

**PROYECTO PARA EL PERIODICO
DE LA FACULTAD DE COMUNICACION**

1.- CARACTERISTICAS GENERALES

1.1 Detalles básicos:

Posible Nombre	: “El Catedrático”, “La Cátedra”, Feedback, etc.
Tamaño	: Tabloide
Periodicidad	: Bimensual
Orientación	: Académica, interpretativa, crítica y reflexiva
Presentación	: Full color (con opción de B/N)
Diseño propuesto	: Modular
Tipografía sugerida	: Frutiger Light y Palatino
Tiraje posible	: 1.200 ejemplares
Costo del ejemplar	: 0.50 dólares
Circulación	: FACSO, gremios y medios periodísticos
Área de cobertura	: Específica
Número de columnas	: 4 fijas
Ancho de la columna	: 5,625 cmts
Espacio entre columna	: 5 milímetros
Márgenes no impreso	: 1 cm.
No. de Páginas	: Ocho (posibles 12)
Distribución del paginaje	: Portada, contraportada e interiores.
Contenido y géneros	: Crónicas, reportajes, entrevistas, opinión, etc.
Financiamiento	: Venta del periódico, publicidad y contribuciones.
Papel	: Bond o satinado.
Presupuesto requerido	: 800 dólares para cada edición full color. 400 dólares en blanco y negro
Fuentes de financiamiento	: Varias
Fecha	: mayo, 2002

FUNDAMENTOS DE LA PROPUESTA.-

La Facultad de Comunicación como formadora de los comunicadores sociales con mayor nivel de preparación del país, debe tener un periódico a través del cual se debatan fundamentalmente los problemas de la comunicación. El contenido fáctico de

los miles de mensajes que se difunden diariamente por los medios masivos de comunicación; la cobertura de rebaño que hacen los reporteros a los actos rituales de los funcionarios; las tendencias amarillista y sensacionalista especialmente de los noticiarios televisivos; la apología de la violencia que hacen ciertos productores; la parcialización de los medios con los grupos corruptos que han menguado por siempre de las arcas fiscales del país; el uso de los medios para servir a intereses particulares, ajenos y lesivos a los de la comunidad; el desempeño inmoral de ciertos propietarios y hasta reporteros; la inmersión de políticos inmorales en los grupos accionarios de las empresas periodísticas, la actitud racista, excluyente e intolerante de ciertos conductores de televisión con los movimientos sociales y de indígenas; la desarticulación de las dependencias de comunicación del Estado y la incursión de individuos improvisados y descalificados en el oficio de asesoría de la comunicación, entre otros temas, deben ser objeto de debate, enjuiciamiento y reflexión permanente por parte de los estamentos que conforman la Facultad de Comunicación ¿Quién sino esta dependencia de formación universitaria debería estar discutiendo los problemas de la comunicación? Su reto en este campo es urgente más cuando los gremios periodísticos -Colegios de Periodistas y Unión Nacional de Periodistas-, que podrían interesarse en esta materia, están sumergidos en la inmovilidad e indiferencia total. Por eso el objetivo principal del bimensuario de la FACSO debe apuntar a sacar la cátedra del aula para llevarla a las páginas del periódico a fin de que el estudiante entienda la utilidad práctica de los conocimientos que recibe en las diversas materias.

Justificación del nombre

Con base a los antecedentes anotados, la Comisión conformada para la edición del periódico de la FACSO sugiere que el periódico podría llamarse: "El Catedrático", "La Cátedra", "Feedback", "Reflexión" o "Resistencia". Las opciones propuestas se ajustan más a la naturaleza de los contenidos recomendados en esta propuesta. Las sugerencias iniciales: Zoom, Ventanas y Vínculos parecen menos aplicables, por lo que han sido descartados.

Tamaño de la publicación

La Comisión propone que el periódico sea de formato Tabloide, por ajustarse a la capacidad de impresión de la prensa que dispone la Facultad. Además, este formato se enmarca en la tenencia que está creciendo en el mundo, pues incluso algunos periódicos estándares están reduciendo su tamaño. Investigaciones realizadas han determinado que ante el achicamiento de los espacios en que se desenvuelve el ciudadano urbano, el formato tabloide facilita la lectura con mayor comodidad.

Periodicidad

La Comisión propone una frecuencia bimensual para el periódico, lo que implica que en cada semestre pueden trabajarse dos ediciones, una hacia mediados del período otra hacia el final. Esta frecuencia aparentemente puede ser cubierta por la capacidad operativa y de financiamiento de la FACSO y sus demás estamentos. Además posibilitaría una participación adecuada de los estudiantes en las materias de redacción periodística e impreso que se imparten en los cuartos y quintos semestres, como parte del indispensable conocimiento práctico que debe otorgarles la Facultad.

Orientación

Fundamentalmente la orientación del periódico sería académica, interpretativa, crítica y reflexiva. Los diversos contenidos que recoja deberán ser trabajados desde el fundamento de las diversas materias que se imparten en la facultad y esencialmente desde las que otorgan al estudiante las herramientas para interpretar y trabajar el mensaje, para acercar al lector, de la mayor manera posible, a la veracidad de los hechos que ocurren en el país.

Presentación

La presentación del periódico sería a full color, considerando que ésta es factible en una estructura de ocho páginas, aunque la decisión al respecto podría discutirse, dado que la impresión en blanco y negro permitiría reducir los costos en un 50 por ciento. Obviamente una edición en blanco y negro debe tener como premisas la óptima calidad de los gráficos y un diseño muy creativo, para compensar los atractivos que ofrece el color.

Diseño propuesto

El diseño de las ocho páginas sería modular; esta opción se propone en razón de que se ajusta a las tendencias del diseño moderno. Las mayores partes de los periódicos modernos se diseñan actualmente segmentando las páginas en bloques móviles que permiten hacer un uso más racional de la superficie y facilitan la lectura de los contenidos, evitando las confusiones que suelen ser frecuentes en el diseño de ruptura o informales. Son recomendables gráficos dominantes y espacios en blanco que hagan menos densa la presentación de las páginas y la publicación en su conjunto.

Tipografía sugerida

La tipografía es parte fundamental de un impreso y determina su personalidad e imagen. Los ordenadores actuales ofrecen decenas y hasta cientos de fuentes (familias de tipos de letra) pero no por ello se debe incurrir en el uso arbitrario de los mismos. Por eso la Comisión sugiere emplear la familia Frutiger Light para los textos y Palatino para los

títulos. Para la elaboración de los artes publicitarios no habrá restricciones, excepto que no se usará para estos fines los tipos de textos y títulos del periódico.

Tiraje

Se recomienda una tiraje de al menos 1.200 ejemplares en cada edición, considerando que ese número cubriría el número de lectores y compradores posibles. Por ejemplo, la Facultad tiene aproximadamente 800 alumnos, alrededor de 70 profesores y unos 25 empleados, lo que suma en total unas 900 personas. Los restantes 300 ejemplares podrían ser comercializados entre la propia universidad, facultades de comunicación de otras universidades, reporteros, gremios y organizaciones periodísticas, etc.

Costo del ejemplar

El precio del ejemplar no podría ser menor a los 50 centavos de dólares, aunque, si se opta por la edición full color, este no cubre el costo total de la edición. En todo caso, si las 900 personas que más o menos conforman la Facultad cubre el valor de 50 centavos, se cubriría el costo de la edición en blanco y negro.

Circulación

El ámbito de circulación será fundamentalmente la FACSO, aunque con una buena estructura de comercialización podría abarcarse a reporteros o periodistas en ejercicio, facultades de comunicación de otras universidades, gremios y medios periodísticos, etc.

Cobertura

El área de cobertura que hará el periódico será por tanto muy específica. Esto determina que las expectativas de crecimiento serán limitadas.

Número de columnas

Por el tamaño de la publicación, las páginas estarán diseñadas a 4 columnas fijas. Este columna permite ser creativos con la distribución de los contenidos y facilita la aplicación del diseño modular.

Ancho de la columna

Cada columna tendrá alrededor de 5,625 cmts. Este ancho es, según los investigadores, el espacio ideal para la lectura. Una columna más ancha conduce a confusión en la lectura y más delgada resulta también antiestética.

Espacio entre columna

Para una lectura adecuada se establecerá un espacio de 5 milímetros, a fin de establecer un claro seccionamiento de las páginas.

Márgenes no impresos

Los márgenes no impresos, de los exteriores de cada página, serán de 1 cmt. Así, las cuatro columnas multiplicadas por 5,625 da un total de 22,5 centímetros de ancho. Más 1.5 de espacio entre columna da 24 y los márgenes exteriores 1 y 1 suma un total de 26 centímetro de ancho que es la superficie del tabloide.

No. de Páginas

El periódico tendrá un total de ocho páginas, en las que se realizará una adecuada distribución de los materiales desarrollados.

Distribución de las páginas

Pág. 1.- Portada: Cabezote, título principal con gráfico; índice temario y un llamado secundario.

Pág. 2.- Editorial: Reflexión de la Facultad sobre un tema actual relacionado con la comunicación, libertad de expresión, restricciones, amenazas, defensa del periodista, etc. Columnas especializadas.

Pág. 3.- De coyuntura: Análisis sobre un tema coyuntural que lo decidirá el consejo editorial. Por ejemplo: el mensaje fáctico del periodismo ecuatoriano.

Pág. 4.- Tema central: enfoque sobre un tema relacionado con la comunicación pero desarrollado desde el punto de vista de varios catedráticos de la FACSO.

Pág. 5.- Tema Central: Continuación del tema relacionado con la comunicación desarrollo desde el punto de vista de varios catedráticos de la FACSO.

Pág. 6.- Actividades de la FACSO: material sobre el quehacer intelectual (lanzamiento de libros, foros y conferencias) desarrollados en la Facultad.

Pág. 7.- Reflexiones sobre bibliografía usadas en las diversas materiales. Comentario sobre algún libro o alguna teoría muy actual. Sumario de las mejores tesis desarrolladas por los egresados.

8.- Contraportada e interiores: Cómo anda el periodismo en el mundo.

Contenido y géneros:

El periódico procurará hacer un manejo claro de los diversos géneros periodísticos; así se ayudará a que el estudiante aprenda a diferenciar y manejar los géneros. Entre los contenidos habrá crónicas, reportajes, entrevistas, artículos opinión, análisis, etc. Esto diferenciará al periódicos de la FACSO con la prensa comercial para la que solo parece

existir el género informativo (noticias), estructurado, además solo desde el punto de vista de sus intereses. El periódico de la FACSO generará inquietudes para que el estudiante de comunicación y el profesional en este oficio se interese por buscar la verdad, más allá del dato parcial e interesado que recibe de sus fuentes. Se hará por consecuencia un cuestionamiento ético a lo que realiza el periodismo ecuatoriano.

Se incluirán temas referentes a otras opciones del periodista: la producción independiente, las consultorías, formulación de proyectos de comunicación, investigación, el FreeLancer, las tareas del gráfico, la producción de vídeo, la TV, la microempresa periodística, etc.

Papel

El papel que se use para la impresión, podría ser bond o satinado; en todo caso, si la decisión es realizar un periódico en blanco y negro, la impresión en bond sería más recomendable. La calidad de papel, en todo caso, estaría determinada por los costos y la posibilidad de cubrirlos.

Presupuesto requerido

De acuerdo a la proforma elaborada por el Departamento de Impresión, para imprimir un periódico de ocho páginas a todo color se requiere 730 dólares, cifra que habría que redondearla por cualquier circunstancias en 800 dólares para cada edición. Si la impresión se la hace en blanco y negro, quedaría en 314 dólares para 1.000 periódicos de 12 páginas, lo que se redondearía en 400 dólares.

Financiamiento

La Comisión estima que es posible financiar el periódico, recurriendo a varios mecanismos, como los siguientes:

- 1.- Venta del periódico
- 2.- Publicidad
- 3.- Acciones o contribuciones.

1.- Venta del periódico: para este caso habría que establecer un grupo de estudiantes, dirigido por un profesor, que asuma la responsabilidad de la venta y la recaudación. La venta cubre el costo si la impresión se hace en blanco y negro.

2.- Publicidad: Sería ideal vender dos páginas de publicidad en cada edición. En ese caso sería más viable la edición a color porque se cotizaría mejor la publicidad. La venta de publicidad podría encargarse a una persona que esté vinculada a este mundo, a

quien se reconocería una comisión especial; un 30 por ciento, por ejemplo, considerando que ese porcentaje se vuelve atractivo y que mejor es tener algo a nada.

Los potenciales anunciantes podrían ser:

- a) La propia FACSO y la Universidad.
- b) La Universidad Andina (para anunciar postgrados)
- c) El Municipio Metropolitano.
- d) El Consejo Provincial de Pichincha (mantiene incluso un convenio con la **FACSO**).
- e) El **CONESUP**.
- f) Almacenes Paco.
- g) El Supermercado de Computadoras.
- h) Andinanet (servicios de internet)
- i) Superintendencia de Telecomunicaciones (Allí está Mario Jarrín).

3.- Acciones o contribuciones estamentarias.

Otra opción es establecer un fondo permanente para financiar el periódico y que podría generar incluso cierta rentabilidad para los "accionistas" y contribuyentes; en este caso el fondo tendría las siguientes fuentes:

- a) La Asociación de Profesores (acciones)
- b) La Asociación de Empleados (acciones)
- c) Un derecho que pagarían los estudiantes en las materias de redacción e impresos por derecho de práctica en el periódico.
- d) La Facultad (acciones)

Las acciones o contribuciones podrían establecerse de manera porcentual dependiendo de la capacidad financiera de cada estamento, pero el objetivo es tener el fondo inicial que se requiere para la publicación. Esta fórmula elimina el paternalismo común en la universidad y hace que cada estamento se sienta parte activa y participativa en el proyecto. Por supuesto, en las otras opciones como en esta, el manejo de los fondos del periódico, estarán sujetos a rendición de cuentas.

Edición electrónica

La presente propuesta incluye la recomendación de que el periódico tenga su versión electrónica. Es indispensable que los estudiantes tengan por lo menos una clase de observación, sobre cómo se edita la versión electrónica de un periódico. Es más, en la versión electrónica se puede tener actualizado el debate sobre los problemas de la comunicación, sin la necesidad de esperar que se produzca o se llegue a la nueva edición impresa.

Conclusión: La Comisión deja en claro que la Facultad está obligada a encabezar los debates sobre los grandes problemas de la Comunicación; si la FACSO no asume esta responsabilidad, nadie más lo hará. Por eso la Comisión no encuentra sentido proponer un periódico o una publicación para darle tribuna a sectores que han sido los causantes de las penurias del país y que, además, tienen sus propios espacios en la prensa tradicional. Si sus discursos van en nuestras páginas, se los incluirá para denunciar su fondo mentiroso.

Nuestro periódico tiene que ser cuestionador permanente de los vicios éticos, errores y tendencias equivocadas de la gran prensa, para propiciar una reorientación a fin de que el periodismo y el periodista retomen el gran compromiso que tienen con los intereses de la comunidad. Si los directivos, profesores, estudiantes y empleados de la FACSO no asumimos ese compromiso, nos queda poca autoridad para cuestionar lo que está pasando afuera en los medios o en el mundo de la comunicación. Es imposible que una Facultad de Comunicación siga impávida, mientras afuera, los profesionales que produce no son capaces de cuestionar los despojos que se hacen del país, y es más, muy dócilmente se vuelven cajas de resonancia del discurso de los más grandes farsantes y demagogos de la política. Un periodista crítico y bien formado puede ayudar mucho a que la prensa empresarial reoriente también su rol, ya que más que servir a las grandes mayorías, presta sus espacios para vender un discurso engañoso, que solo conllevará a dejar al Estado y a las futuras generaciones en soletas. El país se está argentinizando y los periodistas, con pocas excepciones, trabajan para eso.

La Comisión:

Roque Rivas

Gladys Ruiz

Ramiro Díaz