

III. EL MARCO ACTUAL DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA

A los veinticinco años de la creación de la primera Facultad de Comunicación en España, los estudios universitarios cuentan con una veintena de centros públicos y privados, de los que cada año egresan unos 4.500 licenciados. Aproximadamente, el cincuenta por ciento son titulados en Periodismo.

Aunque no existe un estudio riguroso sobre el grado de ocupación laboral de los licenciados, está generalmente aceptada la hipótesis de una alta tasa de desempleo. Además, el elevado número de titulados no ha contribuido a una dignificación de la profesión periodística, sino, por el contrario, a una devaluación de la misma, por cuanto la sobreoferta de licenciados ha degradado, en términos generales, las condiciones de trabajo y empleo de los profesionales de la información. Muchas empresas aprovechan la gratuidad o semigratuidad de las prácticas del alumnado para reforzar sus plantillas o, incluso, abrir unas líneas de negocio con un bajo riesgo en cuanto a costes laborales.

Si bien el sistema educativo aporta un importante contingente de soluciones formativas en el campo de la comunicación social, circunstancia que abre las posibilidades de elección y selección de las empresas del sector, existe una amplia creencia sobre la escasa

calidad de los estudios, las carencias en las aplicaciones prácticas, la inadaptación de los planes de estudio a la realidad de los medios e, incluso, la generalizada desvinculación del profesorado del ejercicio profesional de la comunicación, en cualquiera de sus modalidades o facetas. Es, como definen con ironía algunos empresarios de la comunicación, el 'mal del sociólogo'. Esta última circunstancia se toma como argumento de denuncia sobre la inclinación de la actividad docente hacia aspectos fundamentalmente teóricos y las dificultades de adaptación de los licenciados a las prácticas y rutinas profesionales o a los problemas que afectan a la vida cotidiana de la comunicación y los medios.

Los estudios de Comunicación en España están definidos, entre otros aspectos, por una serie de circunstancias que ya aparecen con la creación de las primeras Facultades y que han sido esbozadas en el capítulo anterior. En buena medida, estos centros nacieron de espaldas a los medios y a la realidad del sector, debido a que los cuadros docentes se nutrieron, en parte, de una amalgama de valores formativos externos a las profesiones de la comunicación.

Como se ha señalado, la inexistencia de licenciados y doctores en una extensión universitaria nueva, la de la Comunicación, permitió una cierta colonización de la explotación teórica y de la práctica docente por parte de licenciados y doctores procedentes de áreas de conocimiento no siempre relacionadas con esa parcela específica. Sin duda, este hecho ha condicionado la posterior evolución de los marcos teórico-prácticos de las Facultades y sus planes de estudios, e incluso ha creado un prejuicio, no siempre justo, sobre la eficacia y solvencia de su especialización formativa.

Los planes de estudios suelen estar conformados, prácticamente al cincuenta por ciento, por un conjunto de asignaturas no específicas, relacionadas con áreas de conocimiento diversas como socio-

logía, filología, historia, economía, derecho, literatura, psicología, etc., con otras -precisamente las específicas- que atienden a líneas muy genéricas de aproximación al campo concreto de especialización académica. Lo que tenía una cierta lógica en una etapa de formación de la especificidad académica se ha convertido en una excesiva presión sobre los planes de estudio.

Las consecuencias de esta superposición de planos formativos centrales y complementarios siempre ha sido perjudicial para el desarrollo curricular del alumnado, por cuanto la carga docente no específica se convierte en ocasiones en una modalidad de 'cultura general' que integra valores de otras licenciaturas, pero en un grado necesariamente limitado y sin proyección de especialización.

La formación no específica, por su inserción en unos planes de estudios sobrecargados -más aún en los casos en los que la carrera se comprimen en cuatro años-, merma las posibilidades de profundización en los aspectos centrales de la carrera, a la vez que genera una cierta perversión de los objetivos docentes, por cuanto se activa un fenómeno ya endémico en las Facultades de Comunicación: la exigencia de una mayor dedicación temporal a la preparación de las diversas materias externas a la especialización, ya que generalmente éstas, por ser menos afines a la vocación del alumno, requieren un mayor esfuerzo de comprensión y de asimilación memorística, circunstancia que se produce en detrimento de la formación más específica.

El nacimiento de los estudios universitarios en Comunicación coincide con el período de expansión del aforo de la Universidad española, razón por la cual, en muy pocos años, no sólo se abren nuevos centros sino que se asiste a un progresivo crecimiento de la entonces sección de Periodismo hasta convertirla en la 'carrera de moda'. La masificación y el bajo grado de especialización devaluaron poco a poco la proyección social de los títulos académicos, permi-

tiendo que un cuarto de siglo después de la creación de las primeras Facultades aún existan voces que cuestionen su eficacia y aboguen por soluciones de acceso profesional no sujetos a una formación universitaria.

La opinión mayoritariamente compartida por los gestores de las Facultades de Comunicación de España es partidaria de limitar el acceso profesional a la vía única de la formación universitaria, planteamiento lógico que encuentra su mejor argumentación no en una norma de obligado cumplimiento sobre el acceso profesional, sino en lo que debe ser la virtud natural de la demanda: la cualificación de los egresados de las Universidades.

Resulta un esfuerzo extraordinario mantener más de diez centros públicos en los que se imparten estudios de Comunicación cuando se advierten tantos desajustes. Desajustes que no se refieren únicamente a los términos cuantitativos de empleo, esto es, a la relación entre la oferta de titulados y la demanda real de las empresas, sino también a la correspondencia entre el esfuerzo público y la utilidad social de la formación impartida.

HACIA UNA FORMACIÓN ESPECÍFICA

SOBRE UNA BASE DE CONOCIMIENTO ESPECIALIZADO

Se aprecia, cada vez con más nitidez, una tendencia a la especialización de los contenidos en las distintas soluciones mediáticas, no sólo como requerimiento de calidad o solvencia del mensaje, sino como factor de diversificación de la oferta en una fase de expansión intensiva del que se viene definiendo como hipersector de la información y de la comunicación.

En este sentido se ha querido justificar de algún modo la simbiosis formativa que entrecruza materias específicas y otras de formación complementaria en los estudios de Comunicación, pero que en nin-

gún caso alcanza grados de especialización razonables o contempla la amplia diversidad del escenario potencial de la comunicación y de los soportes de mediación.

La mayor parte de los planes de estudio insisten en una modalidad formativa eminentemente teórica, incluso en la aplicación docente de materias cuyo enunciado advierte sobre inequívocos contenidos prácticos acerca de técnicas y rutinas profesionales. La principal crítica que se hace en el entorno empresarial y profesional de los medios sobre las Facultades de Comunicación se refiere a la extraordinaria centralidad teórica del itinerario curricular. Entre los agentes del sector se plantean soluciones radicales que quisieran reducir el ámbito de aprendizaje de los estudiantes de a la mera formación profesional, sin otros ingredientes de contextualización o de cualificación del conocimiento.

Desde la óptica del servicio público universitario parece ineludible buscar una solución equilibrada, que no reduzca su compromiso formativo al plano que definen los intereses del sector industrial y mercantil de la comunicación, sino que atienda también a las necesidades y requerimientos lógicos de una sociedad plural y democrática. Esto es, que active respuestas de conocimiento que sitúen el fenómeno de la comunicación y su práctica profesional en el marco de un modelo social avanzado, donde el mediador adquiere una posición estratégica y de alta responsabilidad social.

El progreso de una sociedad, y no sólo en los planos de la cultura cívica, está estrechamente relacionado con los valores de inducción de los medios en la creación de imaginarios colectivos, por lo que parece exigible abundar en la cualificación profesional y ética de los comunicadores como premisa de modernidad, solvencia y responsabilidad en los discursos de lo cotidiano.

El objetivo nuclear de nuestras licenciaturas, a sabiendas de que la misión universitaria trasciende necesariamente el mero plano de la formación profesional, debe tender a crear una nueva razón entre

la oferta de asignaturas teóricas y prácticas, atendiendo en esta última parcela a un creciente grado de experimentalidad que permita un desarrollo secuencial de las técnicas y prácticas habituales de la producción periodística en los distintos medios y en las industrias afines.

Un plan de estudios eficaz debe perseguir la consecución del objetivo antes expuesto, con una explotación docente del marco de troncalidad más ajustado a la contextualización teórica, aunque sin olvidar que de este núcleo parten las líneas básicas de instrucción metodológica y de apertura de los ejercicios prácticos de otro conjunto de asignaturas. Las asignaturas obligatorias, a través de las cuales se debe medir la personalidad diferencial de las licenciaturas, atiende de manera prioritaria a los planos prácticos del aprendizaje profesional, mientras que las materias optativas, en una concepción dinámica de la formación, tratan de complementar los desarrollos teórico-prácticos con líneas de especialización y actualización del conocimiento. La inserción de la tecnología en el eje de la innovación mediática obliga a esa actualización dinámica del conocimiento, a través de materias optativas y talleres de experimentación y evaluación prospectiva.

El proyecto de innovación pedagógica que se expone más adelante, como sugerencia, avance o bosquejo de una eventual modificación de la oferta académica, se concreta en la licenciatura en Periodismo y trata de encontrar un ajuste real entre los contenidos formativos y las demandas del conjunto de los actores sociales a un centro de carácter universitario y público. Contempla, por consiguiente, los requerimientos del sector industrial, estimula los valores de responsabilidad social del mediador y abre vías a la reflexión teórica y a la investigación aplicada en comunicación.

Una modificación de los Planes de Estudios de Periodismo debe concebirse desde una óptica en la que primen los valores de especificidad, con un planteamiento multifuncional que persiga la máxi-

ma aplicación del conocimiento a los escenarios teórico-prácticos en los que se desarrolla la amplia gama del ejercicio profesional -incluida la investigación en comunicación y la docencia-, de acuerdo con los criterios de formación integral y de calidad que deben presidir, al menos como objetivo deseable, la enseñanza superior.

El proyecto de innovación pedagógica, como queda dicho, se inserta en el horizonte de un nuevo plan de estudios, que necesariamente deberá apuntar hacia cinco direcciones básicas, en torno a las cuales se articulen las diferentes asignaturas, seminarios, laboratorios y talleres. En el cuadro 1 se especifican las características del itinerario curricular previsto en el desarrollo de un nuevo modelo.

a) *Dimensión comunicativa y profesional.* Centra los valores específicos. Orienta el conocimiento hacia soluciones propias de la práctica profesional. Atiende la formación en las técnicas y usos tecnológicos de las expresiones mediáticas.

b) *Dimensión económica y mercantil.* Advierte de la posición en el mercado del fenómeno de la comunicación. Marca las pautas de la producción industrial, organización empresarial, gestión comercial, etc.

c) *Dimensión tecnológica e innovación.* Plantea la tecnología como variable dinámica de ciclo abierto, con extensiones comunicativas que determinan la expresión mediática. Ese carácter dinámico y abierto obliga a propuestas formativas en el campo de la innovación, no sólo con criterios de aprendizaje en el uso de las herramientas, sino en la adecuación de los lenguajes, la explotación óptima de los soportes, la inmersión en la propia cultura tecnológica, etc.

d) *Dimensión investigadora y de evaluación.* Integra un conjunto de disciplinas conducentes al conocimiento de los comportamientos en los procesos de la acción comunicativa. Definición de

los actores, interacciones y flujos. Evaluación de hábitos de consumo, audiencias, gratificaciones, efectos, etc.

e) *Dimensión ética, política y jurídica*. No por citarse en último lugar deja de ser primordial y base ideológica del discurso de la comunicación. Describe el marco de asentamiento institucional y jurídico del fenómeno de la comunicación en el Estado de Derecho y en las sociedades democráticas. Incluye las políticas de información y comunicación, las relaciones entre medios y los núcleos de poder, así como los enunciados deontológicos del quehacer periodístico.

En esta primera exploración curricular, que no prejuzga la definición final de un nuevo plan de estudios, pueden distinguirse tres planos (véase cuadro 2), que son los que configuran las centralidades del proyecto docente.

1. Un *núcleo teórico*, que trata de construir un marco sólido de partida, desde el que se proyecte el conocimiento sobre otras asignaturas prácticas, más allá del simple discurso teórico especulativo.

2. Una *vertiente práctica*, que no sólo viene dada por la naturaleza o significación de los enunciados de las asignaturas, sino por un planteamiento singular que busca, a través de soluciones formativas originales de simulación profesional, que se explican más adelante (el Taller de Medios y Técnicas, el Seminario Permanente de la Actualidad y el Laboratorio de Investigación y Prospectiva), una preparación práctica continuada.

3. Un plano de *especialización y actualización*, lógicamente inserto en el segundo ciclo de la licenciatura, que atiende, a través de asignaturas del tipo Periodismo Especializado, Periodismo de Investigación y de Precisión y de una amplia gama de soluciones tematizadas (Periodismo Político, Periodismo Científico, Periodismo Deportivo y otras líneas optativas), a la definición y adjetivación del conocimiento que el alumno ha obtenido en su formación uni-

Cuadro 1

ENTORNOS CONSIDERADOS EN LA DEFINICIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

	DIMENSIÓN COMUNICATIVA Y PROFESIONAL	DIMENSIÓN ECONOMICA Y MERCANTIL	DIMENSIÓN TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN	DIMENSIÓN INVESTIGADORA Y EVALUACIÓN	DIMENSIÓN POLÍTICA Y JURÍDICA
MARCO TEÓRICO GENERAL	Historia General de la Comunicación Teoría de la Información y de la Comunicación	Estructura de la Comunicación Social	Tecnología y Dinámica de la Expresión Mediática	Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación	Derecho de la Información y de la Comunicación Medios y Relaciones de Poder
SECUENCIA DE LA PRODUCCIÓN	Técnicas del Mensaje Informativo	Empresa de la Comunicación	Producción Informativa Audiovisual	Análisis Prospectivo y Tendencias en Comunicación Social	Políticas de Información y Comunicación
FUENTES	Agenda y Construcción de la Realidad	Promoción de Medios	Diseño y Edición de Prensa	Análisis y Medición de Audiencias y Contornos	Relaciones Internacionales
PRODUCCIÓN DEL MENSAJE	Periodismo Especializado	Gestión de Recursos Publicitarios	Fotoperiodismo y Tratamiento de la Imagen Fija	Opinión Pública	
SOPORTES	Periodismo de Investigación y de Precisión	Comunicación Institucional y Empresarial	Periodismo y Nuevos Medios		Pedagogía de los Medios
RECEPCIÓN	Análisis de la Actualidad				Ética y Responsabilidad Social del Periodista

