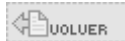
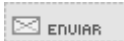


Imprimir esta página



El español sube el 'rating'

Nuevas opciones para aprender periodismo en este idioma en LA

Isaías Alvarado

isaias.alvarado@laopinion.com
01 de diciembre de 2007

En una ciudad como Los Ángeles, donde gran parte de su población habla español, aprender a comunicar en este idioma se ha convertido en una opción educativa con mucho rating.



La comunicación exige el conocimiento, no sólo del mensaje, sino del ambiente en el que se desarrollan los receptores de todo el proceso. De allí la importancia de hablar el mismo idioma. (Ciro Cesar /Archivo La Opinión)

La primera institución educativa que ofreció cursos de periodismo en español a través de su extensión fue la Universidad de California en Los Ángeles (UCLA).

Desde principios de la década de los 90 a la fecha, más de dos mil estudiantes han pasado por sus aulas.

Ahí, profesionales de la comunicación han impartido desde redacción básica hasta técnicas avanzadas del mejor oficio del mundo, según el Nobel de literatura Gabriel García Márquez.

En la Universidad Estatal en Northridge (CSUN), por su parte, el académico José Luis Benavides dirige un programa de especialización en medios hispanos.

Mientras que la Universidad del Sur de California (USC) ofrece una clase sobre medios de comunicación latinos en Estados Unidos, a cargo de Félix Gutiérrez.

"El número de latinos en este país está creciendo mucho y también los medios de comunicación: radio, televisión, periódicos, revistas y hay más oportunidad para trabajar en estos medios", explicó Gutiérrez.

De la correlación entre el desarrollo de la comunidad latina y la necesidad de crear oportunidades de educación especializada que capacitara a periodistas a través de cursos impartidos primordialmente en español nació la iniciativa de UCLA, explicó Krista Loretto, encargada del programa.

Entendiendo esta realidad, en enero próximo abrirá sus puertas el Center For Education in TV and Radio (CENTRO) en Torrance, una opción más que busca ampliar el espectro de sus predecesores ofreciendo cursos bilingües para los interesados en incursionar en la radio o la televisión hispanas.

"No hay ninguna escuela igual que la nuestra con las oportunidades que ofrece en cuanto a la tecnología. Todo lo que existe ahora es más lectura y teoría, pero lo que ofrecemos nosotros es la tecnología, que puedan usar el equipo que se va a usar cuando entran a su carrera", mencionó Gabriela Barbarena, directora de la institución.

Cuando la historia de CENTRO empiece a grabarse, promete hacerlo lo más apegado posible a lo que sucede en las estaciones de radio o canales de televisión.

"Va a ser muy pequeña la clase porque es un curso intensivo, tendremos a un profesor con 10 estudiantes, no es una clase normal con 30, 40, 50 estudiantes. Cada estudiante va a tener su equipo necesario y tenemos un estudio de radio donde van a poder hacer su programa y lo vamos a subir a nuestro website".

Es un proyecto que funcionará en colaboración con la compañía National Mobile Television (NTM), contratada por cadenas televisivas como NBC, KCAL o CBS, para la transmisión en vivo de programas deportivos y culturales. CENTRO está situada en las instalaciones de la NTM, en el 2740 de la calle California en Torrance (Si desea más informes llame al 310-224-4837).

Pocas opciones

Para Gutiérrez, históricamente los medios latinos en EU se han nutrido de reporteros que emigran de sus países de origen con título y experiencia profesionales, por lo que ha faltado incluir a los que se forman en universidades locales, pero no dominan completamente el castellano o carecen de práctica en el campo laboral.

La cuestión es si habría más oportunidades para ellos, la tercera generación de inmigrantes en el Sur de California, señaló.

"Hay varias personas que sí tienen sus títulos en periodismo, en universidades en Estados Unidos que están trabajando en televisión, pero hay muy pocos, la mayoría viene de América Latina con experiencia trabajando como periodistas".

Pero Loretto considera que ser parte de un mundo bilingüe con un antepasado latino, se ha convertido en el blanco de medios como Mun2 o la revista Tu Ciudad, que dan cabida a los intereses de esa generación.

"De acuerdo al Censo de 2000, la media de edad de los latinos es 25.9 años. Por el gran hueco entre estas generaciones podríamos ver el desarrollo de nuevos medios bilingües".

Una alternativa más son los movimientos migratorios de la comunidad latina que abandona el Estado Dorado principalmente por factores económicos, indicó Krista Loretto.

"Como el costo de vida ha aumentado en California y los latinos eligen mudarse a otros estados donde el costo de vida es menos caro, los periodistas de habla hispana tienen más y más oportunidades".

