

# Alianza estratégica entre la Universidad y medios de comunicación en el mundo globalizado

**Ing. Carlos Ernesto Flores**  
Coordinador Investigación ECOMS

El proceso de globalización se manifiesta en los diversos campos del quehacer humano, tales como la economía, las finanzas, la política, lo ambiental, y primordialmente, en la comunicación. Esto lleva a plantearse nuevas formas de enfrentar los desafíos que surgen de las manifestaciones antes indicadas; particularmente, en el ámbito de las comunicaciones, el reto de hacer que la globalización funcione a favor del ser humano, de su desarrollo, de la sociedad y el entorno en el cual se desenvuelve, pasa por reconocer el proceso, investigarlo, estudiar nuevas propuestas para abordarlo y establecer los impactos que van generándose.

## *El campo de la comunicación*

En el Ecuador, el desarrollo de la Comunicación Social es ambivalente; por una parte se ha incrementado significativamente la cantidad de medios de comunicación, sin que ese mismo incremento se vea reflejado en la calidad de su producción y desempeño de sus profesionales. Más aún, la gestión tecnológica y del talento humano vinculada a la realidad nacional, la construcción y apoyo al desarrollo del país, la configuración de una opinión pública orientada a compartir una visión de país que lo inserte en el nuevo milenio, aún deja mucho que desear. Las alianzas estratégicas entre sociedad, estado, medios de comunicación, centros de estudio superior son incipientes; y cuando se han planteado, no logran integrarse y, menos aún, alcanzar los resultados que se esperan de este tipo de mecanismo.

La zona norte del país ha tenido un desarrollo considerable en los últimos años, tanto en lo referente a la creación de medios de comunicación social, como en la activación de instituciones públicas y privadas que requieren para el cumplimiento de sus objetivos y posicionamiento de nuevas estructuras, estrategias, recursos, estilos de gestión comunicacional; en definitiva, de una nueva cul-

tura de comunicación social, que implique alcanzar el mejoramiento continuo del quehacer comunicacional vinculado a los procesos de desarrollo humano y al crecimiento económico de la región.

## *Comunicación social, la carrera*

La PUCE-SI, viene ofertando la carrera de Comunicación Social a los estudiantes de la región norte del país, basada en su compromiso permanente por alcanzar niveles de calidad en la formación profesional y la proyección social del mundo académico. Sin embargo, la interrelación entre la Universidad y los Medios de Comunicación Social es incipiente y no coadyuva a la consolidación de un proyecto, que desde la comunicación social como núcleo, dinamice el desarrollo regional, e incida significativamente en los ámbitos político, económico, social, ambiental, cultural y tecnológico. Entre los factores que están en la raíz de este problema se pueden citar: falta de empleo, altos niveles de competitividad en medios de comunicación, políticas comunicacionales desacertadas, escasa investigación y desarrollo tecnológico regional, dificultades de financiamiento y sostenibilidad económica de los medios, escasa importancia de las entidades públicas y privadas en el diseño e implementación de estrategias comunicacionales para su posicionamiento y desarrollo de la imagen corporativa, poca diversificación de la producción comunicacional. Adicionalmente pueden considerarse también los siguientes factores: no hay vinculación real entre el pénsum, con los requerimientos de información de la sociedad, medios de comunicación social y entidades públicas y privadas.

Los centros universitarios no cuentan con el equipamiento y tecnología comunicacional, tanto en cantidad como en calidad, acorde a los avances tecnológicos; falta flexibilizar y dinamizar el pénsum de estudios en los centros universitarios de conformidad con las nuevas tendencias comunicacionales del siglo XXI y la realidad nacional y regional. Se evidencia también una falta de impulso a

la dinámica entre teoría y práctica y entre investigación y desarrollo.

## *Investigación*

Es necesario, llevar adelante una investigación que permita identificar y cuantificar con mayor precisión los diversos factores que inciden en la nula interrelación entre la Universidad y los Medios de Comunicación Social hacia la consolidación de un proyecto comunicacional que apuntale el desarrollo social en la región norte del país. Información que, una vez procesada, permitirá contar con mejores elementos de juicio para tomar decisiones y delinear un nuevo diseño que potencialice la oferta académica institucional y permita construir alianzas con los demás actores del hecho comunicacional, como: la sociedad, los medios de comunicación, las entidades públicas y privadas, otros centros de educación superior, particularmente de la región norte del país.

### **Objetivos de la investigación**

- 1.- Establecer mediante un diagnóstico la situación actual de los medios de comunicación social, tanto públicos como privados, que permita identificar los principales requerimientos y necesidades de formación profesional y alternativas de diversificación e innovación de productos comunicacionales en la región norte del Ecuador.
- 2.- Determinar los potenciales escenarios de futuro de la Comunicación Social, sobre la base de las principales tendencias sociales, políticas, económicas, culturales, ambientales y tecnológicas en el contexto de la globalización del siglo XXI
- 3.- Identificar fortalezas y debilidades de la actual oferta académica de la Escuela de Comunicación Social y su dinámica de difusión, que permita contar con un insumo para elaborar una propuesta que permita incrementar la demanda estudiantil en la carrera de Comunicación Social.
- 4.- Establecer estrategias para lograr la innovación y mejoramiento continuo de la oferta académica de la Escuela de Comunicación Social, sobre la base de la información obtenida y de criterios técnicos de expertos y docentes.