

Las universidades bolivianas no forman periodistas

Las universidades bolivianas no están formando específicamente periodistas. Sólo 4 de las 44 carreras de Comunicación y Relaciones Públicas que hay en el país están orientadas a esa área; el resto carece de un enfoque particular en periodismo o se centra en otros campos.

El Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) aplicó un cuestionario a 13 universidades y revisó los planes de estudio de 22 carreras para evaluar la situación de la formación universitaria de periodistas.

Teniendo en cuenta los grados de Licenciatura, Técnico Medio y Técnico Superior, se contabilizó 44 carreras de Comunicación, Comunicación Audiovisual, Comunicación Publicitaria, Comunicación Estratégica y Corporativa, Periodismo y Relaciones Públicas, impartidas por 32 universidades bolivianas. Sin embargo, no existe licenciatura alguna en periodismo en toda Bolivia, lo que también deja entrever, en cierto modo, la crisis que está atravesando la profesión del periodismo en el país.

Existen sólo dos carreras de periodismo en Bolivia y ambas a nivel técnico superior: una impartida por la Universidad Nacional Siglo XX de Potosí (Llallagua), en modalidad a distancia, y otra en la Universidad San Francisco de Asís en La Paz. Cabe destacar que la Carrera de Periodismo en Potosí se acaba de iniciar en 2007 y de manera experimental, con el objetivo de profesionalizar a los periodistas que aún son empíricos.

La ausencia de carreras de periodismo a nivel licenciatura está relacionada con el poco interés que muestran los bachilleres por formarse académicamente en ese campo. La Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra (UPSA), entre 1989 y 2004, ofreció la Carrera de Periodismo a nivel Técnico Superior, como carrera intermedia de la Licenciatura en Comunicación Social. Tuvo que cerrarla pues la cantidad de interesados era muy escasa. La misma universidad en 2004 hizo un estudio de mercado entre periodistas y otros profesionales con la intención de abrir una Maestría en Periodismo, pero el proyecto quedó truncado antes de nacer por el escaso interés del público vinculado.

Ingrid Steinbach
Comunicadora
Docente Universidad Privada de Santa Cruz
de la Sierra (UPSA).

Liliana Colanzi S.
Comunicadora
Ex - corresponsal del Observatorio Nacional
de Medios en Santa Cruz de la Sierra.

Todos los departamentos de Bolivia tienen al menos una carrera de Comunicación.

En 2006, la Universidad Privada Domingo Savio (UPDS) de Santa Cruz se propuso abrir la licenciatura en Periodismo, pero también tuvo que archivar estos planes por los mismos motivos con los que tropezó la UPSA.

La mayoría de los bachilleres escoge Comunicación Social por las diversas áreas de aplicación que tiene (marketing, publicidad, comunicación organizacional, comunicación para el desarrollo, turismo, etc.). El Periodismo no es el área preferida de la mayoría, pero sí es visto como una opción laboral más.

Otro elemento relacionado con esto es que hay indicios de que los periodistas bolivianos han ido perdiendo credibilidad y prestigio frente a la sociedad: "los medios van a la baja, porque la calidad informativa está disminuyendo" (Rojas y Peñaranda 2003:22). Asimismo, de acuerdo con un estudio realizado por el ONADEM en el que participaron líderes sociales de diez ciudades, el 49% de los

encuestados coincidió en que hace 5 años, los periodistas gozaban de mayor credibilidad que en los tiempos actuales. Es probable que esta situación esté asociada a la falta de interés de la gente en estudiar Periodismo.

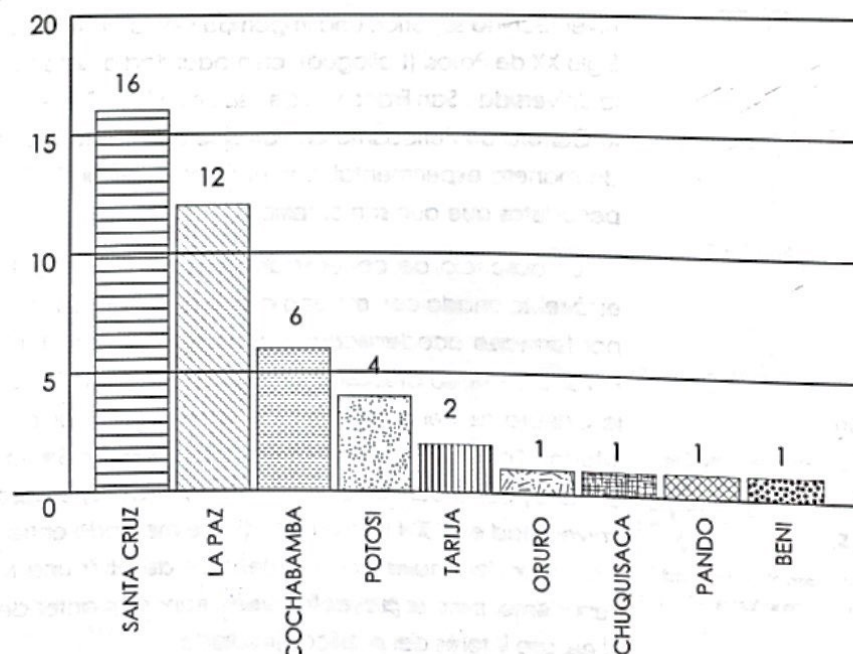
La industria mediática crece desde la década de 1980

Todos los departamentos de Bolivia tienen al menos una carrera de Comunicación. La Universidad Tomas Frías de Potosí y la Juan Misael Saracho de Tarija son las únicas universidades públicas que no ofrecen la Carrera de Comunicación (aparte de la Escuela Militar de Ingeniería y la Universidad Militar). La ciudad de Santa Cruz concentra la mayor cantidad de carreras de Comunicación (16), seguida por La Paz (12) y Cochabamba (6). El Gráfico 1 ilustra estos datos

La abundante oferta en Comunicación responde a las siguientes tendencias:

Gráfico 1: Carreras de Comunicación y afines por departamento

Fuente: ONADEM



1.- A partir de la década de 1980, se produjo un fuerte crecimiento de la industria mediática, fenómeno "producido especialmente por el establecimiento de la televisión comercial en 1984; el crecimiento del volumen publicitario privado y el incremento de la propaganda política electoral; la instalación de estaciones de radio, sobre todo en frecuencia modulada; la expansión de los canales privados de televisión; la duplicación del número de publicaciones periódicas (en especial diarios y semanarios); el surgimiento de agencias informativas nacionales que compitieron con la hasta entonces tradicional y solitaria Fides de la Iglesia Católica; y el inicio de la articulación de redes empresariales entre los dueños de los canales de televisión" (Torrico 2005, citado en Contreras 2005:15). Esa expansión de la industria mediática requirió de un mayor número de periodistas profesionales.

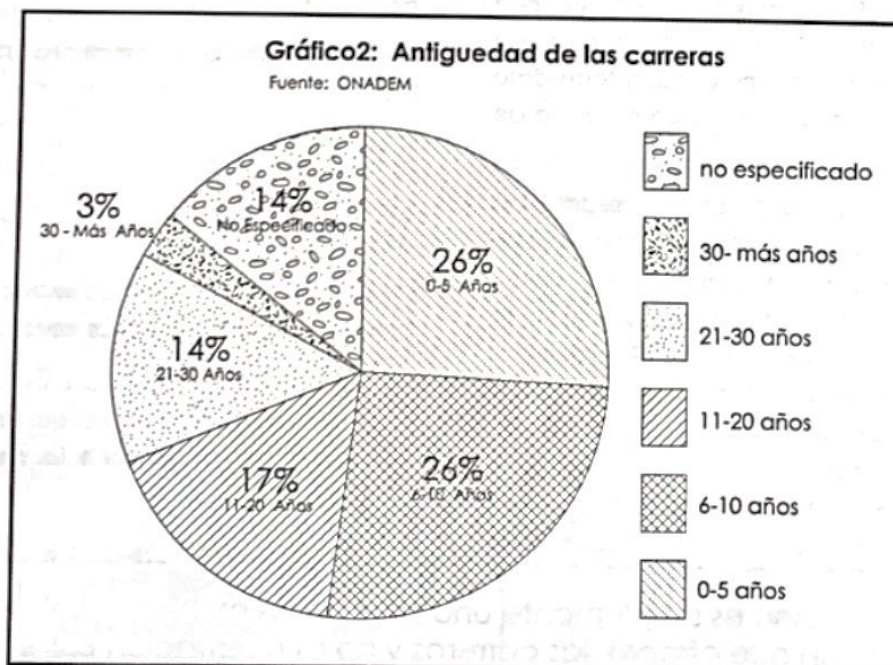
2.- Comunicación Social sigue en la lista de las 10 carreras preferidas por los

bachilleres (Estudio de Preferencia de Bachilleres UPSA, 2006).

3.- Es una carrera relativamente barata de establecer para las universidades si no se pretende hacer gran inversión en tecnología (en comparación, por ejemplo, con medicina o las ingenierías).

Más de la mitad de las carreras tiene 10 años o menos de antigüedad

El 52% de las carreras de Comunicación en Bolivia tiene 10 años o menos de existencia, es decir, que está en proceso de consolidación. Vale destacar que se ha agrupado junto al término "Comunicación" a otras carreras como Periodismo y Relaciones Públicas, a las que se denomina aquí carreras "afines". En los últimos 5 años se han abierto 9 carreras de Comunicación y afines en el país, lo que representa el 26% de la oferta. Sólo una carrera de Comunicación, la de la Universidad Católica Boliviana San Pablo de La Paz, con 36 años, tiene más de tres décadas de actividad (ver Gráfico 2).



No existe identificación con el periodismo en las universidades

Existen pocas ofertas de comunicación especializada en el nivel pregrado en las universidades bolivianas. El Periodismo, como área de especialización, es ofertado en dos carreras de licenciatura (Comunicación y Periodismo, que ofrece la Universidad del Valle en La Paz y Cochabamba) y en las dos carreras a nivel técnico superior antes citadas, cubriendo sólo un 9% de la oferta universitaria.

Treinta y seis de las 44 carreras de Comunicación que hay en Bolivia son generalistas (81%), con ámbitos o áreas relativamente bien definidas y reiteradas, como ser Comunicación Organizacional, Comunicación Publicitaria y Periodismo, apoyadas por materias humanísticas y sociales, materias de investigación, teorías de la comunicación y otras materias técnicas. La oferta de Comunicación —salvo contadas excepciones— es ambigua, generalista, no especializada, y no proporciona una definición profesional en el ámbito periodístico. A pesar de que todas las carreras tienen un sector de materias de Periodismo, sólo un 35% ofrece una mención en Periodismo como parte de la licenciatura en Comunicación (este dato está basado en la información obtenida de 17 carreras).

El análisis de 22 planes académicos demostró que sólo el 16% de las materias enseñadas tiene relación directa con el periodismo. Como lo muestra la Tabla 1, de esta cantidad, la materia con más presencia es la de Redacción (34%), seguida por Ética, Deontología y Legislación de las Comunicaciones (16%). No obstante, los egresados de las carreras siguen teniendo problemas graves de gramática, ortografía y sintaxis, de acuerdo a testimonios

de directores y jefes de prensa de medios. Este hecho puede deberse a problemas de lecto-escritura arrastrados desde la escuela, pero es responsabilidad de las carreras el perfeccionar esta destreza y no lanzar al mercado laboral a profesionales que no dominen su herramienta básica: la palabra. El estudio encontró errores de ortografía, puntuación y problemas de claridad incluso en las páginas web de las carreras de Comunicación y hasta en las descripciones y los objetivos de las carreras.

Tabla 1:
Materias de Periodismo en Comunicación

Fuente: ONADEM

MATERIAS	No.	%
Redacción periodística	60	34
Ética, Deontología y Legislación	28	16
Lenguaje, Comunicación escrita (Y Oral)	20	11
Fotografía	19	11
Periodismo (Historia y Teoría)	14	8
Producción de Impresos	13	7
Periodismo especializado	12	6.5
Opinión Pública	5	3
Periodismo Digital, tecnología periodística	5	3
Investigación periodística	1	0.5
Total Materias de periodismo en 22 carreras	177	100

Objetivos de las carreras no motivan al periodista

El periodismo es simplemente uno más de los múltiples ámbitos de aplicación que ofrecen las carreras y no su orientación principal. La ambigüedad de los objetivos de muchas carreras impide el desarrollo y consolidación de una identidad profesional precisa.

Se observa al menos dos tendencias en la formulación de los objetivos de las carreras:

- 1) la que señala con claridad las capacidades y valores que se pretende desarrollar con la formación del comunicador (visión profesional), y

El periodismo es simplemente uno más de los múltiples ámbitos de aplicación que ofrecen las carreras y no su orientación principal.

- 2) la que involucra capacidades y valores a desarrollar en los estudiantes, con las aspiraciones, ideales y propósitos y compromisos sociales (visión ideológica).

El problema de esta última visión es que no permite identificar (y posiblemente tampoco desarrollar) apropiadamente las capacidades y competencias profesionales del comunicador/periodista. O que sí promueve el desarrollo de algunas mientras se descuida otras.

La investigación y las TICs con presencia mínima

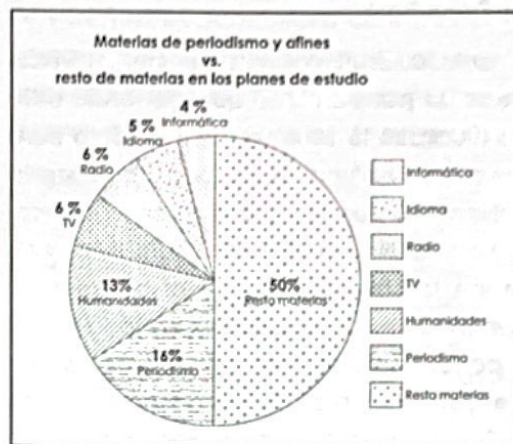
Los planes de estudio continúan poniendo poco énfasis en el Periodismo Investigativo y en el conocimiento y uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Este último representa el grupo de materias más débil en número y en contenido, desde la perspectiva del área periodística. La mayoría de las veces se refiere al conocimiento y uso de la computadora y de programas para diagramado y diseño. Son escasos los conocimientos y capacidades para la investigación por medio de la internet, para la redacción en periódicos virtuales, para gestionar páginas web y crear blogs.

Cada vez se fomenta más el aprendizaje de idiomas extranjeros o nativos, pero su proporción con respecto al resto del plan de estudios es todavía ínfima (Ver Gráfico 3). Estas materias son necesarias para los comunicadores en un mundo globalizado que exige cada vez más profesionales bilingües y expertos en el uso de nuevas tecnologías.

La mitad de los docentes no tiene posgrado

El grado académico de los docentes de materias de Periodismo sigue siendo en su mayoría el de licenciatura. Sólo uno de cada dos docentes de Periodismo cuenta con estudios de posgrado, contraviniendo la

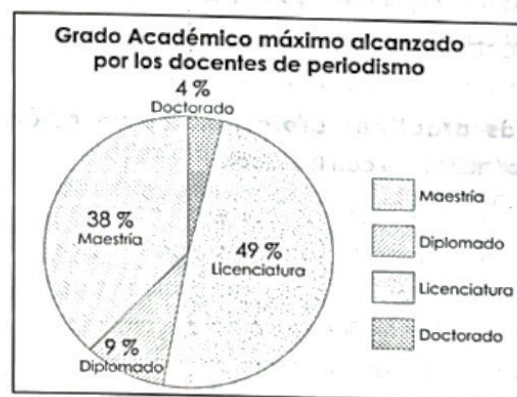
Gráfico 3 Fuente: ONADEM



tendencia de buena parte de las universidades latinoamericanas en que el requisito mínimo para dedicarse a la enseñanza es el título de maestría. La mayoría de los docentes de las materias de Periodismo son graduados de Comunicación —no de Periodismo— aunque con varios años de experiencia en medios de comunicación. Los que sí tienen cursos de posgrado, generalmente hicieron un diplomado o una maestría en Educación Superior, por lo que no hay tanta relación entre lo estudiado y lo que se enseña.

Según datos arrojados de una muestra de 56 catedráticos de 10 universidades, el 49% de los docentes de Periodismo sólo cuenta con el grado académico de licenciatura, el 38% alcanzó el grado de maestría y el 9% realizó un diplomado. Sólo el 4% de los docentes cuenta con el grado académico de doctorado.

Gráfico 4 Fuente: ONADEM



No se conocen los productos de las materias de Periodismo

En las aulas universitarias se elaboran diversos trabajos periodísticos que generalmente no alcanzan la calidad mínima como para exponerlos y difundirlos. Es poca la producción universitaria que se pone al alcance público. El Festival Nacional Audiovisual (FENAVID) reúne los trabajos en diversos géneros audiovisuales de estudiantes de toda Bolivia y concita interés mediático. Ésta es una de las pocas plataformas que existen en Bolivia para promocionar y premiar el trabajo desde las aulas. Actualmente, también la Exposición Experimental de Trabajos de Comunicación (EXPOCOM Bolivia) que busca difundir la producción comunicacional experimental en las categorías audiovisual, visual, radial, impresa, digital y multimedia; es una oportunidad para que los estudiantes de Comunicación expongan sus trabajos.

En el caso de periodismo escrito, abundan los boletines y revistas universitarias que no poseen mayor trascendencia fuera del ámbito estudiantil.

No se sabe a ciencia cierta cuál es la experiencia real de los estudiantes con los equipos y materiales para crear productos televisivos, radiofónicos e impresos. De acuerdo con los datos ofrecidos por las universidades, éstas cuentan con infraestructura suficiente para la producción periodística, pero la escasa socialización de ésta ante el público masivo hace que no se conozca ni se aprecie su calidad.

Las prácticas profesionales no están formalizadas con los medios

Muchas de las carreras no cuentan con convenios formales con medios de comunicación para garantizar que los estudiantes realicen sus prácticas profesionales de manera que el resultado sea provechoso para ambas partes. Los acuerdos siguen

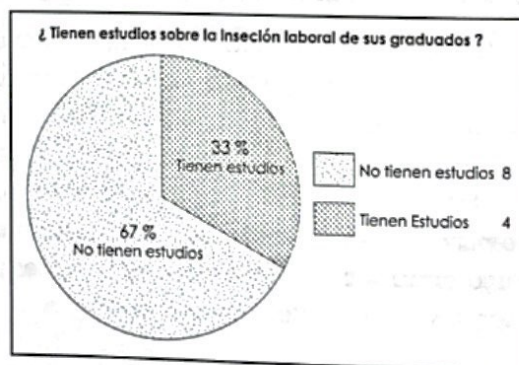
siendo en buena parte verbales, informales y dependen de los contactos personales de los jefes de Carrera y docentes.

La falta de formalización de estos acuerdos no beneficia a los estudiantes, ya que no quedan especificadas más que verbal y circunstancialmente, las funciones que se otorgará al practicante. Esta situación puede conducir—y de hecho conduce en ocasiones— a que se delegue a los practicantes tareas secundarias y no relacionadas con la profesión periodística (llevar y traer mensajes, hacer tareas secretariales o similares).

Se desconoce el mercado laboral para periodistas

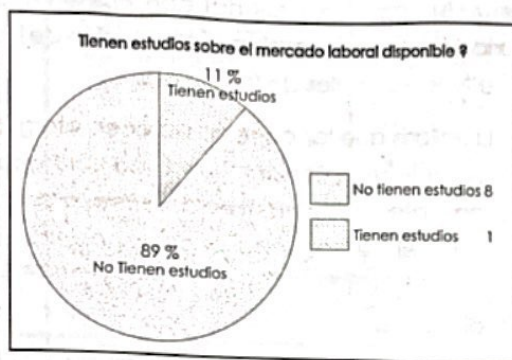
Las carreras no conocen el tamaño ni el carácter del mercado laboral periodístico y tampoco realizan estudios al respecto. El 67% de las universidades que contestaron el cuestionario no tiene información sobre el destino de sus graduados en Comunicación, un dato clave, puesto que las universidades deberían saber para qué han formado y cuál es la percepción sobre el profesional salido de sus aulas (ver gráficos 5 y 6).

Gráfico 5 Fuente: ONADEM



La tendencia indica que la oferta de carreras de Comunicación ha ido creciendo fuertemente en los últimos 10 años, sin tener un estudio del mercado laboral boliviano ni de la inserción de los profesionales. La creación de 44 carreras de Comunicación

Gráfico 6 Fuente: ONADEM



Social —la mitad de ellas aparecida entre 2000 y 2007— responde más a los gustos de los bachilleres que a las necesidades del mercado laboral, relativamente pequeño como para acoger a las masas de estudiantes que ingresan a las universidades. La aparición de carreras nuevas está vinculada al surgimiento de nuevas universidades, principalmente privadas. La mayoría de éstas quiere tener la oportunidad de captar una buena proporción

La creación de 44 carreras de Comunicación Social —la mitad de ellas aparecida entre 2000 y 2007— responde más a los gustos de los bachilleres que a las necesidades del mercado laboral,

del grupo de estudiantes que elige la Carrera de Comunicación colocada como una de las 10 preferidas por los bachilleres (hasta el año 2006). De todos modos, no se puede establecer una correlación entre el aumento de carreras de Comunicación y la calidad actual del periodismo en Bolivia.

Baja oferta de posgrados en periodismo

Por lo que se pudo establecer, los programas de posgrados relacionados al Periodismo son iniciativas esporádicas. Esta casi inexistente oferta de cursos de posgrado en el país no permite la especialización académica del periodista en ámbitos de su interés. Los motivos de esta escasez de programas pueden encontrarse tanto en las universidades que

no consiguen reunir a la cantidad suficiente de estudiantes como para abrir un curso, como entre los propios periodistas, cuyos bajos salarios, rutina laboral y ritmo de vida les impiden inscribirse a un curso de posgrado.

Si bien no existe una oferta de formación periodística formal (con grado académico), esta área es preocupación permanente de varias universidades e instituciones que organizan seminarios, congresos, talleres y conferencias sobre diversas problemáticas del Periodismo. Lamentablemente a este tipo de capacitación no suelen asistir los periodistas en ejercicio; quienes más bien la aprovechan son estudiantes y docentes de Comunicación. Sin embargo, el estudio del ONADEM de 2007 sobre las condiciones laborales de los periodistas revela que el 48% de los reporteros desearía que los medios de comunicación les facilitaran cursos de capacitación.

Fortalecer vínculos institucionales entre universidades y medios

Varios de los datos expuestos por este estudio indican que el Periodismo no es un área de conocimiento privilegiada por las universidades ni, al parecer, requerida por los estudiantes. Según testimonio de los jefes de Carrera, a pesar de que en los últimos 2 años la preferencia por estudiar Comunicación Social ha disminuido sustancialmente, esta Carrera todavía sigue entre las preferidas por los bachilleres y se ha abierto 9 carreras de Comunicación en Bolivia en los últimos 5 años. Sin embargo, el periodismo ocupa un lugar secundario en las carreras tanto por la falta de especialización en esta área como por la escasa oferta de cursos de posgrado.

Por razones varias —mercado laboral reducido, insuficiente cantidad de estudiantes, etc.—, la mayoría de las universidades que enseña Comunicación ha optado por la no especialización, ofreciendo carreras generalistas. Esta orientación favorece y a la vez perjudica a la formación periodística porque, por un lado, ofrece al estudiante una variedad de materias que enriquecen sus conocimientos y capacidades y, por otro,

no motiva ni garantiza una identificación del estudiante/profesional con el ejercicio periodístico desde la misma formulación de los objetivos generales de la Carrera.

El énfasis que las carreras parecen otorgar a las materias de Redacción y Ética contrasta claramente con la falta de destreza para escribir y el cuestionado accionar de varios periodistas en los medios (ver siguiente estudio).

FICHA TÉCNICA

Objetivo	Evaluar la pertinencia y la calidad de la formación en periodismo brindada por las universidades bolivianas
Muestra	44 carreras de Comunicación, Relaciones Públicas y Periodismo de Bolivia: 12 en La Paz, 6 en Cochabamba, 16 en Santa Cruz de la Sierra, 2 en Tarija, 4 en Potosí, y 1 en Oruro, Chuquisaca, Beni y Pando Periodo de observación: agosto, septiembre y octubre de 2007
Técnicas	Cuestionario a directores de carreras de Comunicación Revisión y análisis de planes de estudio
Equipo de trabajo	Corresponsal ONADEM Santa Cruz (2007-2008): Liliana Colanzi Presidenta de la ABOCCS (hasta 2007): Ingrid Steinbach

ANEXO

Oferta universitaria de formación en periodismo en Bolivia

Nº	UNIVERSIDAD	NOMBRE DE LA CARRERA	SEDE	ANTIGÜEDAD	AÑO DE CREACIÓN
1	Universidad Mayor de San Andrés	Ciencias de la Comunicación Social	La Paz	24 años	
					1984
2	Universidad Mayor, Real y Pontificia de San Francisco Xavier de Chuquisaca	Ciencias de la Comunicación Social	Chuquisaca	18 años	1989
3	Universidad Mayor de San Simón	Comunicación Social	Cochabamba	9 años	1998
4	Universidad Autónoma Gabriel René Moreno	Ciencias de la Comunicación Ciencias de la comunicación a distancia	Santa Cruz	14 años NE	1993 NE
5	Universidad Técnica de Oruro	Ciencias de la Comunicación Social	Oruro	23	1984

6	Universidad Nacional Siglo XX	Ciencias de la Comunicación (Licenciatura, Técnico Superior y Técnico Medio)	Siglo XX, Potosí	22 años	1985
		Periodismo (Técnico sup.)		Menos de 1	2007
7	Universidad Autónoma del Beni José Ballivián	Ciencias de la Comunicación	Beni	NE	NE
8	Universidad Amazónica de Pando	Comunicación Social	Pando	2 años	2005
9	Universidad Pública de El Alto	Comunicación Social	La Paz	NE	2000*
10	Universidad Católica Boliviana San Pablo	Ciencias de la Comunicación Social	La Paz	36 años	1971
		Ciencias de la Comunicación Social	Cochabamba	17 años	1990
		Ciencias de la Comunicación Social	Tarija	7 años	2000
11	Universidad del Valle	Comunicación y Periodismo	Cochabamba	18 años	1989
		Comunicación y Periodismo	La Paz	8 años	1999
12	DIAGONIA Universidad Católica San Pablo	Comunicación Audiovisual (Licenciatura y Técnico Superior)	Santa Cruz	12 años	1995
13	Universidad Evangélica Boliviana	Comunicación Social	Santa Cruz	26 años	1981
14	Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra	(Comunicación Social)	Santa Cruz	20 años	1984
		Comunicación Estratégica y Corporativa		3 años (Nueva)	2005
15	Universidad Nur	Ciencias de la Comunicación Social	Santa Cruz	22 años	1985
		Relaciones Públicas (Licenciatura y Técnico Superior)		17 años	1990
16	Universidad de Loyola	Comunicación Social	La Paz	7 años	2000
17	Universidad Privada Cumbre	Comunicación Social (licenciatura y técnico superior)	Santa Cruz	6 años	2001

18	Universidad Privada Domingo Savio	Relaciones Públicas	Santa Cruz	5 años	2002
		Comunicación Social	Santa Cruz	1 año	2007
		Comunicación Social	Tarija	2 años	2006
19	Universidad San Francisco de Asís	Comunicación Social (licenciatura) y Periodismo (técnico superior)	La Paz	8 años	1999
20	Universidad Técnica Privada Cosmos	Comunicación Social	Cochabamba	NE	
21	Universidad de Aquino	Comunicación Social	Santa Cruz	4 años	2004
		Comunicación Social	Cochabamba	4 años	2004
		Comunicación Social	La Paz	2 años	2005
22	Universidad Privada Boliviana	Ciencias de la Comunicación	Cochabamba	3 años	2004
		Ciencias de la Comunicación	La Paz	NE	NE
23	Universidad Real	Comunicación Audiovisual	La Paz	7 años	2000
24	Universidad Nuestra Señora de La Paz	Comunicación Publicitaria (Licenciatura y Técnico Superior)	La Paz	9 años	1998
25	Universidad Bethesda	Comunicación Social (Licenciatura y Técnico Superior)	Santa Cruz	1 año	2007

Fuente: ONADEM

Los resultados de este informe dan pie a que se plantee la necesidad de una interacción más cercana entre el aula y las salas de redacción a través de vínculos institucionales más estrechos y eficientes entre universidades y medios de comunicación.

No sólo resultarían beneficiados los estudiantes a través de una práctica más pertinente e intensiva, sino también las universidades, que podrían tener una idea más real tanto del mercado laboral para sus egresados como del perfil profesional

requerido por los medios. Por último, los medios de comunicación se pueden beneficiar al adiestrar mejor a los futuros periodistas, aprovechar los conocimientos e innovaciones propuestas por los estudiantes y sugerir cambios, actualizaciones o mejoras en los planes de estudios.