



Omar Torres / AFP Photo

Del estudio de la carrera de comunicaciones de la UNAM retomamos de manera esquemática los problemas y alternativas menos dependientes de situaciones institucionales particulares y, por lo tanto, más pertinentes a las reformas de la enseñanza y la investigación de las comunicaciones en América Latina.

A. Problemas

El diagnóstico destacaría los siguientes problemas principales:

A.1 Diversidad teórica. Muchas teorías de la comunicación compiten entre sí, sin imponerse realmente alguna de ellas, y evidenciando en este proceso sus propios alcances y limitaciones. Muchas de estas teorías no han sido concebidas por comunicólogos, sino que surgieron en ámbitos muy diversos (sociología, psicología, ciencia política, administración, lingüística), lo cual a su vez le plantea un nuevo tipo de problemas a la comunicación.

SILVIA MOLINA Y VEDIA, trabaja en el Proyecto Escepticismo Político y Comunicación de Masas, de la Facultad de Comunicaciones de la UNAM.

RECUPERAR EL ESPACIO DE LAS COMUNICACIONES

Este artículo resume las observaciones, diagnósticos y propuestas tratados en un documento elaborado con motivo de la reformulación del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional Autónoma de México. Los problemas y alternativas, si bien se basan en la experiencia de la UNAM pueden ser de interés para la reforma de otras instituciones del continente.

A.2 Instrumentalismo tecnológico. Las innovaciones tecnológicas en comunicaciones (informática, telemática, sistemas de redes) se multiplican dando lugar a diversas prácticas y saberes técnicos que, ante la fragmentación teórica, están sustituyendo en parte el saber científico por un quehacer instrumental.

A.3 Omnipresencia de las comunicaciones. Los mismos desarrollos tecnológicos en comunicación repercuten a nivel social generando un "hábitus" que, o bien se yuxtapone, o bien se imbrica, tanto con la tradición como con la cotidianidad. Como resultado de ello, lo comunicativo parece estar en todas partes y la información se convierte en un factor estratégico en todos los campos.

A.4 Influencia en otras ciencias. El carácter estratégico que se le reconoce a la información y la comunicación afecta también al campo científico. El estudio y la investigación de la comunicación permean el espacio de otras ciencias (biología, fisiología celular, química, biomédicas, además de las sociales y humanísticas), a pesar de que sus propias teorías están en entredicho.

A.5 Dispersión transdisciplinaria. Por un raro "efecto epis-

temológico", la enseñanza e investigación de las comunicaciones se vió restringida al ámbito de la comunicación de masas y de los medios, mientras que en otros campos científicos, se tratan buena parte de las cuestiones que competen a la comunicación.

A.6 Saturación laboral y potenciales inexplorados. La formación universitaria en comunicaciones es sensible a un mercado de trabajo cada vez más cerrado por lo que respecta a los medios de difusión masiva donde existe saturación y subempleo. Simultáneamente existen potenciales de empleo inexplorados debido a la orientación restringida (comunicación de masas y medios de difusión) presente en la mayoría de los programas.

B. Alternativas

Estos problemas no han impedido que la comunicación haya tenido una maduración excepcional desde fines de la Segunda Guerra Mundial hasta nuestros días, y que disponga actualmente de un capital científico significativo. Pero, para garantizar el desarrollo de este capital y para superar los problemas mencionados, es necesario prever su evolución y proponer objetivos. Esto supone una crítica reformulación de planes y programas de estudio atendiendo a los recursos, requerimientos, expectativas y dificultades propios de cada caso concreto.

Reconociendo la importancia de las particularidades, podemos señalar también algunos lineamientos o alternativas generales, que deben tomarse en cuenta al reformular planes y programas de estudio. A continuación algunas de ellas:

B.1 Actualización profesional. La diversidad de teorías en competencia, su carácter novedoso y su procedencia o su vinculación con otros campos científicos, plantean un problema de actualización profesional y revisión crítica de la comunicación, sin los cuales fracasaría cualquier esfuerzo por formular planes de estudio o reorientar la práctica profesional. Esta actualización tiene que realizarse -por razones prácticas- al mismo tiempo que la reformulación de planes de estudio y el ejercicio profesional, lo cual implica un importante esfuerzo. En algunos países, las universidades y centros de investigación ofrecen a sus miembros oportunidades e incentivos

La formación universitaria en comunicaciones es sensible a un mercado de trabajo cada vez más cerrado por lo que respecta a los medios de difusión masiva donde existe saturación y subempleo. Simultáneamente existen potenciales de empleo inexplorado.

para que se concrete la superación académica. En todo caso, la capacitación constante es un requerimiento ineludible para los profesionales en las complejas sociedades actuales.

B.2 Redefinición teórica y profesional. Los conocimientos técnicos, los lenguajes especializados que implican y la forma en que se involucran e impulsan el desarrollo de las comunicaciones plantea la necesidad de investigación y reconsideración a nivel teórico de los problemas emergentes. Al mismo tiempo que se desenvuelven en su nivel de competencia específico, las tecnologías de la comunicación generan un conjunto de actividades, relaciones, usos, que permiten redimensionar el campo de posibilidades de la comunicación. De esto se deduce la necesidad, a nivel teórico, de realizar un importante esfuerzo epistemológico para redefinir el campo de la comunicación, y a nivel práctico, de diversificar las opciones de profesionalización, de manera que los nuevos planes de estudios los contemplen.

B.3 Respuestas al mercado laboral diversificado. Al redimensionar el campo de las comunicaciones surgen oportunidades que van mucho más allá de las previstas en la mayoría de los planes y programas de estudios vigentes. La redefinición implica la interdisciplina, la comunicación aplicada, además de las "prácticas tradicionales" de la profesión. Una respuesta creativa al mercado de trabajo implica expandir y diversificar la oferta de servicios. Los planes de estu-



Oscar Bonilla, Uruguay

Clasificar el desempleo



Pedro Meyer, México, 1991

Desenmascarando el progreso

dio no pueden depender de la demanda del mercado de trabajo, pero tampoco tienen que estar completamente desvinculados de él. Las instituciones de enseñanza pueden representar un papel mucho más activo del que tuvieron en el pasado frente al mercado de trabajo.

B.4 Reformulación participativa. En el momento de formular nuevos planes de estudio, la consulta oportuna, el diálogo, el trabajo en equipo, la concertación, la negación, son recursos comunicativos que, concretados sobre bases institucionales y organizativas explícitas, ofrecen la posibilidad de enriquecimiento a partir de la multiplicidad de opciones y puntos de vista. En este sentido es importante que los investigadores y profesionales que imparten clase y discuten los planes de estudio tengan una formación especializada en docencia y que periódicamente se capaciten en pedagogía, didáctica y técnicas de enseñanza superior aplicadas a la comunicación.

El problema de la reformulación de planes de estudios, apenas queda esbozado después de este planteamiento general, sin embargo, los problemas y alternativas propuestos abren sentidos nuevos. Hasta ahora un importante sector del extenso campo de la comunicación ha sido silenciado por el énfasis puesto en los medios de difusión y la comunicación de masas. Es necesario recuperarlo antes de que otros nos arrebatan la palabra. ●

SUBSIDIOS Y DEMOCRACIA

ANDREA DABROWSKI

"En términos de diagramación la prensa mexicana se compara a la de Estados Unidos de fines del siglo 19, y en el terreno de la corrupción, a la de la época de los gangsters en los años 30". El que habla es Raymundo Riva Palacio, periodista e investigador con 20 años de experiencia y una de las cabezas del prestigiado *El Financiero* de México, fundado en 1982 y uno de los pocos que no dependen de los subsidios gubernamentales. Su independencia se traduce en credibilidad. Riva Palacio regresa a su país después de investigar en la Universidad de Harvard las relaciones prensa-gobierno en México. Nos habla en su oficina, donde los teléfonos no dejan de sonar, y la gente de buscarlo.

"Somos un país de analfabetos funcionales. Somos profundamente autoritarios en nuestro comportamiento cotidiano. La baja calidad de la educación es una de las razones más importantes. México tendrá serias dificultades para competir eficazmente dentro del acuerdo de libre comercio con Estados Unidos y Canadá, salvo como proveedor de mano de obra barata".

Para Riva Palacio el estancamiento de los medios tiene un aspecto generacional. Señala el caso de Jacobo Zabudovsky, el presentador del noticiero *24 horas de Televisa*: "Hoy sigue siendo el principal difusor de noticias para la gran mayoría del pueblo mexicano y muchos latinoamericanos que lo sintonizan por cable. Zabudovsky es conocido como el desinformador y manipulador por excelencia. El ya era estrella de *Televisa* en 1959..."

Si la formación y el ejercicio profesional son francamente deficientes en el periodismo, el problema se hace extensivo a los campos académicos, profesionales y políticos. Le preguntamos por qué no hay una nueva definición de las relaciones entre la prensa y el gobierno, y nos contesta: "En el gobierno están educados para desinformar, mentir y manipular. Todos los gobiernos, en mayor o menor grado, hacen lo mismo. Buscan generar apoyo para sus programas políticos. La diferencia es que en México la prensa no asume su derecho a objetar frente a la constante manipulación gubernamental".

¿Por qué? La respuesta es categórica: "El financiamiento de los medios depende del Estado y del partido de gobierno. Sus propietarios nunca se establecieron como actores autónomos, con una función periodística y social. No viven de sus lectores ni de la publicidad privada. De 250 periódicos en todo el país, sólo 6 lograrían sobrevivir sin el subsidio gubernamental".

El gasto público en los medios es una de las contradicciones más evidentes del gobierno del presidente Salinas, quien ha insistido en la privatización y el libre mercado, y la reducción del papel del Estado. "Según algunas estimaciones el PRI gastó más de 15 millones de dólares en los medios en 1991. Esto no incluye lo que gasta cada dependencia oficial, cada ministerio y cada empresa estatal. Si se pudiera obtener la suma total de lo que el gobierno gasta al año para mantener sus relaciones con la prensa, no cabe duda que los admiradores de Salinas en el extranjero se sorprenderían del derroche".

Recordamos con Riva Palacio que durante la celebración reciente del día de la Libertad de Prensa, Salinas dijo a los dueños de los medios que el gobierno podría replantearse las relaciones políticas y económicas que mantiene con ellos. Su discurso abrió la posibilidad de disminuir la publicidad gubernamental. Pero la propuesta no se ha vuelto a mencionar. "Si lo hicieran cinco o seis periódicos se disputarían el mercado de la ciudad de México. Mejoraría la calidad informativa y la independencia financiera", dice él. "Pero entonces el gobierno no podría comprar ocho columnas en primera plana tan fácilmente. Por eso Salinas tomó la iniciativa pero", subraya, "no la va a llevar adelante. Si lo hiciera, empezáramos realmente a jugar con reglas democráticas". ●