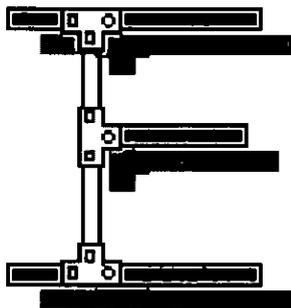


# Enseñanza del Periodismo

## SINGULARIDADES DEL MODELO BRASILEÑO en América Latina\*

JOSÉ MARQUES DE MELO\*\*

### Introducción



En 1938, cuando el presidente Getúlio Vargas determinó incluir la enseñanza del periodismo en el sistema universitario brasileño se cristalizó una tendencia pedagógica que restringió la formación de periodistas al nivel de estudios superiores.

Los cursos, implantados a partir de 1947, se organizaron según el modelo que reproducía la experiencia europea de formación de profesionales libres, anclado por tanto, en la coyuntura peculiar del siglo XIX. Contrastaba así, con las singularidades del periodismo del siglo XX cuya naturaleza industrial exigía recursos humanos remunerados, capaces de desempeñar funciones en una línea de producción altamente compleja y predispuestos al trabajo en equipo. Así, el Brasil escogió esta única opción para capacitar a los jóvenes que buscaban en la universidad la puerta de entrada para el ejercicio del periodismo. Tal opción debe ser comprendida en el contexto de

\* Ponencia presentada en el **Primer Congreso Latinoamericano de Periodismo**, organizado por el Centro Latinoamericano de Periodismo, CELAP. Ciudad de Panamá, abril 1, 2 y 3 de 1997. Original en portugués. Traducido por Esmeralda Villegas, profesora de tiempo completo del Departamento de Comunicación. Pontificia Universidad Javeriana.

\*\* Brasileño. Titular de la Cátedra UNESCO de Comunicación para el Desarrollo Región Universidad Metodista de São Paulo e investigador especializado del Curso de Estudios Avanzados en Periodismo en la Universidad Estadual de Campinas, São Paulo, Brasil. E.Mail: jodmelo@usp.br

una sociedad que ingresaba tardíamente en el campo universitario<sup>1</sup>. En aquel momento, nuestras universidades pioneras tenían un poco más de una década de actividades. A su vez, el periodismo se desarrollaba en un ambiente limitado debido a la poca difusión del hábito de lectura y reducido a pocos contingentes de la población<sup>2</sup>.

El periodista graduado en escuelas superiores se asumía como un profesional integral, capaz de difundir conocimientos amplios y diversificados en la tentativa de atraer la mayor cantidad de lectores según su capacidad de seducción noticiosa. Tanto es así, que el empresario Cásper Líbero, al idealizar en los años cuarenta, una escuela de periodismo en São Paulo, recomendaba una estructura que comenzara por la enseñanza secundaria<sup>3</sup>.

Mientras tanto, en los Estados Unidos de América desde principios de siglo, coexistían dos modelos: el de Missouri (1908), formado licenciados (BS.) y el de Columbia (1910), preparando Masters (MS)<sup>4</sup>. El primero se destinaba a capacitar profesionales para la reportería en general. El segundo, pretendía entrenar periodistas/redactores especializados, recibiendo alumnos que tenían una formación previa en un área específica del conocimiento.

El modelo brasileño no se diferenció mucho de aquel implantado en otros países latinoamericanos, como Argentina, Venezuela o Cuba<sup>5</sup>. Las empresas periodísticas no tuvieron problemas en la consecución de recursos humanos competentes en todas las casas editoriales, pues el ingreso a la profesión permitía el libre acceso, tanto a periodistas formados, como a profesionales oriundos de otras áreas del conocimiento. Las dificultades afloraron, en el caso brasile-

ño, a partir de 1969, con la reserva del mercado de trabajo instituida por la legislación que reglamentó el ejercicio de la actividad periodística, impidiendo prácticamente la presencia de especialistas en las redacciones<sup>6</sup>.

La solución obvia era aquella ya probada en los Estados Unidos, creando cursos de periodismo a nivel de posgrado.

Sin embargo, esa alternativa sigue siendo descartada desde hace tiempo. A ésta se contraponen actualmente un fuerte lobby sindical, temeroso de crear grietas en la reserva del mercado de trabajo periodístico.

No obstante, el periodismo brasileño ha obtenido un grado de excelencia, situándose en niveles semejantes a los productos informativos que se difunden en los países altamente desarrollados y ciertamente existe una conciencia nacional sobre la fragilidad de nuestro proceso noticioso<sup>7</sup>. Los consumidores de información cotidiana en los grandes centros metropolitanos sienten la falta de medios mas profesionales, capaces de explicar en profundidad los acontecimientos, y esta responsabilidad es asociada inmediatamente a la calidad de los recursos humanos formados por nuestros cursos de periodismo.

El impase está siendo superado por las grandes empresas al instituir cursos de actualización para los profesionales recién graduados, pero el problema no se ha solucionado para las medianas y pequeñas organizaciones periodísticas. La salida la tienen naturalmente las universidades, que deben tomar la iniciativa de romper este círculo vicioso, creando cursos de postgrado. Y, de esta manera, capacitar para el ejercicio profesional a economistas, arquitectos, abogados, médicos, ingenieros o artistas con vocación para el periodismo.

<sup>1</sup> Cfr. TEIXEIRA, Anísio. **Educação no Brasil**. 2ª. ed. São Paulo: Nacional, 1976.

<sup>2</sup> Cfr. MARQUES DE MELO, José. **Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação**. Petropolis: Vozes, 1976.

<sup>3</sup> MARQUES DE MELO, José. **Contribuições para uma Pedagogia da Comunicação**. São Paulo: Paulinas, s/a.

<sup>4</sup> RIZZINI, Carlos. **O ensino de jornalismo**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1951.

<sup>5</sup> NIXON, Raymond. **La enseñanza del periodismo en América Latina**. New York: CHEAR, 1970.

<sup>6</sup> MARQUES DE MELO, José. **Indústria Cultural, jornalismo e jornalistas**. En **Revista Brasileira de Comunicação** 65. São Paulo: INTERCOM, 1991. pp. 30-37.

<sup>7</sup> LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **O adiantamento da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro**. São Paulo: Summus, 1991.

No se trata de una simple reforma curricular: la situación exige una revolución intelectual que construya puentes entre la universidad y las empresas. Esto significa romper conceptos enraizados históricamente que se ampliaron cuando las antiguas escuelas de Periodismo fueron transformadas en Facultades de Comunicación Social.

### Divorcio Universidad-Empresa

Los programas universitarios de formación de comunicadores se desarrollaron en América Latina paralelamente al proceso de industrialización<sup>8</sup>. Las transformaciones comenzaron a ocurrir en el período de las guerras, cuando la escasez de productos importados obligó a los Estados nacionales a fomentar la producción de bienes para el mercado interno, creando fábricas y generando nuevos empleos. El incremento de consumo presupone el abastecimiento de informaciones por las empresas generadoras de productos periodísticos de entretenimiento o de persuasión y no había reserva suficiente de recursos humanos capaces de procesar ese tipo de bienes simbólicos. Para atender a la nueva demanda de profesionales de comunicación, surgen las escuelas respectivas dentro de las universidades latinoamericanas. Las primeras experiencias educativas surgen en Argentina y en Brasil. Ya en la década de los años treinta, se crean allí programas de capacitación de periodistas. Argentina se inspira en el modelo profesionalizante norteamericano. El Brasil, por su parte, recurre al patrón académico europeo. Mientras, tanto en el Brasil como en Argentina, se dan procesos de nacionalización de las escuelas pioneras de periodismo. Estas experiencias son ahogadas poco a poco por los engranajes arcaicos de las respectivas universidades.

Sus egresados encuentran dificultades para obtener empleos ya que los empresarios del ramo los consideraban

incapaces para realizar las tareas básicas de la profesión. Aunque recibían un débil entrenamiento por la ausencia de prácticas en las universidades, en compensación, tenían conocimientos humanísticos que los capacitaban para desempeñar satisfactoriamente las rutinas informativas, después de ser actualizados en las empresas.

Este tipo de experiencias son reproducidas en Cuba, México, Ecuador, Venezuela y Colombia, en la década siguiente. Se trata de cursos proyectados con vocación profesionalizante, pero que se alejan de esos objetivos, contaminados por el ambiente teórico y discursivo de nuestras universidades. Raramente desarrollaron actividades prácticas, convirtiéndose en núcleos de formación de comunicadores distanciados de la realidad. Las únicas excepciones en ese panorama ocurren en el Brasil y en Venezuela en los años cincuenta. En São Paulo, la Escuela de Periodismo Cásper Líbero fue creada por iniciativa de una poderosa empresa periodística, que posibilitó el acceso de los primeros estudiantes en su infraestructura productiva<sup>9</sup>. En Caracas, el funcionamiento de la Escuela de Periodismo de la Universidad Central, fue respaldado por la organización sindical de los periodistas —antigua AVP, hoy Colegio de Periodistas— y por eso su estructura inicial demuestra cierta vitalidad profesionalizante y perspicacia investigativa<sup>10</sup>. Las dos experiencias fueron atrofiadas, con el paso del tiempo, al asumir la fisonomía reduccionista estrictamente académica.

Cuando, al final de la década de los años cincuenta, la UNESCO<sup>11</sup> promueve un diagnóstico sobre el estado de comunicación en el continente, los resultados demuestran el fracaso de nuestras universidades al señalar su desajuste

<sup>8</sup> MARQUES DE MELO, José. *O divórcio entre a universidade e a indústria da comunicação na América Latina*. En LUNA CORTÉS, Carlos. *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*. México Opción/Felafacs. 1992. p. 91-112.

<sup>9</sup> MARQUES DE MELO, José. *Cásper Líbero, pioneiro do ensino de jornalismo no Brasil*. En *Transformações do jornalismo brasileiro: ética e técnica*, São Paulo: INTERCOM. 1994. pp. 13-26.

<sup>10</sup> AGUIRRE, Jesús María. *De la Práctica Periodística a la Investigación Comunicacional: Hitos del pensamiento venezolano sobre comunicación social*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, 1996.

<sup>11</sup> UNESCO. *Los medios de comunicación en América Latina*. París: La Organización, 1961.

en relación con las estrategias desarrollistas, que requerían en ese momento medios y profesionales capacitados para promover progreso y bienestar social. Por esta razón se creó el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, CIESPAL, con la función de actualizar los profesores de las escuelas de periodismo y de entrenar nuevos docentes<sup>12</sup>.

Sin duda CIESPAL cumplió un papel modernizador y multiplicador, difundiendo nuevos conceptos e instrumentos de acción. Dentro de éstos se destaca la investigación científica como instrumento indispensable para la planeación de nuevas estrategias comunicacionales<sup>13</sup>.

Este es el momento caracterizado por la difusión de las tesis desarrollistas divulgadas por la Comisión Económica para América Latina, CEPAL, órgano de la ONU que estimuló la industrialización autárquica como camino para la sustitución de las importaciones. Sin embargo, corrientes de pensamiento contrarias a esta tendencia, encontraron eco en los países latinoamericanos<sup>14</sup>. La victoria de la revolución cubana fortaleció la tesis de que el desarrollo puede ser alcanzado por la estatización de los medios de producción<sup>15</sup>.

Tales ideas provocaron conflictos al acarrear acciones de naturaleza preventiva que llevaron a la intervención de los militares en las estructuras nacionales de poder. Los golpes de Estado suceden en los Andes, América Central y el Cono Sur interrumpiendo nuestras frágiles experiencias democráticas. Como consecuencia, se van fortaleciendo los movimientos de resistencia al autoritarismo, que encuentran eco profundo en las universidades<sup>16</sup>.

En esa coyuntura, CIESPAL comete la equivocación de transformar las escuelas pioneras de periodismo en Facultades de Ciencias de la Información sin evaluar la coyuntura internacional y sin observar la naturaleza de los modelos vigentes en las sociedades capitalistas avanzadas. Propone un modelo curricular polivalente<sup>17</sup> que entraba en conflicto con las tendencias industriales de especialización profesional. Esta propuesta pedagógica pretendía unificar las experiencias pedagógicas, eliminando prácticamente las diferencias individuales y económicas entre los países de la región.

El resultado fue dañino puesto que se crearon ghettos «comunicológicos»<sup>18</sup> dentro de las universidades que, sensibles a los sentimientos anti-autoritarios, se convirtieron en espacios de cultivo del alternativismo<sup>19</sup>. En contrapartida, negaron cualquiera de las opciones modernizantes<sup>20</sup> de naturaleza industrial. Esa tendencia persistió hasta el final de los años ochenta, transformando las escuelas de comunicación en fábricas de desempleados<sup>21</sup>.

Aunque no fue uniforme en todo el continente, tal movimiento se incrustó de forma profunda en muchas universidades<sup>22</sup>, distanciando a las escuelas del trabajo y de las demandas de la sociedad. Naturalmente existieron excepciones que fueron estigmatizadas por los líderes académicos del área, inhibiendo su desarrollo.

<sup>12</sup> CIESPAL. *Las Escuelas de Periodismo en América Latina*. Quito: El Centro, 1963.

<sup>13</sup> MARQUES DE MELO, José. *La Escuela Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*. México: Universidad Iberoamericana, 1997.

<sup>14</sup> MATTELART, Armand. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1973.

<sup>15</sup> SILVA, Ludovico. *La plusvalía ideológica*. Caracas: UCV, 1970.

<sup>16</sup> PRIETO, Daniel. *Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa*. Puebla/México: s/e, 1984.

<sup>17</sup> KELLY, Celso. *As novas formas do jornalismo*. Río de Janeiro: Agir, 1996.

<sup>18</sup> CORRAL, Manuel. *La ciencia de la comunicación en México: Origen, desarrollo y situación actual*. México: UAM, 1982 y SOLIS, Beatriz. *Modelo para armar: una experiencia mexicana*, En *Diálogos de la Comunicación*, 19. Lima: FELAFACS, 1988. pp. 36-45.

<sup>19</sup> FUENTES NAVARRO, Raúl. *El diseño curricular en la formación universitaria de comunicadores sociales-realidades, tendencias, alternativas*. En *Diálogos de la Comunicación* 17. Lima: Felafacs, 1987. pp. 77-87.

<sup>20</sup> FUENTES NAVARRO, Raúl. *Escuelas de comunicación y brechas tecnológicas en México*. En *Diálogos de la Comunicación* 19. Lima: FELAFACS, 1988. pp. 36-45.

<sup>21</sup> LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *O ensino da comunicação e as demandas do mercado de trabalho*. En *Simpósios em Comunicações e Artes*, 8. São Paulo: ECA-USP, 1991. pp. 29-44.

<sup>22</sup> SÁNCHEZ, Joaquín. *FELAFACS y la Enseñanza de la Comunicación*. En *Diálogos de la Comunicación* 17. Lima: Felafacs, 1987. pp. 70-77.

Cuando en América Latina se colocó un punto final en los regímenes autoritarios y se reinstauró la democracia, se esperó una contribución decisiva de las universidades, especialmente de las escuelas de comunicación, para sembrar políticas democráticas de comunicación. Fue la oportunidad para que los modelos «alternativos» fueran puestos en práctica, con miras a la coyuntura internacional favorable<sup>23</sup>.

Sin embargo, esta situación evidenció el fracaso de la comunidad académica del área. Ésta había apostado a las soluciones estatizantes (ignoradas por la opinión pública) o había creado micro-modelos de comunicación participativa que no se incorporaron a las exigencias modernas de sistemas informativos industriales y altamente industrializados<sup>24</sup>.

Es comprensible que muchos de esos comunicólogos se hayan convertido en «profetas del caos» y hoy estén refugiados en los cursos de posgrado buscando influir (sin mucho éxito) en las nuevas generaciones y conquistar la adhesión para sus tesis trasnochadas<sup>25</sup>. Es por esto también que las tentativas de creación de maestrías profesionalizantes encuentran resistencia en las universidades de varios países. Los líderes que se frustraron históricamente, intentan usar el poder académico que poseen para impedir cambios, especialmente aquellos que representan formas de interacción con el mercado y la actividad profesional<sup>26</sup>.

### Particularidades brasileñas

En el Brasil, la enseñanza y la investigación en comunicación poseen muchas similitudes con el panorama latino-

americano. Sin embargo, hay algunas divergencias que tornan particulares nuestras experiencias.

El fondo de la cuestión está en el retorno brasileño al movimiento homegeneizador iniciado por CIESPAL en los años setenta<sup>27</sup>. El gobierno militar adhirió inicialmente al currículo destinado a preparar comunicadores polivalentes, pero no resistió la presión proveniente de las corporaciones profesionales. Muy pronto se restableció el sistema de formación de comunicadores especializados: periodistas, publicistas, relacionistas públicos, productores de radio y de video, cineastas y editores (*publishers*).

No obstante, manteniendo un «tronco común» (formación humanística o fenomenológica), el currículo establecido en 1984<sup>28</sup> reconoce la autonomía de las profesiones, al exigir estudios específicos a lo largo de la carrera para su aprendizaje<sup>29</sup>. Sin embargo, el aspecto diferenciador de la formación brasileña de comunicadores sociales está en el requisito de prácticas y de equipamientos técnicos para el entrenamiento de los futuros profesionales<sup>30</sup>.

Un curso de periodismo, por ejemplo, debe contar con infraestructura didáctica que incluya: hemeroteca, estudios de fotografía, diagramación, radiodifusión, televisión y telemática, entre otros. Además de eso, las universidades que mantienen tales cursos están obligadas a editar periódicos y otras publicaciones experimentales<sup>31</sup> destinadas a la simulación de situaciones compatibles con las características del mercado de trabajo. Además, a cada estudiante se le

<sup>23</sup> FADUL, Anamaría. *O ensino de comunicação e a nova conjuntura internacional*. En *Simpósios em Comunicações e Artes 8*. São Paulo: ECA-USP, 1991. pp. 45-57.

<sup>24</sup> MARQUES DE MELO, José. *Comunicação e modernidade*. São Paulo: Loyola, 1991.

<sup>25</sup> FADUL Anamaría. *Las ciencias sociales y la comunicación*. En *Día-logos de la Comunicación 32* Lima: FELAFACS, 1992. pp. 4-7.

<sup>26</sup> MARQUES DE MELO, José. *América Latina cresce mas não aparece. Há muitas escolas de comunicação mas pouca qualidade*. *Imprensa 112*. São Paulo: Editora Feeling. pp. 76-77

<sup>27</sup> MEDITACH, Eduardo, e Anibal Bragança. *A questão curricular: do impasse à reinvenção*. En MARQUES DE MELO, J. (Coord.). *Ensino de Comunicação no Brasil: Impasses e desafios*. São Paulo: ECA-USP, 1987. p. 17-37.

<sup>28</sup> KUNSCH, Margarida. (org). *O ensino de comunicação-análises, tendências e perspectivas*. São Paulo: ABECOM, 1992.

<sup>29</sup> MEDITACH, Eduardo e Anibal Bragança. Op.Cit.

<sup>30</sup> SILVA, Luiz Custódio. *Órgãos laboratoriais: da Resistência aos novos caminhos*. En MARQUES DE MELO, J. *Ensino de Comunicação no Brasil: impasses e desafios*. Op.Cit.

<sup>31</sup> LOPES, Dirceu Fernandes. *Jornal-Laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor*. São Paulo: Summus, 1989.

exige en el último semestre del curso la elaboración de un proyecto experimental<sup>32</sup>, que representa un pasaporte para el ingreso en la profesión.

Esa exigencia busca compensar un exceso de la legislación brasileña, que consiste en la prohibición de pasantías en las empresas periodísticas. Se trata con todo, de una prescripción legal que permanece como «letra-muerta» pues generalmente los estudiantes burlan la vigilancia de los sindicatos o del gobierno e ingresan precozmente a las empresas de menor categoría.

De otro lado, la interacción con el mercado de trabajo se constituye en el talón de Aquiles de las escuelas de Comunicación en el Brasil. No obstante, considerada deseable e inaplazable, la aproximación se viene dando lentamente. En las ciudades pequeñas ésta es más fácil y rápida, pero en los grandes centros metropolitanos, las dificultades persisten. A pesar de esto, ya comienzan a darse articulaciones satisfactorias, principalmente en el caso de aquellas escuelas que asumen nítidamente un perfil profesionalizante. Las empresas facilitan el acceso de alumnos y profesores a las innovaciones que introducen en sus rutinas de trabajo y al mismo tiempo, se valen de la competencia de los investigadores universitarios para evaluar críticamente los productos lanzados en el mercado.

El factor decisivo para el incremento de estas relaciones es el «desarme ideológico». A partir de su experiencia simultánea como docente de la principal escuela de comunicación del país y editor del principal periódico diario brasileño, Carlos Eduardo Lins Da Silva, traza un cuadro realista de la cuestión:

«Es necesario (...) establecer puentes para que haya un mejor contacto entre empresas y escuelas. Para que ésto ocurra es necesario hacer algunas cosas. Primero, el desarme ideológico es fundamental. Mientras la universi-

dad esté armada ideológicamente contra las empresas esto no va a suceder. (...) La segunda pre-condición esencial es una actitud más moderna de los empresarios en relación al asunto, porque la mayoría absoluta de los empresarios cree que gastar dinero en la enseñanza es desperdiciarlo. O sea, el capitalismo que se practica todavía en la mayor parte de las empresas de comunicación en el país, es absolutamente salvaje —la ganancia por la ganancia...—<sup>33</sup>.

Hoy, existe en el país más de un centenar de programas universitarios en Comunicación. Son institutos, facultades, escuelas y departamentos que dan prioridad a la formación de comunicadores a nivel profesional. La demanda estudiantil para esos cursos es la mayor en todo el sistema brasileño. En la Universidad de São Paulo, por ejemplo, cada cupo para un curso de publicidad es competido por, al lo menos, setenta candidatos. En el caso de periodismo, la relación es de cincuenta candidatos-cupo. El alumno ingresa en el curso de Comunicación Social, pero generalmente hace una selección de la aptitud profesional en el examen de ingreso a la universidad. Son pocas las instituciones que posponen esa elección para el segundo o tercer año. Esto indica la importancia atribuida a la profesionalización en la enseñanza de pregrado, aunque muchos educandos no estén plenamente capacitados para el ejercicio de las actividades ocupacionales para las cuales estudiaron. En la tentativa de crear un filtro de calidad, el Ministerio de Educación acaba de crear un examen de fin de curso, con la intención de evaluar si el aprendizaje fue satisfactorio. Aunque el resultado de ese examen no impide legalmente a los egresados ingresar al mercado de trabajo, el desempeño negativo de los candidatos será factor fundamental para la decisión de una empresa en el momento de la contratación.

La innovación introducida por el Gobierno brasileño, siguiendo, no obstante, las experiencias vigentes en otros países, indica la saturación del mercado de trabajo nacional en relación al número de egresados de las universidades. En

<sup>32</sup> TARGINO, Maria das Graças e Laerte Magalhães. **Projetos Experimentais no Ensino de Comunicação**. Teresina: Edição dos Autores, 1994.

<sup>33</sup> LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. Op.Cit. 34.

el caso del periodismo la situación es preocupante y las nuevas generaciones de egresados están destinadas a engrosar las legiones de desempleados.

### Perfil de los nuevos periodistas

Desde los últimos años de la década de los sesenta la profesión de periodista es exclusiva de los portadores de diploma universitario obtenido en cursos específicos acreditados y reconocidos por el Gobierno Federal; aunque los periodistas que ya estaban en el ejercicio de la profesión, desde hacía más de cinco años, tuvieron al comienzo sus derechos garantizados. Hasta el final de la siguiente década, fueron contratados excepcionalmente periodistas sin formación universitaria o que venían de otras áreas del conocimiento, justamente en aquellas regiones donde no había cursos de periodismo.

La reserva de mercado se constituyó en factor de crecimiento de la red universitaria. En las regiones donde no existían cursos de periodismo, éstos se fueron creando paulatinamente por presiones de naturaleza corporativa. Hoy, con raras excepciones de territorios ubicados en la Amazonia, todas las unidades de la federación poseen cursos de periodismo. La mayor concentración está en el sur y en el sudeste, donde también existe mayor incremento demográfico y la presencia de empresas periodísticas de gran importancia.

Todavía la calidad de los periodistas profesionales no es satisfactoria. Hay instituciones que se destacan por la excelencia de la enseñanza, formando profesionales capacitados para ingresar inmediatamente al mercado de trabajo. Sin embargo, la mayoría lanza a la sociedad recursos humanos absolutamente incapaces para el ejercicio profesional.

Considerando el promedio de los profesionales jóvenes, podemos trazar el siguiente perfil ocupacional: Poseen conocimientos básicos de la actividad periodística, pero no desarrollaron actividades para manejar las nuevas tecnologías y tampoco almacenaron conocimientos humanísticos

que los capacitara para comprender de forma integral los hechos que generan noticias. Cuentan con potencial para ingresar en el mercado de trabajo, pero les falta competencia profesional. Por esta razón, las principales empresas periodísticas montaron programas de actualización, destinados a superar las deficiencias de los candidatos a reporteros o a redactores. Se trata de actividades de corta duración consistentes básicamente en la asimilación de los principios que fundamentan las rutinas productivas de la empresa<sup>34</sup>.

### Proyectos innovadores

Algunas universidades están buscando superar tal impase al romper la camisa de fuerza comunicológica que se volvió hegemónica en todo el país. Ésta se origina en la matriz que alimenta la formación de los nuevos docentes —el posgrado académico— y trata de programas generalmente dirigidos y controlados por doctores provenientes de otras áreas del conocimiento (principalmente sociología y lingüística), que toman a la Comunicación como «pretexto» para sus investigaciones universitarias, desconociendo el «contexto» en el que los *mass media* actúan e influyen a la sociedad.

La generación emergente de profesores de comunicación, portadores de títulos de maestría y doctorado, posee, con raras excepciones, una dirección comunicológica que atrofia la comprensión de los fenómenos de naturaleza profesional. Algunos demuestran capacidad para superar esa desviación de formación, pero la mayoría se mantiene prisionera de los esquemas mentales heredados de sus maestros.

Son pocas las universidades que han intentado superar el bloqueo. A pesar de las críticas constantes de las empresas, las universidades se escudan equivocadamente en el estatuto de la autonomía, dejando de reconocer el desfase entre enseñanza-investigación y demandas de la sociedad. El

<sup>34</sup> FERNANDES, Ailton. *Focalizando talentos*. Young 58-63. São Paulo: Editora Gémini, 1997 pp.1-5.

telón de fondo de la cuestión está en la crisis coyuntural de la universidad brasileña, rehén del corporativismo interno y sorda a los anhelos comunitarios.

Pero hay experiencias que presentan resultados positivos que pueden funcionar a mediano plazo como modelos capaces de ser reproducidos en otras instituciones. Vale la pena destacarlas:

***Periodismo como forma de conocimiento:  
Experiencia de Florianópolis***

Desde 1979, la Universidad Federal de Santa Catarina mantiene un Curso de Comunicación Social con un único énfasis: Periodismo. Esa opción determinó una integración curricular entre el «tronco común» y la «formación especializada». Las disciplinas básicas (de naturaleza humanística o fenomenológica) fueron estructuradas como soporte del trabajo informativo. De esta manera, las actividades comunicacionales que atienden las funciones *persuasivas* (publicidad, relaciones públicas) y de *entretenimiento* o *educativas* (radio-televisión, cine, publicaciones), dejaron de pesar en la cantidad de los conocimientos teóricos básicos.

De esto resultó un acomodamiento del universo socio-cultural de los alumnos que focaliza aspectos prioritarios para su desempeño profesional. La renovación ocurrida en Santa Catarina fue reseñada de modo perspicaz por Eduardo Meditsch quien describe así sus características básicas:

«Paradójicamente, la primera universidad brasileña que negó la comunicología de CIESPAL, fue tal vez la que más fielmente la haya interpretado llevándola a las últimas consecuencias en la práctica con la formación del periodista. (...) la ruptura ocurrida en Santa Catarina, fue posibilitada por una serie de circunstancias particulares, como la existencia de un único énfasis en el curso, la agilidad característica de una institución nueva y pequeña y el hecho de vivir en proceso de *revolución permanente*, con la participación paritaria de los estudiantes en todos los niveles de decisión. Las conquistas pedagógicas que estas circunstancias ya habían propiciado y que estaban incorporadas al currículo local desde 1985, abrieron camino para el avance ocurrido en la especialización de la formación.

«(...) Entre esas conquistas estaban la superación de la dicotomía enseñanza básica/enseñanza profesionalizante; la enseñanza de técnicas en disciplinas prácticas, en estudios equipados, con grupos reducidos de máximo catorce alumnos, la realización de investigaciones y la prestación de servicios (extensión universitaria) a nivel universitario; todo esto teniendo en cuenta la motivación de los estudiantes como elemento imprescindible en el proceso de aprendizaje».

«(...) En la nueva fase, esta estructura permitió la profundización de una teoría específica del periodismo (materia que estaba incluida en el currículo); la adecuación de las otras materias del tronco común de la comunicación y de la fundamentación teórica a los objetivos de la formación de un profesional capaz de producir conocimiento y el desarrollo de técnicas de enseñanza adecuadas al periodismo, como por ejemplo el respeto, en las clases prácticas, al tiempo de producción existente en la realidad profesional, evitando procedimientos que parecen un disco rayado».

«(...) La evaluación de la experiencia de la UFSC con parámetros buscados en la experiencia del educador Paulo Freire, señala, por un lado, la existencia de límites institucionales que deben ser superados y, por otro, la posibilidad de esta superación. Ésta pasa por la afirmación de que el periodismo como profesión, la competencia técnica y el espíritu crítico, son inseparables».

«(...) En este camino, los cursos de comunicación que enseñan periodismo, necesitan transformarse al mismo tiempo *en cursos de conocimiento de periodismo y sobre periodismo*. Toda la teoría tratada en esos cursos necesita estar fundamentada en la práctica, para, de un lado, no perderse del objeto y, de otro, transformar su visión de la profesión de *técnica en tecnológica*, para interferir en esta práctica»<sup>35</sup>.

<sup>35</sup> MEDITSCH, Eduardo. Op.Cit, p.202-204.

**Periodismo como relación social específica:  
Experiencia de São Paulo**

La Universidad de São Paulo mantiene un curso universitario en periodismo desde 1967, año de la creación de su Escuela de Comunicaciones y Artes. Este curso fue estructurado inicialmente como programa de formación profesional específica, constituyendo un modelo que se reprodujo en todo el país. Capitalizaba las experiencias internacionales del área y a éstas les agregaba los resultados de proyectos innovadores ya probados en el propio país<sup>36</sup>.

Después de la adopción del currículo mínimo establecido por la resolución 2/84 del Ministerio de Educación, este curso fue perdiendo su fisonomía, en función de la filosofía comunicológica que inspiraba la respectiva norma académica que a su vez inspiraba la referida norma legal. El periodismo fue reducido a la mera capacitación en un universo denominado genéricamente «comunicación social», perdiendo toda su identidad profesional. La formación básica de naturaleza fenomenológica, asumió un papel hegemónico en el curso, entrando en conflicto con la naturaleza esencialmente profesional del periodismo.

Sin embargo, en 1990, la institución decidió superar el impase implantando un currículo experimental, que asumió la redemarcación del periodismo en el universo comunicacional, atribuyéndole una «relación social específica» y rescatando su «compromiso con el interés público y la verdad».

Las directrices del nuevo proyecto están consubstanciadas en un texto que Bernardo Kucinski dirigió a los participantes del *Simposio de Enseñanza del Periodismo*, promovido por INTERCOM, en su congreso anual realizado en Vitória-Espírito Santo<sup>37</sup>. De éste presento los datos esenciales:

«En 1990, la Escuela de Comunicaciones y Artes decidió enfrentar de forma radical las inadecuaciones de la enseñanza del periodismo con una propuesta volcada a re-erguir el periodismo como una profesión definida por una ética, y dirigida a la reconstrucción de la ciudadanía y de la democracia. Las investigaciones de campo tuvieron el apoyo del BID, que ya había patrocinado, en conjunto con el Conselho Nacional de Pesquisa, CNP, una amplia investigación sobre el destino de los profesionales formados por la ECA en las décadas de los 70 y 80 (...)»<sup>38</sup>.

«La propuesta del nuevo currículo busca recuperar un concepto de demarcación del periodismo como relación social específica, distinta de otras relaciones semejantes a éste y portadora de una ética y de una actuación social propias (...). Lo que debe caracterizar al periodismo en el actual universo de la comunicación es la legitimidad de su compromiso con el interés público y con la verdad. En la mayoría de las demás formas de comunicación prevalece la legitimidad de la defensa de los intereses particulares, aunque mediada cada vez más por el interés público...».

«En el nuevo currículo, además de la capacitación profesional y de la ética para el ejercicio del periodismo, el alumno cursará disciplinas básicas en algún otro campo de conocimiento, escogido por él. Se trata de una adaptación de los sistemas de *major* y *minor* de universidades americanas. Cuarenta por ciento de carga horaria del nuevo currículo corresponde a disciplinas de un tronco de conocimiento distinto al estudio del periodismo. El otro sesenta por ciento es distribuido en la proporción de dos tercios para talleres y un tercio, o veinte por ciento del total del curso, para disciplinas demarcatorias de periodismo. La formación básica, a través de los troncos de conocimiento, no tiene por objetivo la especialización. Son disciplinas esenciales del periodista como ser epistémico, como ser pensante, dotado de conocimiento e de espíritu crítico (...)».

<sup>36</sup> MARQUES DE MELO, José. *Evolution of The Communication Discipline in Brazil*. *Gazette* 21-1. Amsterdam, 1975. pp. 34-39.

<sup>37</sup> KUCINSKI, Bernardo. *Jornalismo para a democracia. Como nasceu o novo curriculum de jornalismo da ECA-USP*. Paper apresentado ao Congresso da Intercom. Vitória. 1993.

<sup>38</sup> LOPES, Dirceu Fernandes.. *Población e Da Viá. O Mercado de trabalho em comunicações e Artes e os profissionais formados pela ECA nas décadas de 70 e 80*. São Paulo: NUPEM, 1993.

«En el nuevo currículo los talleres ganan la función adicional de mantener una atmósfera periodística (...). Además de eso, se decidió colocar dentro de cada proyecto de talleres, en los momentos más apropiados, las disciplinas de estudios del lenguaje y de la técnica periodística. Se trata de una concepción más orgánica de taller como un espacio no solamente de elaboración de productos sino también de reflexión y conceptualización».

«Obviamente, el nuevo currículo abre caminos para la reciprocidad, para que alumnos provenientes de otras áreas obtengan capacitación periodística —inclusive profesionalización—, cursando solamente las disciplinas referidas al periodismo y a los talleres. Se puede romper, así, desde dentro de la universidad, a través del currículo, la reserva de mercado para las escuelas de comunicación, que contribuyó tanto para la decadencia del periodismo brasileño (...).».

«La demarcación propuesta establece un conflicto con el mercado, no solamente en el sentido mercantilista de los medios de comunicación, sino desde la gran variedad de demandas de comunicación de la sociedad brasileña, que hoy se dan en el ámbito de los sindicatos, los partidos políticos, las asociaciones de barrios, las entidades de la sociedad civil, las empresas privadas no periodísticas y determinadas agencias del aparato del Estado. La propuesta de demarcación del curso de periodismo y de definición del nuevo ser epistémico periodista asume la necesidad de ese conflicto como requisito propio de un cambio de cualidad en la enseñanza del periodismo brasileño y de un avance en el proceso de la democratización de la información».

### ***Periodismo como campo de estudios avanzados: Experiencia de Campinas***

La Universidad Estatal de Campinas decidió, en 1993, iniciar actividades en el campo del Periodismo. La iniciativa partió del entonces rector, Carlos Vogt, que rescataba la idea lanzada por su antecesor, Prof. Paulo Souza, que se desempeña como Ministro de Educación.

La propuesta era invertir en la formación de posgrado de periodistas, considerando que los profesionales formados a

nivel de pregrado no suplen las exigencias de la sociedad contemporánea. Estos profesionales conforman un contingente de jóvenes inexpertos para enfrentar la cobertura de las noticias, y que como mucho, llenan las demandas de la reportería general en las pequeñas empresas. Su bagaje intelectual es deficiente, justamente por no haber tenido la oportunidad de profundizar sus estudios en áreas específicas del conocimiento<sup>39</sup>.

La intención de la UNICAMP es desarrollar programas de formación de posgrado, en dos niveles: a. preparando especialistas provenientes de áreas estratégicas del saber para comprender el universo mediático, dominando los procesos de producción periodística; b. complementando la formación de los periodistas recién graduados, proporcionándoles especialización en campos universitarios demandados por el mercado informativo.

Cuando las autoridades de la UNICAMP decidieran actuar de esta manera, tenían conciencia de estar remando contra la marea corporativista<sup>40</sup>. Pero, al mismo tiempo, estaban motivadas por el descontento de la ciudadanía. Captaban señales de desprecio a la calidad de los productos periodísticos que circulaban en el mercado. Para su mejoramiento, vislumbraban con nitidez, la carencia de profesionales competentes.

Para desarrollar el programa, fue creado el *Taller de Estudios Avanzados en Periodismo*, como órgano integrante del *Núcleo de Desarrollo y Creatividad*. Se trata de una estrategia que viene dando resultados positivos en la UNICAMP: antes de iniciar actividades regulares de enseñanza e investigación en una nueva área del conocimiento, la institución patrocina estudios previos en talleres, con la finalidad de acumular conocimientos avanzados. Solamente después de evaluar la complejidad de la nueva área y de probar algunos proyectos, se decide crear estructuras per-

<sup>39</sup> VOGT, Carlos. *Os novos desafios da imprensa*. En *Folha de São Paulo*, 3-6-94, p.3.

<sup>40</sup> LAGE, Nilson. *Os pós-jornalistas*. En *Zero*. Florianópolis: UFSC, s/a. p.4.

manentes destinadas a cubrir enseñanza, investigación y extensión<sup>41</sup>.

Presentado públicamente a la sociedad en abril de 1994, el taller de periodismo hizo, a través del seminario fundador, *La prensa en cuestión*, un amplio diagnóstico de los desafíos enfrentados por la empresa periodística en el panorama contemporáneo de las transformaciones socio-culturales, político-económicas y científico-tecnológicas<sup>42</sup>.

Ese evento confirmó el escenario esbozado anteriormente por el equipo fundador del taller cuyos rasgos pueden ser descritos de la siguiente manera<sup>43</sup>:

- Los acelerados cambios tecnológicos en el campo de las comunicaciones requieren ser evaluados, asimilados e adaptados al panorama brasileño. En todo el mundo, el periodismo vive un momento de perplejidad ante la proliferación continua de productos híbridos que amenazan la identidad y las funciones de la prensa.
- Ante de los desafíos de la competitividad (inclusive internacional), las empresas periodísticas brasileñas deben prepararse para enfrentarla sin perder sus atributos.
- La globalización de la información, la multiplicación de las fuentes emisoras y la masificación de las audiencias generan patrones de comportamiento que pueden comprometer los fundamentos éticos y las responsabilidades sociales de nuestra prensa.
- Información es cultura y la prensa no puede ignorar su vocación original como detonador del proceso de

desarrollo del país y dinamizador de los cambios de actitud.

- La veloz concentración de la empresa de medios en el mundo entero crea fórmulas masificadoras que debilitan el espectro de opciones, pudiendo comprometer el propio sistema democrático en sociedades desprovistas de sólidas instituciones culturales, a menos que sean creados mecanismos capaces de proyectar alternativas eficientes.

Para corresponder a tales demandas, el taller delineó sus metas a corto plazo:

- Propiciar el ambiente, los estímulos, los recursos humanos e los instrumentos para acompañar los cambios en la empresa periodística escrita y electrónica.
- Servir a la sociedad brasileña, a los países lusófonos y latinoamericanos, como foro de debates periodísticos.
- Establecer lo indispensable en el intercambio universidad-empresa.
- Ofrecer oportunidades de desarrollo técnico y cultural para periodistas en el ejercicio o candidatos a la profesión.
- Identificar problemas, investigar soluciones y crear alternativas en el campo del periodismo para empresas, organismos gubernamentales, instituciones de la sociedad civil o entidades profesionales.

Durante los tres primeros años, el taller de periodismo de la UNICAMP realizó actividades de naturaleza exploratoria: seminarios, simposios, coloquios, consultorías, buscando probar formas de acción concreta<sup>44</sup>. Para el futuro, están diseñados los siguientes proyectos prioritarios:

<sup>41</sup> VOGT, Carlos. *Inovação o jornalística e demandas urgentes*. En *Jornal da ANJ*, Brasília. Maio de 1994, p. 4.

<sup>42</sup> DINES, José Marques de Melo & Vogt. *A Imprensa em questão*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.

<sup>43</sup> *Laboratório (taller) de Estudios avanzado em jornalismo*. Rua 1 (1995): 145-148- Campinas: UNICAMP, 1997.

<sup>44</sup> MARQUES DE MELO, José. *Estudios Avanzados em Jornalismo: estratégias da UNICAMP*, Rua 2. Campinas: UNICAMP-NUDECRI, 1996.

- Seguimiento de la industria cultural. Se trata de un acompañamiento regular y sistemático del comportamiento de la empresa mediática brasileña, evaluando el desempeño profesional de sus periodistas y manteniendo un diálogo permanente con la sociedad. Para esto, mantendrá un espacio regular en el ciberespacio, denominado «observatorio de la prensa», contando con el respaldo del Comité Gestor de la Internet en el Brasil.
- Especialización de periodistas. Después de explorar áreas-frontera que demarcan las relaciones del periodismo con la universidad, se decidió privilegiar dos campos: ciencia y deporte. Se trata justamente de los objetos periodísticos que suscitan respectivamente mayor interés de los formadores de opinión pública y de los ciudadanos comunes. Cursos de posgrado en periodismo científico y en periodismo deportivo se están montando para formar periodistas capacitados en el ejercicio profesional calificado.

Por medio de estas estrategias, el taller de periodismo de Campinas viene ocupando un espacio significativo en el escenario académico/profesional brasileño. Demuestra así cómo reaccionar al inmovilismo, al conformismo y a cierto sentido de derrota que de alguna manera permean el ámbito universitario latinoamericano.

Para lo anterior, se organizó un núcleo ágil y osado evitando la *elefantiasis* burocrática y recurriendo principalmente a la asociación con empresas, organismos públicos y movimientos sociales. Los resultados hasta ahora obtenidos son modestos, pero alentadores. Con todo, solamente el tiempo confirmará la eficacia de esta metodología de trabajo.

### Conclusión

Desde hace cincuenta años América Latina viene desarrollando esfuerzos para capacitar periodistas en la universidad. El mejoramiento de los productos informativos que circulan en la región sin duda fue respaldada por los esfuerzos de tales instituciones académicas. Sin embargo,

las universidades no han sido ágiles para seguirle el paso a la sociedad. La velocidad de los engranajes mediáticos contrasta con la lentitud de la vida académica, produciendo tensiones y conflictos. Además de eso, la creación de escuelas y facultades de comunicación, a partir de los años sesenta, amplió el universo temático, asumiendo otras actividades culturales emergentes en los sectores de la persuasión, entretenimiento y educación a distancia. Pero en la tentativa de convertir a la Comunicación Social en campo homogéneo a través de currículos unificados, acabó por distanciarse de las tendencias vigentes en el mercado, que se orientaba por el camino de la especialización profesional.

El periodismo sufrió el impacto de ese proceso reduccionista, de cierto modo atrofiándose, dejando de responder a las demandas sociales y de caminar al ritmo de la modernidad. En muchas universidades latinoamericanas, desapareció la preocupación por la formación profesional, privilegiando el universo investigativo, y en muchos casos, rechazando al empirismo.

De cierto modo, el Brasil buscó rehuir a la tendencia predominante en la mayoría de los países hispanoamericanos. Continuó priorizando la formación profesional de los comunicadores, a nivel del pregrado, reservando el espacio de posgrado para actividades comunicacionales más amplias.

La eliminación de los programas de formación específica —entre ellos el de periodismo— reducidos a la mera preparación del curso de comunicación social, acabó por comprometer la identidad de los campos profesionales. En las dos últimas décadas, hemos desarrollado actividades universitarias de buen nivel, conviviendo, sin embargo, con críticas constantes que proceden tanto de las empresas, como de las corporaciones profesionales. Algunas universidades tuvieron la osadía de superar ese bloqueo experimentando soluciones alternativas que se orientan en dos directrices:

- Re-demarcar el espacio y la identidad del Periodismo, dentro del universo comunicacional, como actividad de enseñanza a nivel del pregrado.

- Construir una nueva identidad universitaria para el Periodismo, en cuanto acción posgraduada, partiendo del presupuesto de que el ejercicio profesional contemporáneo exige una base cultural sólida en áreas específicas del conocimiento.

Son experiencias en proceso que suscitan el interés de toda la comunidad académica y de las corporaciones profesionales, y que pueden servir de punto de referencia para innovaciones futuras en otros países.

### Bibliografía

- AGUIRRE, Jesús María. **De la Práctica Periodística a la Investigación Comunicacional: Hitos del pensamiento venezolano sobre comunicación social.** Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, 1996.
- CIESPAL. **Las Escuelas de Periodismo en América Latina.** Quito: El Centro, 1963.
- CORRAL, Manuel. **La ciencia de la comunicación en México: Origen, desarrollo y situación actual.** México: UAM, 1982.
- DINES, José Marques de Melo & Carlos Vogt. **A Imprensa em questão.** Campinas: Editora da UNICAMP, 1997.
- FADUL Anamaría. *Las ciencias sociales y la comunicación.* En **Diálogos de la Comunicación** 32 Lima: FELAFACS, 1992. pp. 4-7.
- FADUL, Anamaría. *O ensino de comunicação e a nova conjuntura internacional.* En **Simpósios em Comunicações e Artes** 8. São Paulo: ECA-USP, 1991. pp. 45-57.
- FERNANDES, Ailton. *Focalizando talentos.* **Young** 58-63. São Paulo: Editora Gémini, 1997 pp.1-5.
- FUENTES NAVARRO, Raúl. *El diseño curricular en la formación universitaria de comunicadores sociales-realidades, tendencias, alternativas.* En **Diálogos de la Comunicación** 17. Lima: Felafacs, 1987. pp. 77-87.
- FUENTES NAVARRO, Raúl. *Escuelas de comunicación y brechas tecnológicas en México.* EN **Diálogos de la Comunicación** 19. Lima: FELAFACS, 1988. pp. 36-45.
- KELLY, Celso. **As novas formas do jornalismo.** Río de Janeiro: Agir, 1996.
- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo para a democracia: como nasceu o novo curriculum de jornalismo da ECA-USP.** Paper apresentado ao Congresso da Intercom. Vitória. 1993.
- KUNSCH, Margarida. (org). **O ensino de comunicação. Análises, tendências e perspectivas.** São Paulo: ABECOM, 1992.
- Laboratório (taller) de Estudios avanzado em jornalismo. Rua 1 (1995): 145-148. Campinas: UNICAMP, 1997.
- LAGE, Nilson. *Os pós-jornalistas.* En **Zero.** Florianópolis: UFSC.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. **O adiantamento da hora: a influencia americana sobre o jornalismo brasileiro.** São Paulo: Summus, 1991.
- LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. *O ensino da comunicação e as demandas do mercado de trabalho.* En **Simpósios em Comunicações e Artes**, 8. São Paulo: ECA-USP, 1991. pp. 29-44.
- LOPES, Dirceu Fernandes. **Jornal-Laboratório: do exercício escolar ao compromisso com o público leitor.** São Paulo: Summus, 1989.
- LOPES, Dirceu Fernandes. **Población e Da Viá. O Mercado de trabalho em comunicações e Artes e os profissionais formados pela ECA nas décadas de 70 e 80.** São Paulo: NUPEM, 1993.
- MARQUES DE MELO, José. *América Latina cresce mas não aparece. Há muitas escolas de comunicação mas pouca qualidade.* **Imprensa** 112. São Paulo: Editora Feeling, 1997.
- MARQUES DE MELO, José. *Cáster Líbero, pioneiro do ensino de jornalismo no Brasil.* En **Transformações do jornalismo brasileiro: ética e técnica,** São Paulo: INTERCOM. 1994.
- MARQUES DE MELO, José. **Comunicação e modernidade.** São Paulo: Loyola, 1991.
- MARQUES DE MELO, José. **Contribuições para uma Pedagogia da Comunicação.** São Paulo: Paulinas, s/a.
- MARQUES DE MELO, José. **Estudios Avanzados em Jornalismo: estratégias da UNICAMP,** Rua 2. Campinas, UNICAMP-NUDECRI, 1996.
- MARQUES DE MELO, José. *Evolution of The Communication Discipline in Brazil.* **Gazette** 21-1. Amsterdam, 1975. pp. 34-39.
- MARQUES DE MELO, José. *Indústria Cultural, jornalismo e jornalistas.* En **Revista Brasileira de Comunicação** 65. São Paulo: INTERCOM, 1991. pp. 30-37.
- MARQUES DE MELO, José. **La Escuela Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación.** México: Universidad Iberoamericana, 1997.
- MARQUES DE MELO, José. *O divórcio entre a universidade e a industria da comunicação na America Latina.* En LUNA CORTÉS, Carlos. **Generación de conocimientos y formación de comunicadores.** México: Opción/Felafacs. 1992.
- MARQUES DE MELO, José. **Subdesenvolvimento, urbanização e comunicação.** Petropolis: Vozes, 1976.
- MATTELART, Armand. **La comunicación masiva en el proceso de liberación.** Buenos Aires: Siglo XXI, 1973.
- MEDITACH, Eduardo, e Anibal Bragança. *A questão curricular: do impasse à reinvenção.* En MARQUES DE MELO, J. (Coord.).

- Ensino de Comunicação no Brasil: Impasses e desafios.** São Paulo: ECA-USP, 1987. p. 17-37.
- NIXON, Raymond. **La enseñanza del periodismo en América Latina.** New York: CHEAR, 1970.
- PRIETO, Daniel. **Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa.** Puebla, México: s/e, 1984.
- RIZZINI, Carlos. **O ensino de jornalismo.** Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1951.
- SÁNCHEZ, Joaquín. *FELAFACS y la Enseñanza de la Comunicación.* En **Dia-logos de la Comunicación** 17. Lima: Felafacs, 1987. pp. 70-77.
- SILVA, Ludovico. **La plusvalía ideológica.** Caracas: UCV. 1970.
- SILVA, Luiz Custódio. *Órgãos laboratoriais: da Resistência aos novos caminhos.* En MARQUES DE MELO, J. **Ensino de Comunicação no Brasil: impasses e desafios.** São Paulo: ECA-USP, 1987.
- SOLIS, Beatriz. *Modelo para armar: una experiencia mexicana.* En **Diá-logos de la Comunicación**, 19. Lima: FELAFACS, 1988. pp. 36-45.
- TARGINO, Maria das Graças e Laerte Magalhães. **Projetos Experimentais no Ensino de Comunicação.** Teresina: Edição dos Autores, 1994.
- TEIXEIRA, Anísio. **Educação no Brasil.** 2ª. ed. São Paulo: Nacional, 1976.
- UNESCO. **Los medios de comunicación en América Latina.** París: La Organización, 1961.
- VOGT, Carlos. *Inovação o jornalística e demandas urgentes.* En **Jornal da ANJ**, Brasília. Maio de 1994.
- VOGT, Carlos. *Os novos desafios da imprensa.* En **Folha de São Paulo**, s/d.