

## [La formación de los comunicadores]

Juan José Perona

**A** las puertas del nuevo milenio, el imparable proceso de convergencia tecnológica lidera una nueva convulsión en el terreno de las comunicaciones, del mismo modo que en su momento lo hicieron aquellos avances que propiciaron el nacimiento y la consolidación de medios masivos como la radio, el cine o la televisión. Esta vez, sin embargo, el revuelo parece estar llamado a convertirse en una revolución sin precedentes que terminará configurando una Sociedad de la Información compleja y dinámica. Vivimos, en cualquier caso, una etapa en la que resulta difícil vislumbrar qué nos deparará el futuro más inmediato y en la que nos preguntamos, por ejemplo, si el progreso acabará reportando que en el siglo XXI estemos más informados o más aislados, si la globalización implicará también una revalorización de lo local, si desaparecerá la figura del periodista como hoy la concebimos, si se agudizarán o se desvanecerán las desigualdades entre el Norte y el Sur, o si Internet, principal protagonista de la ya llamada galaxia inmaterial, supondrá, entre otras cosas, el principio del fin de los medios clásicos y de los ecosistemas comunicativos hasta ahora imperantes.

Las respuestas a estas importantes cuestiones no tardaremos en encontrarlas, por lo que es preferible aguardar

antes que aventurarse a especular sobre lo que sucederá en los años venideros. Como ya hemos puesto de manifiesto en más de una ocasión, no queremos caer en los mismos errores de aquellos que a mediados de los 80 vaticinaban, por ejemplo, la desaparición de la Onda Media radiofónica para la década de los 90; o de aquellos otros que aseguraban que con la irrupción de las televisiones privadas asistiríamos a una diversificación de la oferta y del pluralismo; o de los que veían al CD-I como el formato de vídeo doméstico que acabaría imponiéndose frente al VHS, etc. Por eso, a la hora de hacer previsiones sobre el devenir de la comunicación y de los medios, sintonizamos más con apreciaciones como las de Iñaki Gabilondo. Durante la conferencia inaugural del curso 1999/2000 pronunciada en octubre de 1999 en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) bajo el título *La radio del siglo XXI*, el popular periodista radiofónico decía: "Yo no sé cómo será la radio del siglo XXI, pero sí puedo asegurar que siempre habrá alguien que tendrá algo que decir y alguien que estará al otro lado escuchando".

En la Universidad, que no deja de ser un observatorio permanente desde el que se estudian y analizan los cambios sociales, los responsables de la formación académica de los licenciados en alguna de las carreras que se amparan bajo el paraguas de las denominadas Ciencias de la Comunicación -Periodismo, Comunicación Audiovisual, Documentación, y Publicidad y Relaciones Públicas-, nos enfrentamos, como evidencia la celebración de esta mesa redonda, al importante reto de ajustar los Planes de Estudio a los nuevos tiempos, pero, sobre todo, a la complicada tarea de definir el perfil con el que queremos que salgan de las aulas nuestros titulados. Y si me expreso en estos términos es porque no resulta nada fácil diseñar unos estudios que respondan eficazmente a las nuevas demandas sociales y a las necesidades emergentes de un mundo -el de la comunicación- en permanente estado de transformación.

Es necesario, por tanto, aprovechar el período de revisión en el que estamos inmersos para elaborar unos Planes de Estudio permeables y flexibles, que permitan incorporar sin traumas los distintos avances que se vayan produciendo de ahora en adelante, que neutralicen el problema de la obsolescencia prematura, y que -lo más importante- acaben formando un profesional más polivalente que el actual, en sintonía con las múltiples posibilidades que brinda el desarrollo tecnológico para el hipersector de la comunicación.

No obstante, las dificultades anteriormente expuestas no impiden que vislumbremos, con independencia de nuestras particularidades, cuál sería el camino que a todos nos debería guiar.

En este sentido, me congratula, por ejemplo, que en una Facultad como la de Santiago de Compostela, en la que sólo se imparte la titulación de Periodismo, se opte por utilizar el término comunicador frente al de periodista. La opción, bajo mi punto de vista, da buena cuenta del sentido común y de la visión de futuro que reina entre los organizadores de estas jornadas. No cabe duda que las transformaciones vividas en los últimos años y las que todavía están por llegar, que no son pocas, nos obligan a formar personas capaces de afrontar cualquier tipo de tarea derivada de los nuevos procesos comunicativos.

Junto a la aparición de nuevos soportes y nuevas modalidades de almacenamiento, gestión y transmisión de la información, la convergencia tecnológica está resquebrajando los pilares sobre los que tradicionalmente se han venido asentando las rutinas productivas en los distintos medios, tanto impresos como audiovisuales. Así, en el caso de la radio, por ceñirnos a un ámbito concreto, los sistemas avanzados permiten gestionar desde un mismo puesto de trabajo el sonido y el texto, lo que garantiza no sólo más rapidez en la construcción y emisión de las noticias, sino también su actualización constante. Esta forma de trabajo hace que el redactor asuma o pueda asumir la centralidad de funciones distribuidas hasta entonces entre varias personas: es redactor, técnico, productor y locutor. Por otra parte, el periodista tiene acceso a nuevas fuentes de información (Internet y Correo electrónico principalmente), al tiempo que la digitalización le facilita la manipulación de archivos sonoros, especialmente de aquellos que son susceptibles de ser utilizados como fuente de información para la elaboración de las noticias: entrevistas en directo realizadas para otros programas, entrevistas por teléfono, radiodiarios de la misma cadena emitidos con anterioridad, etc.

Y es que, como muy bien apunta la catedrática de Comunicación Audiovisual de la UAB Rosa Franquet, "en este contexto de cambio tecnológico, la sociedad necesita, con la multiplicación de las fuentes de información, gestores de Información, moderadores de procesos comunicativos, dinamizadores, etc. Personas (comunicadores) con habilidades suficientes para facilitar el flujo de información entre distintos actores sociales y con capacidad para aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles. Es en este sentido en el que podemos hablar de comunicadores en vez del término restrictivo de periodistas"<sup>1</sup>. A juicio de Franquet, y a colación con lo que ejemplificábamos en el párrafo anterior, el periodista "deberá conocer todas las rutinas productivas de un determinado medio de comunicación y, además, ser capaz de editar el material en formatos y soportes distintos e intercambiables (desde un vídeo

1. Franquet, Rosa (1999): "Comunicar en la sociedad de la información" en *ZER. Revista de estudios de comunicación*. Núm. 7. Págs. 37-38.

para un telediario hasta un frame para una página web). Las sinergias entre los medios impresos, sonoros, audiovisuales así lo exigen. Las empresas informativas solicitan este tipo de personal polivalente y adaptable a entornos de trabajo diferentes y más dinámicos"<sup>2</sup>.

La necesaria adaptación de las enseñanzas universitarias a los nuevos retos no debe ser interpretada, ni mucho menos, como un síntoma de deslumbramiento ante las nuevas tecnologías. El objetivo de las facultades de Ciencias de la Comunicación o de la Información no es formar individuos plenamente capacitados para tocar diferentes botones y dominar todo tipo de máquinas - algo más propio de la Formación Profesional-, sino crear comunicadores con el suficiente bagaje teórico y práctico, pero también cultural, crítico y reflexivo. La revisión de los planes de estudio debe ser concebida, más que nunca, como una oportunidad para acercar la Universidad a la realidad social, para replantear la cultura docente e investigadora y adecuarla a los tiempos que vivimos, y no para reivindicar territorios y ampliar parcelas de poder perdidas antaño por alguno de los departamentos implicados en la docencia de las diferentes titulaciones. Lo más lógico sería que estos departamentos presentaran ofertas innovadoras que dieran una respuesta clara a las necesidades actuales.

Entendemos que la búsqueda de un equilibrio que combine coherentemente los requisitos a los que nos acabamos de referir, es clave para enfriar el acalorado debate que en estos momentos caracteriza la revisión de los Planes de Estudio en algunos centros; un proceso en el que se observan posturas enfrentadas entre aquellos que defienden un perfil más humanista del comunicador (periodista, publicista, audiovisual) y de aquellos otros que apuestan por un perfil netamente profesional. Para los primeros, el diseño actual de las carreras ha convertido a los estudiantes en verdaderos autómatas ya que, según dicen, los cursos están cargados de materias teórico-técnicas que sólo sirven para que los alumnos reproduzcan las rutinas imperantes en los distintos medios, sin tiempo para razonar sobre el trabajo que en realidad están desarrollando. Para los segundos, por contra, los planes presentan todavía un alto grado de formación pluiridisciplinar, extremadamente generalista y teórica. A su juicio, tendría que aumentar el número de asignaturas prácticas o, en su defecto, dotarlas de mayor peso específico aumentando el número de horas de docencia semanales.

Lo que posiblemente debemos tener muy claro es que, como señala Fernández del Moral, no se trata de formar "comunicantes que ejercen un oficio, que no piensan, que ejecutan simplemente lo que alguien les dice, ni formar comunicólogos, personas absolutamente aisladas de la realidad, de lo que deben ser los medios

2. Franquet, Rosa (1999):  
Obra citada. Pág.  
40.

de comunicación y de lo que debe ser una sociedad mediática moderna"<sup>3</sup>.

Sin restar importancia a este debate, consideramos esencial, en cambio, que la adecuación por la que abogamos venga acompañada de una clara revalorización de nuestros estudios, cosa que debería materializarse con una revisión al alza de sus índices de experimentalidad en todo el Estado. Las carreras de Ciencias de la Comunicación no pueden seguir recibiendo el mismo trato que las filologías, la historia o la filosofía. Mientras persista esta situación, difícilmente podremos acomodar los planes a las nuevas demandas sociales. Pensamos, por otra parte, que la Sociedad de la Información invita a que extendamos nuestros conocimientos a esos otros ámbitos (Medicina, Psicología, Humanidades, Ciencias Políticas, etc.) que ya lo precisan.

Apuntadas estas consideraciones, retomamos el tema principal que aquí nos ocupa. En este sentido, y teniendo en cuenta las opiniones vertidas con anterioridad, pienso que la formación de los comunicadores debería pasar, en líneas generales, por los siguientes apartados:

#### PRIMEROS CICLOS

El diseño de unos primeros ciclos en los que se mantengan, en todas las titulaciones de Comunicación, los contenidos derivados de aquellas directrices relativas al conocimiento del entorno social y su evolución, así como de aquellas otras referidas a la lengua oral y escrita, en tanto que herramienta básica de la práctica comunicativa humana.

Por otro lado, es necesario confeccionar unos primeros ciclos en los que se transmitan contenidos generalistas en materia de comunicación, pero sin olvidar la especificidad de cada una de las carreras. Este carácter generalista respondería a ese tronco común que necesariamente debe existir entre los diferentes estudios, aunque la especificidad a la que aludimos estaría destinada a matizar la utilidad de las asignaturas en función de la titulación que se esté cursando. Por poner un ejemplo ilustrativo de lo que aquí decimos, pensamos que una materia como Redacción y Locución en Medios Audiovisuales, con un componente básico común para los estudiantes de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, tiene que ser impartida atendiendo también a las particularidades que estas dos habilidades comunicativas presentan en función de los contenidos que se trabajen (Información, Entretenimiento, Ficción, Publicidad, etc.). Esta forma de entender la práctica docente puede hacerse extensible a otras materias

3. Fernández del Moral, J. (1999): "Periodismo: hacia la sociedad de la Información" en *Palabra-Clave. Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Sabana*. Núm. 3. Santafé de Bogotá. Pág. 47.

afines e, incluso, a las que tienen que ver con las teorías de la comunicación.

Durante el desarrollo del primer ciclo, el alumno debe familiarizarse ya con la teoría y la técnica de los lenguajes y los códigos expresivos de cada uno de los medios. Para ello, es preciso que las Facultades se doten de laboratorios informatizados y audiovisuales, así como de espacios multimedia, que permitan una plasmación efectiva de las ideas. Este objetivo sólo podrá lograrse si los laboratorios cuentan con el suficiente personal técnico de soporte a la docencia. En este momento, los centros están llamados a elaborar planes estratégicos encaminados a que en un futuro próximo los distintos servicios estén plenamente interconectados y digitalizados.

## SEGUNDOS CICLOS

Unos segundos ciclos claramente específicos para cada titulación que respondan, con el diseño de itinerarios, a las nuevas demandas sociales y del mercado. Junto a estos itinerarios, que podríamos denominar de especialización (Periodismo electrónico, Gabinetes de Comunicación Institucional, Relaciones Públicas, Narrativa audiovisual, Creatividad publicitaria, etc.) y por los que ya han optado algunas Facultades como la de Santiago en su Plan de Estudios de Periodismo, el segundo ciclo es un nivel óptimo para que se introduzcan igualmente materias sobre ética y deontología profesional. No olvidemos que ésta es también una demanda social cada día más extendida.

Por otra parte, consideramos que al final de la carrera debe existir una amplia oferta de talleres que supongan para el alumno la culminación de todo un proceso de aprendizaje. Estos talleres deberían formar parte de los itinerarios de especialización y no limitarse únicamente a emular por unos días rutinas profesionales. De hecho, aquellos estudiantes interesados en la investigación tendrían que encontrar talleres pensados para este fin.

Paralelamente, los centros deberían fomentar en este segundo ciclo la participación de los estudiantes en producciones para empresas externas. En la UAB, por ejemplo, los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, coordinados en todo momento por uno o varios profesores, elaboran para Radio Nacional de España en Catalunya (Ràdio 4), el programa universitario *Fora d'Hores*. Los estudiantes trabajan también en la revista de la UAB y, a partir del segundo semestre del curso 1999/2000, producirán desde la Facultad cápsulas sobre la Universidad para el canal de televisión municipal Barcelona Televisió (BTV). Aquellos alumnos que participan en alguna de

las actividades citadas pueden optar al reconocimiento de tres créditos de libre elección.

### TERCEROS CICLOS

Una formación continuada que, dejando al margen los doctores, cubra necesidades muy concretas, detectadas a partir de una interacción constante entre la Universidad y la Empresa. En la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB, por ejemplo, se está impartiendo con gran éxito una diplomatura de posgrado sobre Internet para Empresa y Publicidad. Por otra parte, en este momento estamos diseñando el plan de estudios de otra diplomatura sobre Comunicación Turística. La idea de organizar estos estudios provino de la Asociación Catalana de Periodistas Turísticos, al haber detectado un acusado crecimiento del sector y una falta de profesionales especializados.