

Aplicación de estrategias educomunicativas en la formación de periodistas de la Universidad de Viña del Mar, a partir de una investigación sobre mediaciones y receptores activos

Sergio Celedon

Profesor y investigador

sceledon@uvm.cl

Escuela de Comunicaciones de la Universidad de Viña del Mar, Chile

Katia Muñoz

Profesora y investigadora

kmunoz@uvm.cl

Escuela de Comunicaciones de la Universidad de Viña del Mar, Chile

Resumen

Aplicar estrategias educomunicativas que favorezcan la relación integrada de profesor y estudiante para lograr aprendizajes significativos, constituye un objetivo de la Escuela de Comunicaciones de la Universidad de Viña del Mar. Estas prácticas, en asignaturas estructurantes de la carrera de periodismo, se originan en una investigación de los autores sobre mediaciones y receptores activos. La experiencia - en 2004 y 2005 - demuestra que las estrategias del educador-comunicador, provocadoras de incertidumbre y permanentes interrogantes, logran fomentar el sentido crítico del educando-periodista y una mirada más reflexiva de su formación.

Palabras clave: Estrategias pedagógicas, Educadores y educandos activos, Aprendizaje significativo.

En el VII Congreso ALAIC efectuado en octubre del año 2004 en la Universidad de La Plata – Buenos Aires, Argentina - los autores de la presente ponencia expusieron ante los académicos del Grupo de Trabajo Comunicación y Educación los resultados de una investigación efectuada en el período 2003 – 2004: “ Mediaciones y receptores activos en los procesos educomunicativos: el caso Periodismo Universidad Diego Portales según los discursos de los jóvenes estudiantes” .

El estudio se presentó en el marco de los 70 años de periodismo y comunicación en América Latina - tema central del congreso – y cuya principal pertinencia estuvo dada por la vinculación entre el periodismo y el área de comunicación y educación. La investigación asumió un diseño y un modelo de análisis desarrollado para comprender los efectos de los receptores frente a los medios de comunicación, junto a otras múltiples mediaciones¹ que intervienen en los procesos de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes-periodistas.

¹ Modelo de las Múltiples Mediaciones, desarrollado por el Dr. Guillermo Orozco. La Investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa, México, 2000. “El modelo de la Múltiple Mediación ha demostrado ser útil para mejorar la comprensión de la recepción a través de evidenciar la dialéctica de las mediaciones que intervienen, las comunidades de interpretación desde las que se otorga el sentido a la comunicación, los escenarios por donde transcurre la recepción y sus

Como plantea el profesor Jorge Huergo², “ la *Comunicación/Educación* significa “ la puesta en común” y el “ sacar afuera” en la trama de espectacularización, de massmediatización, de globalización y de consumo (entre otras cuestiones) que configura la vida humana de fines del siglo XX” . Agrega que “ las palabras *Comunicación* y *Educación* expresan una tensión entre presencia y ausencia, que puede ser la fibra misma del deseo. Un deseo entendido como radicalmente desarreglado de un orden, en cuanto que impregna la voluntad. Ambas palabras expresan un deseo y a la vez un interés (en el sentido de la racionalidad), plasmado en una voluntad: *una voluntad de transformación*. Casi con carácter profético, *Comunicación* y *Educación* denuncian aquello que se nombra como “ *Comunicación*” y “ *Educación*” y no significa ni “ comunión” ni “ vínculo” ni “ expresión” ni “ liberación” , y anuncian esa posibilidad revolucionaria, en el sentido del desarreglo que provoca el deseo. De allí que esta voluntad de transformación sea ética y política” ³.

Otra manera de visualizar la educomunicación es relacionarla con el uso de los medios de comunicación en la enseñanza. En tal sentido, “ un grupo de profesores y periodistas de Andalucía, España, desde 1988 se dedica a la investigación, la edición de materiales didácticos y la formación de profesores, niños y jóvenes, padres y población en general en el uso crítico y plural de los medios de comunicación para el fomento de una sociedad más democrática, justa e igualitaria y por ende una ciudadanía más activa y responsable en sus interacciones con las diferentes tecnologías de la comunicación y la información. El Grupo Comunicar, con un carácter estatutariamente no lucrativo, promueve entre sus planes de actuación la publicación de textos, murales, campañas...enfocados a la Educación en los Medios de Comunicación” ⁴.

Una columna vertebral de las tres visiones, en cuanto a función articuladora, la constituye el destacado académico Mario Kaplún quien, en *Una Pedagogía de la Comunicación*, reflexiona y propone que existen dos modos de entender los dos conceptos: uno constituido por los modelos exógenos, de carácter unidireccional; otro, el modelo endógeno, que considera al estudiante como sujeto de un proceso y cuyos protagonistas son verdaderos interlocutores. Más que buscar la transmisión de certezas o de un mundo de conocimientos ya hechos y cerrados en sí mismo, existe un camino de descubrimientos, que tanto el educador como el educando pueden transitar en un clima de cordial interrelación que permita una mayor profundidad del quehacer pedagógico. En este contexto, la comunicación es ubicada como una parte esencial de la propia acción educativa.

Considerando lo anterior, el estudio que motiva esta ponencia ha sido determinante para que los autores, en su doble condición de educadores y comunicadores, descubran y consideren los múltiples factores de influencia a que están afectos los procesos de enseñanza y aprendizaje del estudiante de periodismo. Por

resultados, ya sea en las apropiaciones concretas o en los usos que grupos de audiencia dan a los referentes mediáticos con los que interactúan”. (Orozco, “La Investigación en Comunicación desde la perspectiva Cualitativa”, 2000, p. 35).

² HUERGO, Jorge. Profesor en Filosofía y Pedagogía, Magíster en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales. Director del Centro de Comunicación y Educación y del programa de Investigación en Comunicación y Educación de la facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, Argentina. Docente de postgrados en diversas universidades argentinas y del Cono Sur.

³ HUERGO, Jorge. Perspectivas y reflexiones en *Comunicación/Educación*.
<http://www.udp.cl/comunicacion/magcom/libreria.htm>

⁴ Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación N° 17, 2001. Grupo Comunicar, dirigido por el Dr. José Ignacio Aguaded.

tanto, los autores pueden ahora afirmar que, a través de estrategias pedagógicas basadas en este enfoque – provocadoras de incertidumbres y permanentes interrogantes – se logra efectivamente en los estudiantes un diálogo enriquecedor, constructivo y crítico. De tal forma, en el rol de educador-comunicador han logrado fomentar el sentido crítico del educando-periodista, favoreciendo una mirada más reflexiva en cuanto a los contenidos de su formación, evidenciando los síntomas de una progresiva independencia y autonomía de los estudiantes.

Uno de los pilares de esta experiencia ha sido la identificación de las mediaciones de mayor relevancia para los estudiantes: institucionales (familia), mass- mediáticas (efecto espejo), situacionales (estudio con pares) y de apelación emocional⁵ (presencia transversal). Estas mediaciones han sido determinantes en los diseños y aplicaciones pedagógicas de una carrera como periodismo.

Setenta y dos años en América Latina

En 1872, el director de The New York Tribune, Whitelaw Reid, diseñó un programa de trabajo para las primeras escuelas de periodismo en Estados Unidos. En 1893, la Escuela Comercial Wharton de la Universidad de Pensilvania incluía en su catálogo de cursos, cinco asignaturas relacionadas con práctica periodística, temas de actualidad, derecho mercantil, historia del periodismo y conferencias de personas que ejercían la profesión periodística⁶.

La primera escuela de periodismo en los Estados Unidos – desde 1908 - fue la de la Universidad de Missouri, en Columbia, fundada por el director del periódico Herald. El programa de Missouri se extendía por cuatro años y entregaba el título de Bachiller en Ciencias con mención en Periodismo. Por la misma época, a pedido de Joseph Pulitzer, su secretario el doctor George Hosmer preparó un programa de enseñanza que fue adoptado por la Universidad de Columbia en Nueva York, a la cual Pulitzer hizo un donativo para que estableciera una escuela de periodismo. En 1927 existían estas escuelas en 230 universidades y *colleges* de Estados Unidos⁷.

En el mismo período, el libro de Lasswell⁸ (1927) *Propaganda Technique in the World War*, inicia una preocupación por la propaganda política que ya no abandonará a la investigación de la comunicación en toda su historia, adaptándose, puntualmente, a las variantes exigencias políticas de cada momento histórico.

“ Junto a estas investigaciones, que persiguen una clara rentabilidad política, se desarrolla en esta misma época un amplio campo de estudio que puede calificarse de “ moralista” . Se estudia la influencia, a nivel de comportamiento, de los nuevos medios de comunicación iniciándose la preocupación, que se irá haciendo obsesiva, por las referencias a la violencia y a sus posibles efectos sociales. En este contexto destaca la problemática de los efectos culturales de la radio. En esta primera época es cuando la fundación Rockefeller,

⁵ Mediaciones de apelación emotiva: cuando la vinculación de los actores está dada por factores emocionales, afectivos y alejados de la racionalidad. Esta mediación ha sido trasladada al contexto de la educación, puesto que en esta instancia convergen la mayoría de los contextos que se describieron y son inherentes al ser humano como ente social.

⁶ SANTIBAÑEZ, Abraham. Introducción al Periodismo. 1ª ed. Santiago, Editorial Los Andes, 1994. Pag. 20.

⁷ SANTIBAÑEZ. Idem.

⁸ En MORAGAS Spa, Miquel. Teorías de la Comunicación: Investigaciones sobre medios en América y Europa. Editorial Gustavo Pili, 1981, México. p.28.

preocupada por estas cuestiones “ sociales” anima la creación, entre otros, del Princeton Office of Radio Research”⁹.

En esos años, la radio constituyó el eje de las investigaciones en cuanto a sus fines comerciales, principalmente en relación a las audiencias y la publicidad. En los comienzos de la radiotelefonía – en los Estados Unidos – los medios no contaban con el conocimiento, características y segmentación de las audiencias a la manera que se entiende actualmente. Es decir, desconocían sus gustos, preferencias y necesidades; por lo tanto, se trataba de mensajes emitidos a una masa homogénea.

Un aspecto transversal al desarrollo de la investigación en comunicación es la directa relación con los acontecimientos históricos de mayor relevancia e influencia a nivel mundial. No es casualidad, entonces, que la *mass communication research* es una consecuencia de los complejos problemas políticos y económicos que suceden entre la primera y segunda guerra mundiales.

Entre las décadas del treinta y cuarenta, la idea de formalizar la enseñanza de la profesión de periodista, asociada a entidades de educación universitaria, germina en América Latina. El 27 de abril de 1934, en la ciudad argentina de La Plata, abre sus puertas la primera escuela de periodismo del continente. La siguen Brasil, México, Cuba, Ecuador, Venezuela y Guatemala.

En el ámbito de las teorías de la comunicación, surge a fines de la década del 40 el Paradigma de Lasswell¹⁰ (1948), “ muy influido por la teoría behaviorista de Watson y formulado a raíz de sus estudios sobre la propaganda política, opinión pública y estudios de mercado” .

En 1949, Shannon y Weaver¹¹ desarrollan la teoría matemática de la comunicación como consecuencia de los estudios en ingeniería de las telecomunicaciones que explicita la teoría de la estrategia de seguir el mensaje de forma lineal y “ que es completamente ajena a la comunicación desde la perspectiva social, ya que no hay interacciones, influencias, emociones, percepciones, aprendizajes u otros elementos de carácter psicosocial. No aparecen variables de tipo situacional, como tampoco aparece la cultura en ninguna de sus manifestaciones” .

En Chile, desde la década del cuarenta está latente la inquietud de dar una formación universitaria a la profesión de periodista, junto con crear un colegio de la orden. Ambas propuestas se presentan en 1948 en el Congreso de Periodistas de Arica y en el Primer Congreso Mundial de Periodistas que se realiza en Santiago en diciembre de 1952. El miércoles 28 de mayo de 1952, el artículo 212 de la ley N° 10.343, autoriza la creación de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile. En 1956, se funda el Colegio de la orden. Integrada a la Facultad de Filosofía y Educación, el 20 de abril de 1953, en un local provisional de San Antonio 263, la Escuela de Periodismo, bajo la dirección de Ernesto Montenegro, recibe a su primer contingente de estudiantes. Esa mañana, cuarenta alumnos -25 hombres y 15 mujeres- cuyas edades fluctú

⁹ MORAGAS. Op. Cit. p.28.

¹⁰ PARES I MAICAS, Manuel. Introducción a la Comunicación Social. PPU, Barcelona, 1992. p.128.

¹¹ OTERO, Edison. Teorías de la Comunicación. Editorial Universitaria. Chile. 2004. P. 83.

an entre 18 y 40 años, escuchan emocionados su primera clase de Introducción al Periodismo, en la que Ramón Cortez Ponce explica las características del trabajo reporteril¹².

En Chile, “ el periodismo de los años treinta está influido especialmente por el desarrollo de los acontecimientos europeos y las transformaciones que la crisis había producido en Estados Unidos bajo la administración de Roosevelt. Cada hecho europeo o norteamericano influía de manera decisiva tanto en la política de esos días como en el periodismo, ya que este último, no obstante su desarrollo técnico comercial, continuaba siendo el más imperante vehículo político del país” ¹³. El desarrollo de la profesión de periodismo en las propias escuelas “ operaba sobre la base de técnicas de redacción y de construcción informativa ligadas a la exposición de los hechos mediante, por ejemplo, la pirámide invertida. Las lógicas bajo las que se desarrolla este tipo de periodismo son aquellas en las que éste es visto como capaz de determinar los razonamientos y el accionar de un público masivo que no piensa, sino que se deja llevar y que puede ser guiado antojadizamente por quienes manejan la información (concretamente me refiero al concepto de consumidor de productos culturales planteado por Armand Mattelart y Ariel Dorfmann en su texto “ Para leer al pato Donald”). Este tipo de periodismo se realiza hasta, aproximadamente, la década del 70” ¹⁴.

La misma licenciada en comunicación social, María Cecilia Olmedo¹⁵, agrega que “ luego de eso aparecería un tipo de periodismo crítico, que se opone a esta manipulación ideológica. Constituyéndose al interior de las escuelas de periodismo y de ciencias sociales tipos de enseñanza que apuntan a la desconstrucción del modelo imperante, imponiéndose como premisa la búsqueda de la veracidad del funcionamiento cultural y la descripción exhaustiva de la realidad social. Sin duda que cada uno de los módulos anteriormente expuestos ha marcado la evolución del periodismo y la formación universitaria que en las entidades educacionales se propaga.

Cincuenta y tres años después del ingreso de los primeros estudiantes de periodismo a un aula universitaria en Chile, existen 60 sedes o campus universitarios a lo largo del país que ofrecen la carrera de periodismo¹⁶. Para el año 2006, de ese total de sedes, cincuenta y tres ofrecen vacantes de ingreso a primer año de la carrera; cuarenta y seis usan la denominación de Periodismo, cuatro la de Periodismo y Educación, dos la de Periodismo y Comunicación Audiovisual y una la de Periodismo y Dirección Audiovisual. En la quinta región del país – área de ubicación de la Universidad de Viña del Mar – siete universidades ofrecen la carrera de periodismo.

El periodismo y las comunicaciones constituyen un campo de actividad que fácilmente fascina a los jóvenes. Por lo mismo, llegan a las escuelas de periodismo personas con una gran diversidad de vocaciones y de proyectos personales no siempre definidos. Al respecto, se hace preciso diferenciar claramente las opciones

¹² UNIVERSIDAD de Chile, Facultad de Comunicación, Escuela de Periodismo. [Consulta: 12 –marzo-2003]. Disponible en: <www.periodismo.uchile.cl>

¹³ BALDIVIA, José; PLANET, Mario; SOLIS, Javier; GUERRA RIVAS, Tomás. La formación de los periodistas en América Latina. Ceestem Editorial Nueva Imagen. México. 1981. P. 192-193

¹⁴ OLMEDO, María Cecilia. En Comunicación, Integración y Participación Ciudadana. ASEPECS. 2003 Artículo “Periodismo para las nuevas generaciones”. p. 360.

¹⁵ OLMEDO. Op. Cit. p. 359

¹⁶ CONSEJO SUPERIOR DE EDUCACION, Indices 2006, Carreras de Pregrado, Edición El Mercurio, 10 noviembre 2005, 136 pags.

que ofrece un mundo laboral en ampliación, pero que demanda personas con vocaciones, talentos y habilidades diferentes, aunque complementarias. La escuela debe permitir que el estudiante encuentre su camino de acuerdo con sus intereses y verdadera vocación en el área de la comunicación y el periodismo.

Siempre las personas tendrán necesidad de conocer lo que ocurre en su entorno local, nacional y el periodismo se mueve en el mundo de las noticias, de la información. Cada generación tiene campos de interés y motivaciones propios. En el escenario global, el funcionamiento del sistema democrático requiere de personas informadas, capaces de tomar decisiones con fundamento. De los periodistas se espera que sean capaces de entregar esa información. Las historias humanas seguirán concitando el interés de los públicos y es posible que esos intereses tengan significativos grados de segmentación. Pero hay cierto tipo de hechos asociados a la vida de las personas que tienen un alcance masivo. Ese es el campo por excelencia del periodismo. En este sentido, el periodismo exige la concurrencia de jóvenes a quienes les resulte provocador y motivador contar buenas historias de interés humano y de orden social.

Universidad acreditada

La Universidad de Viña del Mar¹⁷ (UVM), fundada el 21 de noviembre de 1988, es una institución de educación superior privada autónoma, reconocida por el Ministerio de Educación de Chile. Su misión es formar personas y contribuir al desarrollo de su entorno social mediante procesos de gestión del conocimiento en un ámbito académico humanístico, tecnológico y empresarial integrado. El 12 de octubre del año 2000 obtuvo su autonomía, transformándose en la primera universidad privada de la Región de Valparaíso – también denominada V Región - en alcanzar el máximo nivel de excelencia académica que establece el Consejo Superior de Educación de Chile.

La UVM se adscribió voluntariamente al programa de acreditación institucional y de carreras, definido por la Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado, con el propósito de asegurar a los estudiantes una certificación de calidad que los prestigie y les permita insertarse eficaz, eficiente y exitosamente en el ejercicio de sus profesiones y/o disciplinas. Es así como, el 12 de octubre de 2005, tras un acucioso proceso la Comisión Nacional de Acreditación (CNAP), organismo dependiente del Ministerio de Educación, otorgó la acreditación institucional a la Universidad de Viña del Mar hasta el año 2008, en virtud de los parámetros establecidos para definir la calidad de las universidades chilenas, en materia de consistencia interna y externa.

De tal forma, la UVM se incorporó a un selecto grupo de universidades chilenas cuya calidad ha sido certificada oficialmente. Mayor significación alcanza este reconocimiento público cuando existen algunas universidades denominadas tradicionales, de origen estatal y de larga trayectoria, como también otras de carácter privado, no fueron acreditadas luego de haberse sometido al proceso correspondiente de la CNAP.

Por tanto, para la Universidad de Viña del Mar el hecho de haber logrado la acreditación institucional constituye, entre otros aspectos, un reconocimiento a la calidad de su modelo educativo. En este contexto, para los estudiantes del ámbito nacional que deciden estudiar una carrera de periodismo, en el año 2006 se produjo un escenario diferente a los procesos de admisión de años anteriores: la principal universidad

¹⁷ <http://www.uvm.cl>

tradicional, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, alcanzó un ingreso de 46 alumnos¹⁸, en tanto la carrera de Periodismo UVM - de la Escuela de Comunicaciones – incorporó a 43 estudiantes al primer año. A la vez, estudiantes que cursaban la carrera en universidades no acreditadas optaron por emigrar a la carrera UVM.

Llevada esta situación al campo de la docencia universitaria, no es casualidad que desde al año 2004 la Escuela de Comunicaciones haya asumido significativas innovaciones en las estrategias pedagógicas de la formación de sus estudiantes de periodismo y relaciones públicas.

La Escuela de Comunicaciones de la Universidad de Viña del Mar abrió sus puertas en marzo de 1990 y en su desarrollo académico ha marcado dos hitos: la reapertura de la carrera de Periodismo en la Región de Valparaíso, después de dos décadas, y haber sido la primera en Chile en impartir la carrera de Relaciones Públicas con carácter universitario, incluyendo el otorgamiento del grado de Licenciado en Comunicación Organizacional. A la fecha, ha titulado a 621 profesionales, incluyendo las carreras de pregrado – periodismo (281) y relaciones públicas (264) – y dos programas de postítulo: licenciatura en comunicación organizacional (66) y licenciatura en ciencia política y relaciones internacionales (10).

En el ámbito internacional, la escuela mantiene intercambios académicos con la Universidad Argentina de la Empresa (Buenos Aires), Universidad de Huelva (España), Universidad de Palermo (Buenos Aires), Colegio Universitario IES Siglo 21 (Córdoba), Universidad de Sevilla (España).

Modelo educativo UVM¹⁹

La Universidad de Viña del Mar ha desarrollado un modelo educativo innovador y flexible, que involucra al estudiante desde el inicio de su carrera en las prácticas propias de cada disciplina y basa sus programas de estudio en las necesidades reales que la sociedad actual demanda a los profesionales. Denominado “ Modelo de las Competencias Significativas” , entiende el aprendizaje como un proceso continuo y asume al estudiante como un constructor de sus propias capacidades. En tal sentido, se distingue de los sistemas tradicionales, donde el alumno es un mero receptor de conocimientos.

En este contexto, la Universidad de Viña del Mar reconoce la necesidad de que el mundo académico se acerque al mercado laboral para conocer sus verdaderos requerimientos y aportar desde la academia con nuevas perspectivas y análisis. Por ello, la propuesta de la Universidad es la de adoptar en cuanto al modelo educativo un Enfoque de Competencias, entendiendo por tal un concepto relativo al desempeño de las personas que comprende un conjunto de factores y atributos como conocimientos, habilidades, actitudes y valores asociados a una determinada práctica profesional. Este enfoque ha llevado a la universidad a estructurar un modelo educativo denominado Modelo de Competencias Significativas, que busca incorporar al estudiante desde sus primeros años de formación al mundo de las prácticas de sus respectivas disciplinas y profesiones. El objetivo en el cual se funda nuestro modelo es formar y desarrollar en los estudiantes un

¹⁸ <http://www.periodismoucv.cl/>

¹⁹ <http://www.uvm.cl/corporativas/modelo.htm>

perfil de competencias significativas de egreso que faciliten y potencien un óptimo desempeño en el ejercicio de sus profesiones.

El primer compromiso académico de la UVM es ayudar a los jóvenes a juzgar lo que están aprendiendo, de modo que redescubran el sentido de su vocación y puedan renovar el gozo de hacerla concreta y efectiva. Este modelo educativo, cuyo desarrollo se inició en el año 2000, se propone formar profesionales con características de líderes emprendedores, con responsabilidad social, idóneos, competentes, con prestigio y un sello distintivo.

Entre las diversas características – conceptos, propuestas, orientaciones, estrategias – que impulsa el Modelo Educativo UVM, enfatiza la incorporación de tecnologías al servicio de los procesos de enseñanza y aprendizaje, que involucran a educadores y educandos. En el caso de la Escuela de Comunicaciones, este aspecto ha sido asumido como una meta docente significativa desde el año 2005, período en que se registró un avance significativo: en el semestre Otoño, profesores de ocho asignaturas utilizaron el sistema Aula Virtual; en el semestre siguiente, Primavera 2005, la cantidad de asignaturas aumentó a veintinueve. Para el semestre Otoño 2006, la meta cuantitativa es 33 y la meta cualitativa es iniciar el uso de Aula Virtual para impartir algunos contenidos exclusivamente en sistema on-line, tanto en asignaturas de pregrado como en el postítulo Licenciatura en Comunicación Organizacional.

En definitiva, para la formación de los periodistas UVM la Escuela de Comunicaciones se propuso a partir del año 2004 innovaciones significativas que tienen como eje los conceptos y orientaciones de la educomunicación, impulsadas por los autores a partir de la investigación “ Mediaciones y receptores activos en los procesos educomunicativos: el caso Periodismo Universidad Diego Portales según los discursos de los jóvenes estudiantes” .

La investigación

La investigación se realizó en los años 2003 y 2004 y fue abordada **desde la mirada de la comunicación/educación**, para observar y analizar diversos factores y escenarios de influencia en la formación de un estudiante universitario de pregrado. Se trataba de conocer las percepciones y opiniones de los jóvenes estudiantes para determinar y analizar las múltiples mediaciones y realidades que intervienen en sus procesos de enseñanza aprendizaje.

Por una parte, **identificar las mediaciones de mayor significación** que se producen en los procesos educomunicativos de la formación del estudiante de Periodismo y, por otra, establecer la percepción y valoración que tienen los propios estudiantes sobre el escenario medios-aula, en relación a sus expectativas de formación profesional, e interpretar las valoraciones que asumen los estudiantes en cuanto a la imagen del profesional y al modelo vigente que proyecta la industria de la comunicación social.

En definitiva, se buscaba describir y comprender las mediaciones que influyen en la formación de los periodistas en un escenario de permanente tensión, específicamente entre la industria de la comunicación social y el aula. El cuestionamiento primordial era explorar bajo el contexto educomunicativo, **¿quién está mediando en mayor medida a los periodistas: los medios o el aula?**

En este estudio los elementos interconectados fueron los ejes de **las múltiples mediaciones** y de los **factores diferenciadores perceptuales**, en cuyo análisis se asociaron elementos que no estaban necesariamente asociados, sino que, como producto de la sinergia entre las categorías relacionadas, se logró la interacción de los ejes. Dicho de otra forma, esos elementos se encuentran disociados y sólo mediante la mirada analítica de los tesisistas – a través del Modelo de la Múltiple Mediación- cobran sentido en la realidad estudiada.

Esta metodología que los tesisistas aplicaron a la formación de los estudiantes de periodismo es perfectamente aplicable a cualquier otra carrera, puesto que lo que se buscaba conocer eran los procesos educacionales en una carrera universitaria. Sin embargo, el mérito de haber aplicado este modelo – que nace bajo el concepto de la recepción activa para los estudios de televisión - a comunicadores, radica en que éstos son a los mismos tiempos influidos e influyentes, dados los atributos de visibilidad que presenta la carrera de periodismo.

Conclusiones de las variables de análisis

1. Aula y medios

Para los estudiantes de periodismo, las **mediaciones mass mediáticas** y las **mediaciones** son de especial significación. La presencia influyente de ambas mediaciones ejerce una especie de **tensión entre pedagogía (lo que dice la academia) y ejercicio profesional (lo que muestran los propios periodistas que trabajan en los medios)** o, dicho de otra manera, entre la universidad y el mercado de la industria de los medios. Es una tensión entre el deber ser y el modelo vigente del ejercicio profesional en los medios de comunicación social.

2. Modelos de imitación y el paradigma del descubrimiento

Los medios han polarizado una imagen de periodista que conforman dos vertientes: una está dada por un periodista lúdico, rápido, instintivo, muy joven, informal, con alta exposición, más cercano a una audiencia masiva; una segunda imagen tiene que ver con un periodista serio, reflexivo, analítico, maduro, formal, con una exposición selectiva y acotada a un periodismo popularmente asociado a un periodismo más tradicional.

Esta polarización no es privativa de la televisión, toda vez que la prensa – diarios y revistas-, la radio y los medios tecnológicos también utilizan ambos estereotipos de periodistas para sus diversas funciones: supervisión del ambiente y distribución de la información de los sucesos noticiosos; formación de opinión según línea editorial; transmisión de la herencia social y cultural; y entretenimiento.

En este contexto, el juego de estereotipos y expectativas se traduce en una constante convergencia y divergencia de intereses personales.

3. Mediaciones institucionales

Los estudiantes señalan en sus discursos la alta valoración de la influencia de la familia, la escuela y el grupo de pares. Sienten la influencia del núcleo familiar primario en permanente referencia con lo que

observan en los medios de comunicación: el periodista del diario, la radio y la televisión es confrontado con el hijo-periodista, es decir, se produce una especie de triangulación de referentes.

4. Mediaciones mass-mediáticas

En el caso de las mediaciones mass mediáticas, se produce un efecto- espejo, en que el estudiante se proyecta en aquellos medios que son más cercanos a sus intereses personales y así advierte los modelos de periodistas a seguir. Por una parte, esta el efecto espejo que es propio de los medios, consistente en “ reflejar” o más bien en “ construir” todo lo que pasa en la sociedad de una determinada manera, concerniente a la línea editorial e ideología que sigue cada uno de los componentes de la industria mediática.

5. Mediaciones situacionales

Los estudiantes establecen diferencias significativas a la hora de recepcionar los procesos educativos. No es lo mismo estudiar con los pares que estudiar solo; no es igual aprender periodismo de radio en una clase teórica expositiva que en una que permite una activa participación en el estudio – taller de radio. En definitiva, los alumnos dan cuenta de sus propios procesos de recepción, a través de los cuales reconocen aspectos positivos y negativos, incluso en una misma situación vivida en el aula con un mismo profesor. Esto demuestra que los procesos de recepción en el aula son variados y diversos para cada educando receptor. Es recomendable que, a partir de esta realidad educomunicativa, el docente-comunicador establezca vínculos interpersonales que favorezcan el aprendizaje individual en el entorno grupal.

6. Mediación de apelación emocional

Es relevante su presencia transversal, sin diferencias de edad, género, creencias, clase social o nivel de estudio. La relación interpersonal profesor- alumno es reconocida por los estudiantes como significativa y a veces determinante en la efectividad de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Por ejemplo, cuando se produce este tipo de mediación connota de manera diversa – positiva o negativamente – los efectos del aprendizaje, es decir, varía la manera de percibir la realidad del aula porque la interacción también es diversa.

7. Estrategias pedagógicas

Un aspecto significativo de las percepciones de los estudiantes tiene relación con las estrategias pedagógicas que observan en su formación. Por una parte, los modelos de aprendizaje y, por otra, la diversidad de docentes. En cuanto a lo primero, los jóvenes advierten una rigidez acerca de los formatos periodísticos que les inculcan sus profesores y que, mayoritariamente, son los que más se observan en los medios de comunicación. Sin embargo, esta realidad pedagógica es confrontada por los estudiantes con el éxito de audiencia que tienen algunos espacios – televisivos, radiales, diarios y revistas- que, precisamente, utilizan formatos creativos e innovadores alejados de los tradicionales que ellos aprendieron. Dicho de otra forma, los jóvenes hacen un contraste entre los modelos que se les enseña en el aula con aquellos que demanda el mercado.

En cuanto al segundo aspecto, los estudiantes valoran la diversidad de docentes, no por su reputación profesional y figuración pública, sino preferentemente por la posibilidad de contar con una oferta variada de educadores, tanto en sus metodologías como en las relaciones interpersonales, tanto en su moldura teórica (docentes de la industria de la academia, que instruyen en conocimientos teóricos) como práctica (docentes de la industria de los medios, a partir de las competencias que requiere y adapta el mercado).

8. TIC

Si bien es cierto que todo lo relacionado con las influencias de Internet ha sido considerado en este estudio como parte de las mediaciones massmediáticas, los investigadores de esta tesis estiman que este ámbito o soporte tecnológico de las comunicaciones se ha constituido progresivamente en una mediación aparte. En gran medida esta mediación tecnológica ha pasado de ser *una novedad positiva* a una “herramienta indispensable, dinámica y atractiva” que, además, puede ser manejada y controlada por el propio estudiante de acuerdo a sus intereses y como una manera efectiva de suplir sus carencias cognitivas.

9. Estudiante como profesional

La confluencia de diversas mediaciones da forma a una manera de aprender y de ser como estudiante. Esto significa que, a pesar de la diversidad que se genera en las formas de aprendizaje que cada joven posee como consecuencia de las múltiples mediaciones recibidas a lo largo de su vida, hay factores comunes que se comienzan a compartir desde el momento que el estudiante asume su motivación vocacional. Uno de esos factores comunes, quizás el principal, es el hecho de ejercer en un medio de comunicación y el impacto que eso conlleva como influencia pública.

Si este factor común se traslada a la comunicación/educación efectiva, es relevante que las escuelas de periodismo asuman que el educando-periodista necesita difundir masivamente lo aprendido en las diversas etapas de su formación universitaria. De alguna forma, este estudiante requiere, desde sus inicios, de una evaluación pública otorgada tanto por los profesores como por sus pares. Estos últimos, habitualmente, son más significativos pues contribuyen a transformarse como referentes en ámbitos específicos de la carrera.

10. La actualidad como eje de formación

En el desarrollo de las mallas curriculares, habitualmente se produce un fraccionamiento y aislamiento de cada una de las asignaturas, sin que exista una vinculación con la realidad y materia prima de la profesión: la actualidad noticiosa.

En el escenario educativo, todos los docentes de una carrera de periodismo debieran - independientemente de la asignatura específica - estar en condiciones de apropiarse de los temas y de la agenda pública que instalan los medios de comunicación en cuanto a utilizar, principalmente, la contingencia noticiosa como una mediación significativa para la planificación de sus estrategias pedagógicas. Resulta significativo considerar que la actualidad noticiosa proporciona una especie de *paraguas* que permite cobijar y vincular las materias específicas con la construcción de realidad que realizan los medios de comunicación a partir de los hechos noticiosos. Aplicar esta vinculación otorga un sentido a las materias o asignaturas no-periodísticas de la

carrera, pues el estudiante asume un protagonismo en sus aprendizajes a partir de esas vinculaciones temáticas.

11. Tensión valórica universidad - mercado

Los estudiantes observan una divergencia: por una parte, las universidades tratan de inculcar los valores de la ética, la honestidad y la objetividad ante la tarea de profundizar el análisis de lo que significa un acontecimiento noticioso-dar el contexto incluso teórico-, es decir, se enfatiza una profesión periodística éticamente responsable; por otra parte, cuando el egresado entra a un medio de comunicación social – o alguna organización - se encuentra con los códigos y valores del mercado que conforman una suerte de antivalores: la competencia *a muerte*, la opción de alterar la información para crear más espectacularidad o para llamar la atención.

En esta tensión valórica, el estudiante recibe múltiples mediaciones, tanto institucionales como mass mediáticas y situacionales, las que varían de acuerdo a la etapa de vida y a la situación produciéndose una consecuencia en la relación laboral. En este mundo del trabajo, el periodista egresado de la universidad comienza a recibir las mediaciones de otros periodistas inmersos en el mercado que contribuyen a aumentar el choque de valores. En esta situación es claro el riesgo de transar en aspectos claves de la ética periodística que promueve la formación universitaria.

12. Partner: otra mediación

Los educandos significan la importancia del clima de relación interpersonal que se produce con sus profesores, como elemento de base para la motivación y desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Los estudiantes reconocen en esta relación interpersonal la valoración de su condición de persona, lo que favorece, indudablemente, una cultura comunicativa en el aula y post-aula. Esta cultura ha sido construida principalmente por el profesor a través del traspaso de sus valores y comportamientos. Esa observación es retribuida por los educandos favoreciendo un clima educativo de mutua ganancia. Esto sólo es posible si ambos, educador y educando, se consideran a sí mismos y antes que nada como personas.

13. Interacción dialéctica, para la creatividad

Los jóvenes concuerdan que la educación en sí no es aburrida, principalmente si ellos son los protagonistas. Más aún, si tienen la posibilidad de hacer públicos sus trabajos y expresiones personales. No es aburrida en la medida que el educando realmente *haga periodismo* a través de una corriente didáctica donde el educador plantee en sus educandos la necesidad psicológica de confianza y seguridad ante sus procesos de aprendizaje.

14. ¿Imitación o descubrimiento?

Los estudiantes dan cuenta de una especie de enfrentamiento de valores, en el cual a menudo los modelos mediáticos se vinculan con lo negativo; así, al menos, lo perciben y expresan los educandos. El punto clave desde un enfoque educomunicativo pasa a ser, a juicio de los tesisas, la opción o modelo pedagógico que tienen los docentes de aplicar también el paradigma del descubrimiento en el análisis de esos modelos de

imitación que les ofrecen los medios de comunicación. Por lo tanto, esos periodistas-modelos, tanto positivos como negativos, debieran ser un objeto de estudio premeditado, a través de los cuales el estudiante adquiriera una posición analítica, crítica y de opinión personal.

Es cierto que entre ambos extremos conviven otros modelos de periodista, cuya diferenciación puede resultar menos evidente pero no por eso menos significativa en términos educomunicativos. Por ejemplo, la confrontación de modelos periodista culto / periodista inculto, periodista preparado frente al tema de esa noticia / periodista ignorante en el tema, profesional capaz de contextualizar una noticia / profesional incapaz en ese aspecto, profesional que hace preguntas *problematizadoras* a un entrevistado / profesional que formula preguntas obvias cuya respuesta nada aporta al tema, periodista que sólo relata lugares comunes / periodista que profundiza y aporta, periodista que presenta realidades ya conocidas / periodista que construye una realidad crítica. La enumeración de otros modelos puede ser extensa y lo que se ha mencionado es a manera de ejemplo.

Base para un modelo de gestión docente

La calidad de la relación estudiante – profesor es directamente proporcional al proceso de comunicación entre ambos en el aula y fuera de ella, lo que da cuenta de una relación interpersonal bidireccional. En este sentido, se pueden distinguir al menos **cuatro factores dialécticos** que influyen en la naturaleza y cantidad de comunicación entre esas dos personas.

El primer factor es la independencia frente a la dependencia, es decir, la capacidad de tomar decisiones propias a pesar de las presiones que puedan conllevar los procesos de enseñanza y aprendizaje, en los cuales el educador debe proporcionar apoyo y ayuda. Un segundo factor lo constituye el de los afectos como un fin en mismo, frente a la instrumentalización que podría ocurrir si esos afectos se transforman en un medio para conseguir otros fines; por ejemplo, obtener una mejor evaluación. El tercero, es la capacidad de emitir juicios frente a la aceptación, o sea, poder ayudar – con franqueza - a la otra persona a superar las dificultades o carencias, como igualmente a incrementar sus fortalezas. Un cuarto factor dialéctico que influye en las relaciones interpersonales es el de la expresividad frente al proteccionismo; dicho de otra forma, la honestidad y la espontaneidad frente a una actitud estratégica y cautelosa.

La relación educador-educando es compleja, pues se trata de una relación interpersonal bidireccional, de alguna forma privada, que se desarrolla en el marco de expectativas públicas. En tal sentido, se podría afirmar que la relación interpersonal privada se establece en el aula, mientras que lo público tiene que ver con el contexto post-aula y círculos del entorno.

En este marco, la comunicación reduce la inseguridad sobre los probables resultados de intercambios futuros y proporciona una base de continuidad para la relación docente-estudiante. La comunicación de las relaciones, sea verbal o no, ayuda tanto a educador como al educando a hacer predicciones acerca de las demás partes de la relación, es decir, a partir de un intercambio positivo, obtener en forma progresiva y significativa, nuevos aprendizajes. En definitiva, el gran objetivo de la educomunicación es la generación de tres dimensiones del aprendizaje: la re-producción, la re-negociación y la re-creación.

Acciones edu-comunicativas desde el año 2004

A partir de los hallazgos de la investigación “ Mediaciones y receptores activos en los procesos educomunicativos: el caso Periodismo Universidad Diego Portales según los discursos de los jóvenes estudiantes” , los autores iniciaron en el año 2004 el diseño y aplicación de estrategias pedagógicas en la carrera de periodismo – Escuela de Comunicaciones - de la Universidad de Viña del Mar.

La totalidad de las estrategias impulsadas tuvieron como público objetivo a los estudiantes y docentes; estos últimos, en varios casos, ejercieron el rol de influenciadores a partir de los lineamientos estratégicos emanados de la Dirección de la Escuela de Comunicaciones. La idea central de la estrategia consistió en revelar la calidad de la docencia. El énfasis transversal fue dado por la innovación de los procesos de enseñanza-aprendizaje centrados en un mayor protagonismo práctico de los estudiantes y en una participación activa e integrada de los docentes.

En este escenario pedagógico, no fue ajeno al objetivo la necesidad complementaria de establecer asociaciones con grupos de comunicación, vinculaciones con universidades, industria de la comunicación, organizaciones e instituciones públicas y privadas, debido a que, a juicio de los autores, había una asimetría en la relación academia – mercado. Al mismo tiempo, cabe mencionar que ya existía un reconocimiento por parte del mercado en cuanto a la sólida formación profesional de los periodistas UVM originada, principalmente, en la labor de docentes periodistas en ejercicio en medios de comunicación. La asimetría estaba dada por el hecho que la academia devolvía ese *input* al momento de realizar los estudiantes su práctica profesional en la fase final de la carrera. Dicho de otra forma, no existía una validación – doble vía – entre universidad y medios de comunicación antes de la práctica profesional.

También formaba parte de los objetivos, en este caso a largo plazo, obtener una visibilidad pública a través de cada una de las áreas de desarrollo de la carrera, que permitieran revelar la calidad de la formación de los periodistas UVM. No debe entenderse como tal la difusión de información en los medios o algún tipo de *publicity*. Se trataba, en suma, que los medios de comunicación conocieran la calidad del estudiante-periodista antes de su egreso de la universidad. Un valor agregado consistía también en hacer tangible la calidad de formación profesional de estudiantes y egresados y que, en consecuencia, el mercado les otorgue valor y mejores expectativas, tanto al momento de la práctica profesional como de la inserción laboral.

A partir de una de las conclusiones de la investigación, cual es lograr una visibilidad pública y además posibilitar la difusión pública como un elemento provocador de aprendizajes significativos en la formación del periodista, se desarrollaron una serie de acciones tendientes a conseguir este objetivo, según se reseña:

- 1) **Convenio con medios de comunicación relevantes de la Quinta Región: diario El Mercurio de Valparaíso, Radio Portales y diario La Estrella.** Se incorporó el concepto y aplicación de una doble evaluación a partir de un trabajo de ejercicio periodístico en tiempo real, en conjunto con un medio de comunicación: el profesor y el editor. Esta acción edu-comunicativa se implementó a través de la asignatura denominada Taller de Profundización, que se incorporó en las modificaciones curriculares que originaron la existencia de una sola malla a partir del año 2005. Se trata de talleres temáticos que se ofrecen en cada semestre y que los alumnos elijen

hasta completar el desarrollo de dos de ellos en los últimos semestres de la carrera. En cada caso la meta propuesta a los estudiantes es la publicación y/emisión de sus trabajos en medios de reconocida trayectoria y prestigio, siempre y cuando logren traspasar ambas vallas: la evaluación positiva del profesor del taller y la aprobación del editor de acuerdo a los parámetros de calidad y línea editorial del medio. Otro aspecto significativo: el docente del taller se integra con sus alumnos en el ejercicio de la profesión: un ser igual a igual, en un espacio de mediación que lo permite el medio, conservando cada cual su rol, sólo que ahora se comparte en un espacio profesional.

Para tal efecto, en los tres casos se ha formalizado un compromiso público a través de un convenio marco firmado por el rector de la universidad y el director del medio de comunicación y, a la vez, un convenio específico establecido entre este último y el director de la Escuela de Comunicaciones, en presencia de los respectivos alumnos y docentes. El medio de comunicación se compromete, además, a facilitar a los estudiantes el acceso a su sala de redacción y el uso de su archivo periodístico y fotográfico.

- a) **Taller de periodismo narrativo con diario El Mercurio de Valparaíso**, el diario más antiguo en lengua castellana. Además del acercamiento directo al campo profesional, el taller – iniciado en agosto de 2005- se orienta a la búsqueda de nuevas estructuras y estilos de manejo del material informativo, asumiendo el desafío de la prensa escrita en relación a los medios audiovisuales. La conducción académica del taller está a cargo de María Antonia Carrasco, magíster en Literatura Hispánica y profesora de Periodismo, en tanto que por parte de El Mercurio interviene la periodista Rosa Zamora, editora de reportajes del diario en su edición de día domingo, espacio en que se han publicado los trabajos de los estudiantes.

Durante el semestre Primavera 2005 se logró publicar en forma ininterrumpida todos los días domingo, desde mediados de septiembre hasta fines de diciembre, a página completa en la contraportada del suplemento “ Domingo” bajo la denominación de “ Contrapicado” . El éxito alcanzado, provocó, además de los positivos procesos de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes, dos consecuencias positivas en el plano público: por una parte, la edición de todos los artículos en una publicación formato revista - con el respaldo de ambas instituciones, la universidad y el diario – y cuyo lanzamiento se realizó en un café-cine ubicado en el Cerro Alegre de Valparaíso; por otra parte, la decisión del diario de continuar un segundo taller en el semestre otoño 2006, con la participación de otros estudiantes y las mismas dos periodistas – docente y editora – bajo la temática y denominación de “ Ciudad Imprevisible” .

- b) **Taller Cobertura Periodística de las Elecciones Presidenciales y Parlamentarias 2005, con la radio Portales de Valparaíso**. Con el mismo sentido y forma de funcionamiento que el taller anteriormente descrito: un docente (periodista Mariana Navia) y un editor (periodista Nelson Muñoz). Iniciado en el mes de agosto, luego de

una fase de preparación y producción periodística, en el mes de septiembre comenzó a emitirse en esta emisora AM microprogramas y cápsulas informativas elaboradas por los estudiantes con temáticas de educación cívica y procesos electorales. Un mes después, los alumnos iniciaron la conducción de espacios de entrevistas con candidatos a diputados por la región. La culminación del taller la constituyó la cobertura periodística - en lugares de votación, en comandos de candidaturas y en estudio - de las elecciones el día 11 de diciembre de 2005, incorporándose de lleno al despliegue informativo de la emisora en conjunto con periodistas, locutores y analistas. La actividad tuvo, inesperadamente una fase adicional fuera del semestre académico, motivada por la segunda vuelta de las elecciones presidenciales, en el mes de enero 2006, oportunidad en que los estudiantes nuevamente asumieron su rol periodísticos con el apoyo financiero de la propia escuela.

- c) **Taller de periodismo policial con diario La Estrella.** Taller iniciado en el mes de marzo 2006 con la intervención de un profesor (periodistas José Miguel Infante en una primera fase y luego Marco Herrera) y un editor (periodista Mauricio Córdova). Los contenidos involucran la investigación y nuevo relato de historias policiales que han sido de gran impacto en la región y cuyas publicaciones resultantes se comenzarán a difundirse en el diario a partir del mes de junio.

2) **Edición de publicaciones que se incorporan en forma abierta a la actividad cultural de la región.** Algunas de ellas se han originado en los Talleres de Profundización, antes mencionados, y otras han surgido como iniciativas conjuntas de docentes y estudiantes.

- a) **“Contrapicado”.** Publicación derivada de la recopilación de los artículos publicados durante el semestre Primavera 2005 en el suplemento “ Domingo ” del diario El Mercurio de Valparaíso. Explicación en punto 1.a del presente trabajo.
- b) **“Hoja de Papel”.** Publicación que va en su tercera edición y que contiene trabajos de creación literaria – poesía y prosa – de estudiantes de periodismo y de otras carreras, con el aporte de algunos escritores de la región.²⁰
- c) **“Marea Urbana”.** Publicación iniciada en el año 2003.²¹ A partir del año 2005 se ha incorporado a la modalidad de la asignatura Taller de Profundización, conservando el trabajo conjunto de estudiantes de periodismo y diseño gráfico y la realización de dos ediciones por año, como igualmente su carácter experimental. Esto último originó en el año 2005 un cambio de formato: de tabloide a revista que en un solo cuerpo gráfico incluye dos ediciones; además, esta vez se agregó a la edición impresa, un CD y un sitio web: www.mareaurbana.cl. En la realización de este producto comunicativo participaron

²⁰ Esta acción comunicativa no se ha originado en la investigación realizada por los autores del presente trabajo; se ha incorporado como ejemplo que aborda el mismo sentido.

²¹ Idem.

el periodista Marco Herrera (jefe de carrera Periodismo) y las diseñadoras María Teresa Cardemil y Paula Ibáñez.

- 3) **Publicación de trabajos de los estudiantes y artículos y entrevistas de docentes en la página web de la Escuela de Comunicaciones.** La web de la Escuela de Comunicaciones – parte integrante de <http://www.uvm.cl> – fue rediseñada en abril de 2005 incluyendo espacios para noticias, artículos y entrevistas, además de otros links. Progresivamente se fueron incorporando trabajos periodísticos realizados por los estudiantes a través de las asignaturas de la carrera, como incentivo de vitrina pública y como identidad de escuela. El creciente interés de docentes y alumnos por esta forma de publicación ha originado que, a partir del semestre Primavera 2006, se ponga en funcionamiento una nueva estructura y diseño de la página web de la escuela, que incorpore con mayor visibilidad de navegación los trabajos de estudiantes y docentes mediante un links exclusivo para tal efecto.
- 4) **Taller de construcción personal de la actualidad noticiosa.** Realizado en forma experimental en el período octubre – diciembre de 2004, luego de obtener un fondo concursable UVM de Mejoramiento de la Calidad de la Docencia, aporte económico que la universidad canaliza a través de la Vicerrectoría Académica. Se trató de buscar formas diversas de motivar el manejo de la actualidad noticiosa por parte de los estudiantes, con la participación de editores de medios de comunicación de la región en un trabajo de taller que simuló situaciones reales de los medios a partir de reuniones de pauta y decisiones de reporteo y edición en portadas y páginas interiores. Al mismo tiempo, se incorporó el aporte de tecnologías de la información, como fue el caso de la construcción de e-portafolios personales que facilitarían la construcción y seguimiento de hechos de actualidad por áreas temáticas o sectores noticiosos de mayor interés para el estudiante
- 5) **Encuentros personales con periodistas en ejercicio, en relación con la apertura de opciones de ejercicio profesional.** Se trata de reuniones, conferencias o clínicas de comunicación con expertos del mercado de la industria de la comunicación. Ha sido el caso, por ejemplo, del encuentro de tres consultores - Allende, Ramírez y Jaña – en torno al tema “ Comunicación Estratégica: posibilidad de ser empresarios” , organizado por la profesora Katia Muñoz docente de la línea empresa y relaciones públicas de la carrera de Periodismo UVM. En la ocasión, tres periodistas compartieron con los estudiantes su experiencia en el competitivo mundo de la comunicación estratégica. En la actividad participaron los profesionales Isabel Allende, de AB Comunicaciones; Sergio Jaña de Extend Comunicaciones; y Pablo Ramírez, de Comunnet, quienes coincidieron al señalar que es posible crear empresas periodísticas rentables.
- 6) **Protagonismo de docentes y alumnos en torno a la relación historia y periodismo: jornadas de análisis, reflexión y expresión.** A partir de temas globales que permitieron las miradas desde ambas disciplinas, en una estrategia pedagógica coordinada de los docentes del área de historia, logrando en un período de tres semanas abordar contenidos específicos en cada asignatura con la generación de trabajos de análisis y reflexión de los estudiantes. Parte

importante de las temáticas tiene relación con hechos significativos de actualidad con repercusiones nacionales e internacionales. En cada año, las jornadas han culminado con una sesión abierta y pública en que los alumnos de primero a quinto año exponen sus trabajos.

En 2004 se coordinaron las actividades pedagógicas en el marco del tema central “ Chile: memoria, historia y actualidad” ; en 2005, el tema giró en torno al poder, temporal o espiritual, de la iglesia católica a pocos días del fallecimiento del Papa Juan Pablo II.

7) **Acciones pedagógicas y comunicativa a través de plataformas tecnológicas.** Modalidad que se encuentra en una fase inicial y experimental, derivada de la aplicación del sistema Aula Virtual UVM, que ha aumentado significativamente durante el año 2005: de ocho asignaturas se pasó a veintinueve que utilizan la plataforma tecnológica Tic-Edu. En el año 2006 se ha iniciado en la carrera de Periodismo algunas acciones pedagógicas y comunicativas desarrolladas exclusivamente on-line y en forma sincrónica en la asignatura Introducción al Periodismo, a cargo del profesor y periodista Sergio Celedón, principalmente con el tratamiento de lecturas significativas para el estudiante de primer año, la generación de opinión, el evidenciar el valor del pensamiento grupal y el reforzamiento de la vocación.

8) **Utilización de medios internos en concordancia con la docencia.** A partir del año 2004 se incorporó en la asignatura Periodismo Informativo la publicación de una hoja informativa semanal - denominada “ Primera Mirada” – editada por los estudiantes a partir de una pauta generada en conjunto con el docente de la cátedra. Para tal efecto, se conformaron grupos de trabajo integrados por alrededor de siete alumnos, quienes en forma rotativa se encargan de cada edición a través de ejercer cada uno de ellos diversas funciones específicas: director, editor y reporteros. A la fecha, la publicación persiste en su formato, una sola hoja tamaño carta impresa por ambos lados, con una frecuencia semanal. Esta hoja informativa se imprime en fotocopidora, en blanco y negro, y es distribuida por los propios estudiantes al interior del Campus Rodelillo de la Universidad. Se han incorporado a su realización los estudiantes de la asignatura Redacción Periodística que, al igual que Periodismo Informativo, se imparte en el segundo año de la carrera.

En forma alternada en cada semestre, “ Primera Mirada” ha sido también editada por los alumnos de primer año a través de la asignatura Introducción al Periodismo.

9) **Profesores de tiempo parcial en estudios e investigaciones.** A fines del año 2005, se inició la incorporación de docentes de tiempo parcial – que solamente asisten a impartir su asignatura- en la realización de estudios e investigaciones de la escuela. Es así como la psicóloga Luz María Jeria se hizo cargo de dirigir un estudio sobre Identificación de Competencias Significativas en las carreras de Periodismo y Relaciones P ú blicas, que incluyó la consulta directa con informadores claves de medios de comunicación, agencias multinacionales de comunicación estratégica y relaciones públicas y de organizaciones diversas. A la fecha, se elabora la segunda fase del estudio, que incluye una validación por parte de expertos que conforman el grupo de

gestión permanente de la Escuela de Comunicaciones y, posteriormente, una jornada de información y socialización con el cuerpo de profesores de la unidad académica.

De esta forma, los docentes de tiempo parcial han encontrado otra forma de canalización de sus capacidades académicas, más allá de la actividad en la sala de clases, principalmente en acciones que interrelacionan la comunicación y la educación con el mercado laboral de ambas profesiones.

10) Combinación de ejercicio profesional y docencia en la propia Escuela de Comunicaciones.

En el presente año, se adoptó la decisión de contratar a dos titulados de cada una de las carreras de la escuela para realizar trabajos propios de cada especialidad en la escuela que los formó. De tal forma, se conformó un área de difusión y relaciones públicas que, entre otras funciones, debe coordinar la presencia de destacados periodistas en ejercicio profesional a través de foros, conferencias y encuentros, en directa relación con la docencia. La idea es internalizar en estudiantes y profesores el concepto de que los procesos de enseñanza y aprendizaje no son privativos del aula y que, además, en la formación profesional del periodista pueden compartir un mismo escenario educacional alumnos desde primero a quinto año.

11) Trabajos de titulación a partir de casos de actualidad emblemáticos y otros como aporte a la cultura regional.

En las modificaciones que originaron la Malla 2005 de la carrera de Periodismo se incorporaron nuevas modalidades para la realización de los trabajos de titulación. Es así como, junto con permanecer la modalidad de una tesis de investigación clásica, se permitió la realización de diversos productos comunicativos: documentales, CD interactivos, reportajes novelados, reportajes en profundidad, entre otros. Estas nuevas modalidades no dejan de lado una investigación, sino que originan a partir de ella procesos periodísticos diversos de acuerdo a los intereses de los estudiantes y a temáticas que en muchos casos son asumidas como miradas distintas de hechos de actualidad noticiosa. En tal eje, precisamente, giraron tres proyectos que en el año 2005 generaron como producto final documentales sobre los siguientes temas: la doble vida, diurna y nocturna de jóvenes en Valparaíso y Viña del Mar; el conflicto medioambiental de la empresa Celco por la contaminación del río Cruces y sus efectos en los cisnes, en la ciudad de Valdivia; el extenso caso judicial tras el asesinato de un joven en una discoteca de la ciudad de Concepción.

Por otra parte, en lo que va de 2006 han rendido su examen de grado estudiantes que, mediante sus trabajos de titulación, han efectuado un aporte significativo al registro periodístico de temas propios de la cultura regional. Es el caso de un documental sobre la historia del desaparecido Hospital Deformes de Valparaíso - luego del terremoto de 1985, tras la mediación de discutibles decisiones gubernamentales - y un CD interactivo sobre Mitos y Leyendas de Valparaíso. En ambos trabajos periodísticos, los estudiantes realizaron una fase de investigación y validación de información que les ha permitido presentar sus productos comunicativos en instancias abiertas a la comunidad regional.

Al cierre, nuevas interrogantes

A medida que la investigación de los autores ha fundamentado la aplicación de innovaciones pedagógicas como las descritas, surgen nuevas inquietudes respecto al tipo de docente que hoy requiere la formación del periodista. Preguntas tales:

- ¿Cómo establecer ejes educativos a partir del uso de medios de comunicación internos en las carreras de periodismo?
- ¿Cómo educar para que los estudiantes de periodismo utilicen las NTICs como vehículos expresivos y comunicativos en beneficio de un mundo comunicado y no sólo informatizado?
- ¿Cómo lograr que los docentes no periodistas tengan la formación adecuada para apropiarse de la actualidad noticiosa que les permita generar nuevas estrategias pedagógicas vinculantes en sus asignaturas?
- ¿Cómo compatibilizar el hecho que la televisión utilice el paradigma de aprendizaje de la imitación de modelos mientras que la universidad esté utilizando el paradigma del descubrimiento?
- ¿Qué debe hacer la universidad para que el egresado pueda mantener un modelo de honestidad en su trabajo periodístico?
- ¿Es la vulnerabilidad psicológica la que condiciona que persistan docentes que privilegian una distancia de corte autoritario por sobre el hecho de mostrarse en forma abierta y transparente como persona ante sus alumnos?
- ¿Las relaciones de poder dificultan los procesos de enseñanza y aprendizaje en los estudiantes de periodismo?
- ¿Cómo fomentar la construcción personal de actualidad noticiosa en los estudiantes de periodismo, en reemplazo de las tradicionales pruebas memorísticas?

Estas y otras preguntas, que probablemente se formulen a medida que se desarrollan las acciones educomunicativas descritas, tendrán una respuesta adecuada a partir de la evaluación sistemática que se haga de cada una de ellas en el marco del perfil profesional del periodista UVM. Relevante será, a no dudar, la relación que se logre establecer entre los resultados de esas experiencias pedagógicas y los provenientes del estudio de identificación de competencias significativas, mencionado en el punto 9 de las acciones emprendidas.

Lo que no presenta dudas es que las estrategias del educador-comunicador, provocadoras de incertidumbre y permanentes interrogantes, permiten obtener aprendizajes significativos y, al mismo tiempo, fomentar el sentido crítico del educando-periodista y una mirada más reflexiva de su formación.

Referências

- AGUADED, I.; CONTÍN, S. 2002. *Jovenes, aulas y medios de comunicacion*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus - La Crujía.
- DABAS, H. 1998. *Redes sociales, familias y escuela*. Buenos Aires, Paidós.
- DELGADO, J. M.; GUTIÉRREZ, J. 1995. *Metodos y tecnicas cualitativas de investigacion en ciencias sociales*. Madrid, Editorial Síntesis S.A.
- FREIRE, P. 2002. *Pedagogia del oprimido*. Argentina, Siglo XXI editores.
- GRIMSON, A. 2000. *Interculturalidad y comunicacion*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- HERNÁNDEZ, R. et al. 1998. *Metodología de la investigación*. 2ª ed. México D.F., Ed. McGraw-Hill.
- IBÁÑEZ, J. 1992. *Mas alla de la sociologia. El grupo de discusion: teoria y critica*. Madrid, Siglo XXI Editores.
- IBÁÑEZ, J. 1994. *El regreso del sujeto. La investigacion social de segundo orden*. Madrid, Siglo XXI Editores.
- KAPLÚN, M. 1998. *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, Ediciones de La Torre, Madrid.
- MARTÍN-BARBERO, J. 1998. *De los medios a las mediaciones. Comunicacion, cultura y hegemonia*. México, Ediciones G. Gili.
- MARTÍN-BARBERO, J. 2002. *La educación desde la comunicación*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- MARTÍN-BARBERO, J. 1996. Heredando el futuro. Pensar la educacion desde la comunicacion. Artículo en *Revista NOMADAS*, N° 5, Bogotá.
- MORALES, P. 1998. *La relacion profesor - alumno en el aula*. Madrid, PPC, Editorial y Distribuidora S.A.
- OROZCO GÓMEZ, G. 2001. *Television, audiencias y educacion*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Colômbia, Grupo Editorial Norma.
- OROZCO GÓMEZ, G. 2000. *La investigacion en comunicacion desde la perspectiva cualitativa*. Guadalajara, México, Ed. Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, A.C.
- OROZCO GÓMEZ, G. 1997. *Television y audiencias*. Madrid, Ediciones de la Torre.
- OROZCO GÓMEZ, G. 2000. *Recepcion y mediaciones*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- OROZCO GÓMEZ, G. 2000. *Recepcion - mediaciones y educación*. Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.
- OROZCO, G. 1990. *Educación para la recepcion. Hacia una lectura crítica de los medios*. México, Editorial Trillas. México.

PADUA, J. 1979. *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. México, Fondo de Cultura Económica.

REGUILLO CRUZ, R. 2002. *Emergencia de culturas juveniles*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma.

RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. 1999. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto.

SAAVEDRA, M. de los Á. 1998. *Principios de aprendizaje*. Santiago de Chile, Editorial Universitaria.