? y ¿qué necesidades va a satisfacer?

-- Contemplar las necesidades sociales con la visión que demanda cada país; marco económico y socio-político.

-- Promover y estimular la investigación en comunicación social.

-- Diagnosticar las necesidades sociales que se relacionan con los procesos de comunicación.

-- Que la comunicación no sea un fin en sí misma, sino que esté orientada - hacia la búsqueda de soluciones que contemplen las necesidades sociales específicas y prioritarias tales como salud, educación, etc.

-- Enmarcar la comunicación en un proceso de descolonización.

-- Establecer planes de trabajo que integren a maestros y alumnos en la investigación de las necesidades que plantea el desarrollo teórico-práctico de la comunicación en un marco social.

-- Promover la formación básica de docentes con énfasis en las áreas metodológicas y técnicas de la investigación.

-- Sensibilizar la conciencia del docente, para que se responsabilice con la práctica educativa.

-- Responder a las necesidades sociales con una capacitación que permita un trabajo eficaz de los profesionales.

-- Las escuelas de comunicación de América Latina deben hacer un esfuerzo conjunto para contribuir a resolver su preocupación común: el proceso de liberación a nivel cultural, económico y político, así como discutir, analizar y denunciar el deterioro de los intereses nacionales por la forma autoritaria como van siendo adoptadas las nuevas tecnologías en el campo de la comunicación.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LAS SESIONES DE TRABAJO APROXIMADAS EN LA REUNIÓN PLENARIA FINAL DEL III ENCUENTRO LATINOAMERICANO.

1. ALSA DE TRABAJO: NECESIDADES SOCIALES.

Conclusiones.

- Actualmente los medios desincentivan, promueven el consumismo y ofrecen en tratamiento como vehículo de imposición de ideologías.
- La comunicación está relacionada con formas políticas dominantes.
- Las nuevas tecnologías tienden a generar dominación y dependencia.
- En general, los planes de estudio no corresponden a las necesidades sociales en las áreas de información, cultura, educación.
- Frecuentemente se ha caído en el tecnicismo y la adquisición de pseudo-conocimiento, lo que lleva en consecuencia a una desprofesionalización.
- Actualmente los planes de estudio son poco homogéneos, por lo que forman profesionales con ópticas excesivamente diversificadas.
- No hay programas adecuados para la formación de docentes.
- Las diversas corrientes se centran más en la defensa de sus postulados que en formas alternativas de conceptualizar la realidad.
- Las escuelas preparan a los estudiantes con un exceso de tecnicismo y -criticismo y en consecuencia producen profesionales que no responden adecuadamente a las necesidades sociales.
- En la formación profesional se tiende a ignorar al receptor y sus necesidades en el proceso de comunicación masiva.
- Hay excesiva preocupación por el método en detrimento de prácticas que -orienten hacia la percepción y sensibilización de la realidad.
- Los estudios de problemas sociales concretos deberían dar mayor énfasis al diagnóstico comunicacional.
- El aprendizaje de la comunicación debe referirse, necesariamente, al medio social en el que se inscribe, con sus necesidades y características.
- La problematización de lo social se presenta de manera casi idéntica a -debe correlacionarse con el tratamiento de las tecnologías

del gremio en la región, y mucho menos de una evaluación cualitativa de su distribución, su solvencia profesional o su desarrollo.

Siendo el ejercicio profesional la meta de la formación universitaria, sus condiciones no surgen solamente de ésta, sino que están determinadas por la interrelación de muchos factores que rebasan el ámbito de lo estrictamente universitario. Sin embargo, las características de este ejercicio, en relación con la práctica educativa y con las necesidades sociales son un elemento imprescindible tanto para el diseño como para la evaluación de los currículos. De ahí que importa mucho saber cuántos egresados ejercen plenamente su profesión, cuántos están desempleados y subempleados y porqué? ¿Cómo se distribuyen los profesionales de la comunicación geográficamente y por sectores económicos en los que trabajan? ¿Cuáles prácticas profesionales se pueden considerar tradicionales, y cuáles emergentes? ¿Qué tipo de factores determinan principalmente la inserción de los egresados en el campo de trabajo? ¿Qué necesidades de estudios de especialización, actualización o post-gradúo se detectan, y en qué líneas? ¿Qué opinión tienen los egresados universitarios de su formación? ¿Qué alternativas de trabajo han generado los egresados y en razón de qué motivos? ¿Qué papel juegan las facultades en las asociaciones profesionales, y viceversa? ¿Cómo valoran los egresados las necesidades sociales en el campo de la comunicación y qué tan amplia es su perspectiva? ¿Qué tanto interesa a las facultades y a los egresados que éstos se conviertan en profesores y qué obstáculos se presentan?

Este documento no pretende sino ubicar la temática propuesta para el Encuentro. Por supuesto, no trata de ser limitativo, reduccionista o exhaustivo. La intención es proponer, como punto de partida, una serie de preocupaciones más o menos comunes en Latinoamérica para suscitar la participación de todos los asistentes al Encuentro y contribuir al logro de sus objetivos en un marco de comunicación, abierta, participativa, profunda y fraternal. Si contribuye, en su medida, a que esta comunicación se dé, habrá cumplido su propósito.

nes y en función de las necesidades sociales, los valores subyacentes, las condiciones del mercado de trabajo? ¿Cuál es la concepción teórica prevaleciente en los currículos? ¿Quiénes participan y cómo en la evaluación de objetivos y planes de estudio? ¿Qué relación existe entre el diseño curricular y los recursos disponibles para ponerlo en práctica? ¿Qué dificultades específicas se encuentran para la elaboración y evaluación del currículum? ¿Cuál es el perfil del comunicador social implícito en cada diseño curricular? ¿El currículum restringe o abre alternativas al ejercicio profesional? ¿Cuáles alternativas se exploran y cuáles se privilegian y por qué? ¿Qué limitantes se enfrentan en el diseño curricular?

c. La práctica educativa: Indudablemente, un diseño curricular puede ser llevado a la práctica de muchas maneras distintas, algunas de ellas alejadas e incluso opuestas a los objetivos pretendidos. Así como la formación de profesionales no modifica directamente la realidad social, el diseño curricular no forma profesionistas si no es a través de la práctica cotidiana. Por ello es de suma importancia reflexionar sobre este punto respecto a la formación de comunicadores sociales en América Latina.

¿Cuántos profesores y alumnos conocen y comparten a fondo el diseño curricular de su facultad? ¿Qué características metodológicas prevalecen y qué tan adecuadas son éstas al diseño curricular? ¿Qué actitudes predominan respecto a la comunicación social, las necesidades sociales, la práctica profesional, la formación universitaria? ¿Las actividades de enseñanza y aprendizaje se realizan en un clima de comunicación impositiva o participativa? ¿Cómo se aprovechan los recursos disponibles y se sustituyen los faltantes? ¿Qué intercambios se fomentan con otras instituciones? ¿Qué proporción numérica existe entre profesores y alumnos, entre alumnos y laboratorios, entre estudiantes y volúmenes en la biblioteca? ¿Qué tipo de investigación se realiza y con qué resultados? ¿De qué medios de comunicación interna y externa se dispone? ¿Con qué criterios se recluta el personal docente y qué programas existen para capacitarlos?

d. El ejercicio profesional: De los cuatro aspectos analizados, el ejercicio profesional es el que cierra el ciclo, ya que, siendo en buena medida un resultado de la práctica educativa, y a través de ésta, del diseño curricular, revierte su acción incidiendo sobre las necesidades sociales y dota de sentido a la actividad formativa universitaria. Hasta ahora, el ejercicio profesional de los comunicadores sociales latinoamericanos es el aspecto me-

la carencia o insuficiencia de servicios profesionales que satisfagan un género determinado de necesidades sociales. Estas necesidades pueden ser generales, mayoritarias o específicas de un estrato de la sociedad; primarias y vitales, o bien superfluas y secundarias; definidas como de atención urgente o dependientes de otros aspectos de la vida social; nacionales o regionales; económicas, políticas, culturales, educativas o biológicas; muy especializadas o muy difusas; de corto, mediano o largo alcance, etc.

Aquellas de estas necesidades que en un momento dado son definidas y reconocidas socialmente, constituyen el campo de acción de una profesión y alrededor de ellas se instituye un mercado de trabajo, en el cual se concretiza la demanda efectiva de profesionistas que desempeñen ciertas funciones para satisfacer esas necesidades. Pero esta mecánica de mercado, sujeta al control de intereses minoritarios de mayor parte de las veces, no garantiza que las necesidades sociales más profundas o generales sean abordadas por aquellos sujetos con formación universitaria, que se suponen los mejor preparados.

En el campo de la comunicación social en América Latina la situación al respecto parece ser especialmente confusa. ¿A la satisfacción de qué necesidades sociales se orienta la formación de comunicólogos y comunicadores sociales? ¿Cómo y quién define esas necesidades? ¿Cuáles son los resultados obtenidos hasta ahora? ¿Cuáles son las condiciones específicas en cada país, en cada facultad, para determinar esta orientación? ¿Hasta dónde las necesidades no atendidas presionan a las instituciones? ¿En qué grado es eficiente la satisfacción de las necesidades atendidas? ¿Qué posibilidades existen para ampliar el mercado de trabajo reconocido actualmente? ¿Qué obstáculos limitan la consideración de las necesidades sociales como factor determinante de la acción educativa?

b. El diseño curricular: En el currículum académico de una institución educativa se articulan cuatro factores: una concepción teórica del objeto de estudio; una valoración específica de las necesidades sociales a satisfacer una estimación de las condiciones del mercado profesional en un futuro próximo; y un reconocimiento de los recursos disponibles. De esta articulación surgen objetivos, planes de estudio, metodologías, series de asignaturas, programas de investigación, requisitos de servicio social y de opción terminal, actividades de enseñanza-aprendizaje, experiencias profesionales, etc. En los programas latinoamericanos de Comunicación Social cabe preguntar:

¿Sobre qué bases se establecen los currícula? ¿Cuáles son los factores prio-

sión de la realidad circundante.

3. Cuando se trata de la Comunicación Social como objeto de estudio, resaltan de inmediato las características condicionantes: la dispersión teórica vigente todavía en el campo, y la tensión que esta inmadurez científica establece con un conjunto contradictorio de prácticas sociales. De esa tensión surge la dinámica histórica que ha definido como objeto de estudio a precisiones cada vez más amplias de la vida social: del Periodismo a los Medios Colectivos de Información, de ahí a la Comunicación Social en general; en seguida a la Comunicación Humana en la totalidad de sus manifestaciones, etc.
4. Más allá, y como clave subyacente en los debates epistemológicos, teórico-metodológicos o pedagógicos, la formación de comunicadores sociales no puede ya limitarse al análisis de sus condiciones en América Latina, como si la realidad del continente fuera aislable de la historia global. Por ello se considera esta formación en función de la problemática de la región y se aborda la perspectiva de los comunicadores sociales para América Latina, en cuanto a - que son formados en este suelo, pero sobre todo, con el fin de que incidan directamente en la realidad comunicacional vigente.
5. Desde esta perspectiva, es importante describir sistemáticamente el estado actual de la cuestión y su trayectoria histórica, con todas sus disparidades y coincidencias, con sus logros y limitaciones, en sus diversas articulaciones con realidades sociales no siempre análogas de país a país. Pero más importante aún es que, a partir de ese análisis de la formación de comunicadores sociales para América Latina en este momento, se puedan determinar las tendencias más marcadas en su desarrollo y se posibilite la generación de alternativas que acerquen más a lo deseable las prácticas sociales de la comunicación en el continente en el futuro próximo. De esta visión prospectiva se desprende la propuesta del tratamiento de la temática en una triple dimensión: Realidades, Tendencias y Alternativas.

Por otra parte, la formación de comunicadores sociales para América Latina, - abordada de la manera así propuesta, exige la consideración detenida de, al menos, cuatro aspectos básicos, y de las interrelaciones entre ellos, que en cada caso constituyen el marco en que se realiza la actividad formativa con determinadas características. Estos cuatro aspectos básicos son:

- a. Las necesidades sociales: La misma existencia de una institución de - formación superior sólo es explicable en función de una cierta conciencia de

con a la enseñanza de la comunicación en América Latina.

- b. Estudiar y discutir las realidades, tendencias y alternativas de la formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina.

#### UBICACION ACADÉMICA DE LA TEMÁTICA DEL ENCUENTRO.

Cerca de medio siglo después del establecimiento de la primera escuela de Periodismo en América Latina, la comunicación social se ha constituido como un importante objeto de estudio a nivel superior en nuestro continente. Alrededor de 130 instituciones ofrecen programas de comunicación social actualizante en nuestros países, y es por ello muy significativo que la comunidad académica se reúna a reflexionar sobre el sentido de sus tareas y las condiciones en que éstas se desarrollan.

Diversos eventos celebrados en los últimos años han concluido en importantes síntesis de la problemática a que se enfrenta la enseñanza de la comunicación social en Latinoamérica. Sin embargo, el tema no está, ni con mucho, agotado. De ahí que se aborde de nuevo con motivo del III Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, bajo la siguiente formulación:

#### LA FORMACION UNIVERSITARIA DE COMUNICADORES SOCIALES PARA AMERICA LATINA

#### REALIDADES, TENDENCIAS Y ALTERNATIVAS.

En esta formulación se pretende implicar una serie de consideraciones fundamentales para el tratamiento del tema en una contextualización amplia, entre las cuales se pueden destacar las siguientes:

1. La formación universitaria, como acción primordial de las instituciones de Educación Superior, mantiene relaciones de muy variadas y diversas índoles con los sistemas sociales nacionales y regionales, en que está inscrita. No hay actividad educativa explicable en sí misma, independientemente de los fines sociales, implícitos y explícitos, para los cuales se instituye.
2. Esta formación universitaria se rige por diseños curriculares que establecen objetivos, metodologías y actividades de aprendizaje, así como organizaciones determinadas de los recursos disponibles, para lograr tal formación. Además, al fondo de todo currículum se encuentra siempre un conjunto de valores

#### ANTECEDENTES.

Como resultado del I Encuentro de Facultades de Comunicación Social celebrado en Lima en marzo de 1979, se encargó a una Comisión Preparatoria el estudio para la creación de una Asociación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. La Comisión se reunió varias veces y preparó el proyecto de Estatutos que fue revisado durante el II Encuentro que se llevó a cabo en Lima en el mes de noviembre de 1980.

En octubre de 1981 se reunió en Bogotá, Colombia, la Asamblea Constitutiva de la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), en la que se decidió realizar el III Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social en Lima, aprovechando que se realizaría por los mismos días una reunión sobre televisión universitaria. Así, la organización académica se le solicitó a la AFSCOM de Colombia o al CONEICC de México.

Dadas las dificultades que esta doble organización representaba, se pidió al Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) la organización total del III Encuentro. El CONEICC aceptó esta responsabilidad y convocó a este evento.

#### INSTITUCIONES ORGANIZADORAS.

- Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS), y
- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

#### INSTITUCIONES PATROCINADORAS.

- Fundación Konrad Adenauer,
- UNAM - INEL Acatlán, y
- Universidades miembros del CONEICC.

#### OBJETIVOS.

... instituciones y personas que se dedi-

El presente informe tiene como finalidad informar a la Junta de Gobierno de la Universidad de los Andes sobre el desarrollo de las actividades de la Oficina de Asesoría Jurídica durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 1983 y el 31 de diciembre de 1983, así como sobre el estado de las actividades de la Oficina de Asesoría Jurídica en el momento de la presentación de este informe.

En el presente informe se detallan las actividades realizadas por la Oficina de Asesoría Jurídica durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 1983 y el 31 de diciembre de 1983, así como sobre el estado de las actividades de la Oficina de Asesoría Jurídica en el momento de la presentación de este informe.

El presente informe tiene como finalidad informar a la Junta de Gobierno de la Universidad de los Andes sobre el desarrollo de las actividades de la Oficina de Asesoría Jurídica durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 1983 y el 31 de diciembre de 1983, así como sobre el estado de las actividades de la Oficina de Asesoría Jurídica en el momento de la presentación de este informe.

El presente informe tiene como finalidad informar a la Junta de Gobierno de la Universidad de los Andes sobre el desarrollo de las actividades de la Oficina de Asesoría Jurídica durante el periodo comprendido entre el 1 de enero de 1983 y el 31 de diciembre de 1983, así como sobre el estado de las actividades de la Oficina de Asesoría Jurídica en el momento de la presentación de este informe.

El III Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social se desarrolló en la ciudad de México, D.F. entre los días 28, 29 y 30 de Setiembre y 1º de octubre de 1982, y fué organizado por la Federación Latinoamericana de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) y el Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

En dicho Encuentro participaron decanos y profesores universitarios en representación oficial de Universidades de Argentina, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico y Venezuela.

También, se contó con la asistencia de representantes de las instituciones miembros del CONEICC y de organismos internacionales que tienen relación con la enseñanza y la investigación de la comunicación social en América Latina, tales como ILCE, CIESPAL, ILET y UNESCO.

España, estuvo representada por la Universidad Autónoma de Barcelona, institución que fué reconocida como miembro fraternal de FELAFACS.

---

1880  
1881  
1882  
1883  
1884  
1885  
1886  
1887  
1888  
1889  
1890

---

---

TERCER ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE  
FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL

México D.F., México - 28, 29 y 30 de Se-  
tiembre y 1º de Octubre de 1962.

---



V. ACUERDOS FINALES.

1. Designar a México (a través de COSMICO) para elaborar el diseño de investigación sobre el mercado y la demanda de profesionales de la comunicación social.
2. Designar a Joaquín Sánchez, de la Universidad Javeriana de Colombia, como coordinador de la reunión preparatoria del Congreso Constituyente de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación a realizarse en Bogotá; y a Alexis Márquez, de la Universidad Central de Venezuela, como coordinador del Congreso Constituyente a realizarse en Caracas.
3. Invitar a la Fundación Konrad Adenauer a formar parte de la Comisión Organizadora del Congreso Constituyente de Caracas.

LOS DELEGADOS ASISTENTES AL II ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE FACULTADES DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Considerando:

Que el Segundo Encuentro Latinoamericano ha superado el éxito esperado;  
Que el certamen ha contado con una eficiente organización y realización;

Resuelven:

Agradecer a la Universidad de Lima y a la Fundación Konrad Adenauer por la organización y realización del II Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social.

Hacer extensivo dicho agradecimiento a los estudiantes de la Universidad de Lima que tan eficientemente han contribuido al éxito de este Encuentro.

LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN PROMOCIONISMO INVERNAL EN RELACION CON LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:

1. Trabajar sobre la idea de la conformación de una Federación.
2. Sobre la Comisión Preparatoria de los estatutos de la Federación:
  - a. Ampliar la Comisión para que haya un representante por cada asociación ya constituida y un representante por cada país asistente a este II Encuentro y que no cuente con asociación.
  - b. Levantar actas de las sesiones de trabajo de la comisión y enviarlas a los participantes del II Encuentro y si es posible a todas las Facultades de comunicación de la región.
  - c. Celebrar una reunión de la Comisión en Colombia, en el mes de abril de -- 1981, para que incorpore al proyecto de estatutos las sugerencias que se reciban al respecto.
  - d. Trabajar con el proyecto de estatutos que ha quedado redactado en el II Encuentro.
  - e. La Comisión podrá invitar a alguien a participar en su trabajo, como colaborador, siempre y cuando la invitación sea aprobada por la mayoría de sus miembros.
3. Pedir a los delegados y asistentes al II Encuentro que difundan la idea de la Federación y que faciliten la discusión del proyecto de estatutos en sus respectivos países, en todas las facultades, y que las observaciones sean cursadas a las respectivas asociaciones, donde las haya, a un miembro cercano de la Comisión Preparatoria y a la coordinación de la misma.
4. Aplazar hasta el mes de octubre de 1981 la realización del Acto Constitutivo de la Federación por las siguientes razones:
  - a. Necesidad de que en el Acto Constitutivo se aprueben unos estatutos suficientes discutidos y aceptados consensualmente, de manera que se garantice su constitución.
  - b. Dar tiempo a que se formen más asociaciones nacionales o regionales y se consoliden las existentes.
  - c. Dar tiempo para que se difunda el trabajo que se ha hecho hasta ahora y que se reciban las respuestas.
5. Celebrar el III Encuentro Latinoamericano en Caracas, en el mes de octubre - de 1981, con el fin primordial de constituir la Federación Latinoamericana - de Asociaciones de Facultades de Comunicación Social.

les y su evolución, y los talleres de producción a la elaboración de formas y mensajes con la participación de la población organizada.

17. El proceso de la comunicación alternativa es necesario abordarlo en la universidad tanto desde los medios de comunicación masiva, como desde otros medios de más baja tecnología, juntamente a otras formas de expresión y comunicación popular.

Se hace por ello necesario que la universidad promueva teórica y prácticamente formas alternativas de comunicación popular en su plantamiento curricular.

Esta acción se podría desarrollar a través de las siguientes actividades:

- a. Investigación y experimentación de nuevos procesos y formas de comunicación no masiva.
- b. Investigación y experimentación de alternativas en la utilización de medios masivos hacia formas, contenidos y procesos acordes con las necesidades reales de los grupos sociales.
- c. Relación de coordinación, promoción y servicios a instituciones y organizaciones populares que requieran de una práctica de comunicación, como una tarea de producción y/o extensión universitaria.

#### IV. LA ASOCIACION LATINO AMERICANA DE FACULTADES DE COMUNICACION.

1. Discutir y aportar sus observaciones al proyecto de estatutos presentado por la Comisión Preparatoria de la Asociación Latinoamericana.
2. Aceptar como nuevo proyecto de estatutos el elaborado en la presente comisión.
3. Desarrollar el proyecto de una Federación Latinoamericana de Asociaciones nacionales y/o regionales de facultades de comunicación, con la participación de las facultades no asociadas en ellas, como miembros participantes.

forma de implementación de decisiones sobre políticas creacionales y contenidos de comunicación, especialmente en el ámbito de la cultura y del cam  
bio social.

b. Decencia.

--- Es urgente plantearse la necesidad de introducir cursos de idiomas nacionales como especialización, para los comunicadores que se dedica  
rán a trabajar con determinados grupos en los países que viven esta situa  
ción. De lo contrario estos grupos quedarán al margen de los procesos de desarrollo nacionales y su idioma, en lugar de constituirse en una fuente de riqueza y apoyo, tan sólo será una barrera.

-- Por otro lado, los resultados de las investigaciones sobre formas de expresión autóctonas y populares, deben sistematizarse y organizarse para conformar un cuerpo coherente y riquísimo, que sirva a los estudiantes, como orientación básica para realizar trabajos en conjunto con las comunidades, conociendo sus formas autóctonas indígenas, simbologías, etc.

c. Producción y Extensión.

Es fundamental abrir en la enseñanza la posibilidad de dirigir tareas de producción y extensión hacia el conocimiento y difusión de las culturas nacionales y populares. Esta actividad promueve la identificación de los diferentes sectores sociales con su propia cultura y además facilita una integración e identificación nacional y regional; actitudes básicas para desarrollar cualquier pretensión de participación comunitaria dentro de sus propios procesos de comunicación.

16. La Universidad ante las consideraciones ya planteadas sobre el comunicador frente al cambio social, debería actuar en los siguientes objetivos:

a. Promover mecanismos que permitan ofrecer un flujo permanente de información, sobre los problemas reales de comunicación que se viven en los distintos sectores de la sociedad.

b. Permitir y promover el acceso a la universidad a las comunidades populares sin titulación académica, para que tengan la oportunidad de capacitarse y entrenarse, y de esta manera cualificar y extender su trabajo dentro de su propia comunidad.

c. Orientar los cursos hacia el reconocimiento de los problemas nacion-

gestando los movimientos de información y educación paralelos a la comuni-  
cación masiva.

D. Posición de la Universidad frente a las situaciones tratadas anteriormente.

15. El currículo de los programas de comunicación social debe incorporar el estudio de la cultura nacional y popular de cada país en sus distintas ma-  
nifestaciones: lengua, música, danza, teatro, literatura y leyenda, arte  
sanía, etc. Esto debe desarrollarse a través de las cuatro actividades  
que involucre dentro de su plan.

-- Docencia

-- Investigación

-- Producción y

-- Extensión.

a. Investigación.

Se hace necesario implementar áreas de investigación que aborden la  
problemática de los lenguajes y las formas propias de expresión y comuni-  
cación de cada pueblo.

Se enfatiza dentro de este punto, la importancia que tiene investigar  
sobre la música popular, y lo autóctono de los distintos grupos sociales,  
por cuanto es un código básico, muy descuidado en la formación de profe-  
sionales de la comunicación y que permita la elevación de otros lenguajes  
más complejos, correspondientes tanto a medios de comunicación masiva (ra-  
dio, T.V., cine, etc.) y a otros de baja tecnología (audiovisuales, case-  
ttes) además a otras formas de expresión (danza, teatro, pantomina, etc.)

Es también urgente proveer una línea de investigación que aborde el  
problema de los efectos de la comunicación masiva sobre los receptores y  
su cultura propia, incluyendo, como parte de ella, la búsqueda de princi-  
pios y metodologías de investigación y análisis científicos acordes con  
la problemática de cada sociedad.

Igualmente, debemos considerar como prioritario la realización de in-  
vestigaciones encaminadas a detectar las necesidades informativo-comuni-  
cacionales de los pueblos latinoamericanos, especialmente de las mayo--  
orías marginadas y de los grupos minoritarios, y traducir los resultados  
de dichas investigaciones en datos, susceptibles de ser utilizados en la

Los maestros del cambio, obviamente no pueden participar en el medio masivo como tales, sino como muestras de afirmaciones que el mismo medio trata verticalmente de imponer a la población, negando el cambio social.

10. Sin embargo, en algunos países la comunicación masiva permite una cierta apertura parcial desde una posición más o menos objetiva de información, que es necesario asumir y aprovechar, no sólo como forma de ejercicio profesional, sino también como vía de difusión del acontecer económico y político del cambio social.

### C. Procesos Alternativos de Comunicación.

11. Los hombres y los pueblos tienen derecho a participar activamente en los procesos de refuerzo y promoción de su propia cultura. Por ende, tienen el derecho de comunicar, por los medios a su alcance, sus rasgos de identidad cultural, valores, creencias, formas de vida, etc. y estimular su autodesarrollo mediante la participación popular. Asimismo, deben contar con los elementos necesarios que le permitan tener una actitud crítica en la decodificación de los mensajes que recibe. Este derecho humano fundamental está siendo irrespetado de manera creciente por los efectos homogenizantes de los mensajes difundidos a través de los medios de comunicación vertical de arriba a abajo, donde el pueblo se convierte en receptor pasivo de una comunicación unilateral.
12. Para contrarrestar la homogenización pretendida, el etnocidio cultural, la manipulación y la verticalidad de la información, existen procesos alternos, que en la mayoría de los casos están en las formas tradicionales de comunicación de los pueblos, perfectamente adaptados a la problemática y exigencias de sus integrantes. Procesos alternos más articulados y menos onerosos en el que la participación popular es real, como por ejemplo el teatro popular, la música, danzas, conferencias de vecinos, la prensa comunitaria, medios de baja tecnología, etc.
13. Conviene destacar que la comunicación alterna debería utilizar los recursos humanos de la misma comunidad para la producción de los mensajes; es decir, comunicadores populares, perfectamente identificados con la problemática, vivencia y aspiraciones del grupo humano en el que se desarrolla.
14. Por otra parte, la comunicación alterna debería comprometerse también como medio en las luchas económicas, sociales, políticas de los pueblos, -

así como su importante inserción en la sociedad, su gran capacidad de abarcar grandes sectores de la población, la convierte en un medio poderoso, - utilizable por lo menos potencialmente, a favor del cambio social.

8. Los países latinoamericanos en su conjunto se caracterizan por ser sociedades donde la gran mayoría de la población es afectada por déficits alimentario, de salud, vivienda, educación y trabajo. Dado no es posible su participación democrática en la vida nacional, en que la opresión institucionalizada de los poderes económicos y políticos sobre el pueblo imposibilita un planteamiento de libertad y comunicación verdaderas. Sociedades en las que los sectores luchan de diversas formas e intensidades, por buscar su liberación y la satisfacción de sus necesidades humanas básicas pugnan por el cambio social; por lo que podríamos definir a Latinoamérica como un continente en situación de tensión y conflictos políticos y sociales. Para el comunicador, el cambio social, al margen de las diferentes posiciones políticas, es una necesidad y una realidad que se gesta en el seno de la vida del país.

Por lo tanto, su opción no sólo significará un reconocimiento respetuoso de los diferentes caminos de liberación elegidos por los pueblos, sino que prestará servicios de información que difundan las situaciones y pugnas de los pueblos, permitiendo el acceso real de los medios a la palabra de la población y se solidarizará con los objetivos de las luchas populares por conseguir una sociedad justa y democrática en un nuevo ordenamiento social nacional, permitiendo una apertura de orden educativo a la profundización de estos fines en los procesos de comunicación, respetando el derecho de expresión de las minorías.

9. Sin embargo, en América Latina, los medios de comunicación masiva constituyen un instrumento y un ejercicio del poder económico y político, incapaces de promover el cambio social desde su posición. Mas bien su propuesta los ubica como propulsores del pensamiento de los grupos dominantes y su proyecto masivo sólo sugiere aceptación del orden social, condenador de los procesos de liberación, calificándolos de "desorden social".

La objetividad y neutralidad de la comunicación tan propagandizada por ellos sirven como desinformación y como condenación del cambio. Sólo son capaces de aceptar la promoción de cambios sociales muy parciales en una línea de corrección de errores, pero bajo la denominación de solidaridad con el orden social actual de América Latina.

y a quienes son generadores de la cultura nacional. Esta es una cultura y un lenguaje que el medio propone para consumo pasivo con métodos y características de imposición que le facilita el control ideológico y la dominación de los pueblos.

5. Los medios masivos suelen utilizar lo nacional fuera del contexto humano-social de la producción cultural, cuyas formas de utilización se expresan así:

a. El producto cultural, llámese artesanía o folklor, es violentamente separado del mundo complejo y rico del creador. La historia, problemática, formas integrales de expresión, son marginadas y se le niega la participación en la concepción y realización de la producción. Resulta pues productos culturales inmóviles y vacíos, limpios de significados "conformadores", listos para su comercialización turística.

b. Se sigue manteniendo el viejo estereotipo cargado de una simbología negativa sobre los creadores de culturas nacionales y populares. Por ejemplo, el indio es conceptualizado indirectamente como ignorante, ocioso, salvaje y bruto y ridículamente chistoso. Es decir, "el anti-héroe" de la cultura. Esta oposición implícita entre cultura nacional e internacional es resuelta a favor del modo de ser y consumir del habitante de ciudad.

c. Estos productos culturales son sometidos a transformaciones, pero evidentemente desde el producto cultural, introduciéndoles "arreglos", cambios de orden estético, "afinamientos" que mutilan su capacidad significativa originaria.

6. Coincidimos con Jesús Martín cuando dice "lo masivo es a la vez negación y afirmación de lo popular, su mediación dialéctica". Los planteamientos del medio masivo lamentablemente forman parte del consumo popular y han generado "gustos", formas de expresión, maneras de sensibilización, que todo comunicador debe aprender a constatar como una resultante de la realidad misma, más allá de sus concepciones intelectuales, políticas y estéticas, que es necesario considerar y estudiar para un planteamiento coherente y efectivo de comunicación popular.

B. El Comunicador Social y el Cambio Social.

7. Actualmente, el desarrollo de la comunicación, sus avances tecnológicos,

identidades culturales nacionales.

Estos mundos culturales corresponden a grupos humanos o sociales vinculados por tradiciones, una historia común, una situación geográfica específica y una ubicación y actividad en el espacio socio-cultural social. Son mundos vivos y dinámicos, que a pesar de ser defendidos reivindicativamente por sus integrantes, están sujetos a influencias y transformaciones.

El conocimiento en esta perspectiva deberá por un reconocimiento respetuoso de su existencia, una valoración de sus reales aportes a la identidad nacional, una búsqueda de su conocimiento, un seguimiento de sus transformaciones y un apoyo y defensa de su difusión en los procesos de comunicación que vive cada país.

2. El movimiento de migración de los sectores rurales hacia los urbanos forma grandes concentraciones masivas de población de diversa procedencia cultural, que ante los modos de comportamiento, producto de su quehacer económico, su ubicación social y las formas culturales "citadinas" que se les propaga fundamentalmente a través de los Medios Masivos de Comunicación, inician un doble proceso de sincretización de un modo de vivir, gozar y expresar diferentes, paralelamente a una actitud de defensa y conservación de su cultura de origen, al margen de su proceso de urbanización. Esta doble vivencia cultural de los sectores urbanos populares también forma parte de las culturas nacionales latinoamericanas.
3. En América Latina existe una correspondencia más o menos generalizada entre las culturas nacionales propias y los grupos sociales marginales y subvalorados en el universo social de cada país. Este hecho nos plantea la imposibilidad de separar la defensa de la cultura nacional de la opción de respaldo a los creadores y usufructuarios populares de lo nacional. Mientras que por otro lado la tendencia de las clases medias altas y altas, es la de ser casi exclusivamente consumidores y adherentes a una cultura internacional, situación que en la mayoría de los casos implica en su expresión, la negación de los significantes de lo nacional.
4. El planteamiento cultural de los medios de comunicación masiva, no sólo ignora las diversas culturas nacionales por su definida tendencia homogenizadora, sino que el modelo cultural que propone, marcado por el lenguaje publicitario y comercial, no corresponde a un grupo social mayoritario, y ofrece valores, expresiones, simbologías contrarias a las culturas propias

asegurar que aparte de la variedad y cantidad de medios, los mismos representen la diversidad de opiniones de la sociedad que cubren con sus servicios.

Deberá prestarse especial atención al perfil del Permisionario o Concesionario, al que se deberá exigir una formación profesional acorde con su responsabilidad.

#### 2.1.4 Regulación de los Mensajes.

Se prohíbe toda forma de censura previa, reconociendo el derecho de la sociedad a defenderse de los abusos.

#### 2.1.5 Rol del Poder Judicial.

Corresponde a un Poder Judicial independiente sancionar los posibles excesos o restricciones en el ejercicio de la libertad de información.

#### 2.1.6 Rol del Poder Ejecutivo.

Fomentar el desarrollo de los MMS y garantizar la aplicación de la legislación recomendada precedentemente.

### 2.2 Recomendación General.

Las instituciones universitarias especializadas en comunicación social o sus Asociaciones Nacionales definirán las aspiraciones sobre el status socio-profesional y el marco legal que debe amparar el ejercicio profesional del comunicador. Por lo tanto, gestionarán la Ley de Colegiación correspondiente.

## III. EL COMUNICADOR SOCIAL, LAS CULTURAS NACIONALES Y EL CAMBIO EN AMÉRICA LATINA.

### A. El Comunicador y las Culturas Nacionales.

1. En la mayoría de los países de América Latina coexisten mundos culturales diversos, que si bien se tocan e influyen entre sí, sin embargo, presentan características propias de singularidad diferenciada, como lenguas aborígenes y formas de expresión que contribuyen a la definición de las

la comunicación sirva al hombre y su sociedad y no cum, como en su otras situaciones detectadas en Latinoamérica, el hombre esté al ser vicio de los CS. El profesional de la comunicación debe reconocer los valores y medios de comunicación originales de las culturas populares.

1.1.3 Observaciones.- Los aspectos políticos y económicos constituyen un factor altamente condicionante que determinan en última instancia, la definición del status profesional.

## 1.2 Recomendación General.

Se deberá restituir la creación, formación y reconocimiento de Colegios de Comunicación Social con capítulos específicos por actividad.

## 2. LA PROFESIÓN SOCIAL Y COMERCIAL DEL COLEGIO SOCIAL EN AMÉRICA LATINA.

### 2.1 Proposiciones.

Ante la realidad descrita en Latinoamérica se proponen los siguientes principios de solución:

#### 2.1.1 Libertad y límites de la información.

Se debe garantizar el derecho a la libertad de informar e informarse sobre las personas, cosas y acontecimientos que proueevan al bien común. Término en el que ese derecho encuentra sus propios límites.

#### 2.1.2 Funciones de los Colegios de Comunicación Social.

- Autorregular el ejercicio de la profesión.
- Convenir con las instituciones universitarias especializadas planes de estudio para:
  - Promover la actualización del personal académico, y
  - Promover la capacitación del personal no-académico.
- Convenir sistemas lectivos de perfeccionamiento.
- Dictar y controlar el fiel cumplimiento del Código de Ética Profesional.

#### 2.1.3 Régimen de propiedad de los CS.

Las legislaciones garantizarán un sistema de control antimonopolístico, fuere quien fuere el sector que asuma la propiedad. Se deberá