The Wayback Machine - https://web.archive.org/web/20111224152729/http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/…

RAZÓN Y PALABRA
Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación
www.razonypalabra.org.mx

Agosto -Septiembre 2004

Carr. Lago de Guadalupe Km. 3.5, Atizapán de Zaragoza Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Los Horizontes Formativos de las Facultades de Ciencias de la Información y de la Comunicación ante los Nuevos Escenarios Comunicativos

Por José Antonio Alcoceba
Número 40

A lo largo de la historia han existido diferentes sistemas de comunicación pública destinados a proveer de información para la producción y reproducción social a los grupos humanos. En cada sociedad se establece un sistema de comunicación de forma hegemónica que tiende a perdurar durante periodos prolongados de tiempo; y cuyo perfeccionamiento ha venido asociado tanto a las necesidades socio-comunicativas de los grupos sociales como a los cambios tecnológicos originados en dichos grupos.

En las sociedades surgidas a partir de las revoluciones burguesas, _y especialmente en las sociedades capitalistas,_ se han venido imponiendo los sistemas de comunicación masiva, superando a otros sistemas de comunicación pública menos desarrollados y eficaces (comunicación asamblearia, a través de emisarios, de redes de distribución de mensajes, etc.).

La culminación de este modelo de comunicación alcanzó su máximo desarrollo en la segunda mitad del siglo XX, con el desarrollo de la Prensa, de la Radio, y sobre todo de la Televisión. Y continúa en nuestros días como sistema hegemónico de aprovisionamiento de información. Valga como ejemplo decir, que generaciones enteras han sido abastecidas de información a través de estos medios masivos de comunicación; medios, de contrastada eficacia comunicativa en las pautas y procesos de socialización, y por qué no decirlo, en las estrategias de control social sobre audiencias cada vez más numerosas y dispersas.

El Sistema de Comunicación de Masas requiere de unas tecnologías de producción y distribución que permitan la elaboración y difusión masiva y en serie de productos comunicativos. Asociadas a estas tecnologías aparecen otras características socio-comunicativas propias de dichos sistemas:

- En el sistema basado en MCM existe una especialización de funciones entre quienes "producen" la información y quienes la "consumen".
- La comunicación de masas requiere de unas organizaciones, socialmente reconocidas, especializadas en la producción y distribución de productos comunicativos destinados a la satisfacción de los intereses y necesidades de públicos muy numerosos y heterogéneos.
- Los Medios de comunicación elaboran y distribuyen productos comunicativos en serie y de forma masiva, lo que supone que este tipo de comunicación conciba de forma universal a las audiencias. "Mientras que en el mercado de mensajes la demanda es un hecho relacionado con millones de individuos, la oferta está extremadamente concentrada." (Burgelin, 1976, p.33).

Paralelamente, las actividades colectivas específicas de producción, tratamiento y difusión de información pública que afecta a la comunidad en su conjunto han ido requiriendo de una creciente especialización, acorde con el desarrollo y la complejidad del funcionamiento de dicho modelo comunicativo basado en Medios de Comunicación de Masas (MCM).

En este contexto, surge la necesidad de regular la formación de profesionales de la comunicación especializados en las prácticas comunicativas que impone el funcionamiento de dicho modelo. Dicho funcionamiento se ha ido configurando en torno a instituciones de la comunidad socialmente encargadas de regular los intercambios de información pública en la sociedad. Se trata de un modelo que basa los intercambios comunicativos en el flujo unidireccional de información entre los medios y sus audiencias. Y, como señala el profesor Martín Serrano (1986, p.p. 73-74), comunicativamente posee unos rasgos distintivos que imponen unas líneas generales de actuación:

> - Tratamiento de información que interesa a las instituciones sociales, en cuanto a que dicho interés afectará al conjunto de los ciudadanos.
> - Los temas, están más o menos prescritos. Es decir, se configura institucionalmente una agenda de temas considerados de interés colectivo, frente a otros que pertenecerían a la esfera individual.
> - Tratamiento informativo de nuestras cosas, versus, tratamiento de las cosas ajenas.
> - El carácter confiable de la información que circula por estos cauces, les confiere un punto de vista autorizado.
> - También establece quiénes pueden ser comunicantes, en qué ocasiones, y en qué lugares y en qué tiempos, en temas que tienen que ver con el interés público.
> - Etc.

Este sistema comunicativo basado en Medios de Comunicación de Masas ha requerido y sigue requiriendo por tanto de unos profesionales especializados en la producción, tratamiento y difusión de la información atendiendo a estas características generales de funcionamiento.

En las décadas de los años sesenta y setenta del pasado siglo, surgieron tanto en España como en Hispanoamérica las Facultades de Ciencias de la Información y la Comunicación para dar respuesta desde la Universidad a esta demanda de profesionales especializados por parte de las instituciones comunicativas. Las bases teóricas, epistemológicas y prácticas en las que se ha venido basando la formación de periodistas y comunicadores en estas facultades están destinadas a cubrir las necesidades comunicativas creadas por los medios clásicos en dichas sociedades.

Si bien es cierto que todo campo educativo…responde a las necesidades y demandas de sectores sociales, en el caso de la comunicación, el campo educativo ha sido determinado por los sectores dominantes, por lo que lo que la formación de comunicadores ha respondido a las demandas de estos sectores...fundamentalmente, los planes de estudio se han orientado a las necesidades del mercado de trabajo, donde el mercado de trabajo y las prácticas profesionales hoy dominantes, están en los medios, en la publicidad y en los departamentos de comunicación. (Castillo y Tapia, 1996)

El empeño mostrado por estas instituciones académicas pretendía regular la oferta y la demanda de capital humano cualificado que solicitaban los medios de comunicación para llevar a cabo sus intercambios comunicativos. Desde el punto de vista mediacional, este es un aspecto de máxima importancia, ya que periodistas y comunicadores en el desempeño de sus prácticas profesionales contribuyen a reforzar procesos de socialización en las audiencias

a través de sus hábitos de consumo comunicativo. La intervención de los medios de comunicación junto con la generada por otras instituciones sociales, contribuye a conformar cognitivamente las representaciones sobre la realidad de las audiencias en su plano social, cultural, económico, axiológico, etc.

Nuevas tecnologías, nuevos profesionales

Las tecnologías de la información se han caracterizado históricamente por estar siempre a la vanguardia de los cambios tecnológicos que han promovido importantes transformaciones sociales; la irrupción de nuevas tecnologías de la información (NTI) está haciendo que el tradicional modelo de comunicación de masas empiece a cuestionarse su funcionamiento actual. Como señala Prado (1997) "desde el punto de vista técnico, tales cambios afectan a los medios de producción, difusión y recepción. Impregnando el conjunto de actividades propias del proceso de comunicación y modelando un nuevo escenario de las industrias culturales."

La aparición y desarrollo de los medios audiovisuales (especialmente la televisión) supuso un cambio radical en los procesos tanto comunicativos como de socialización de los individuos. Transformaciones que supusieron la introducción de nuevos tratamientos informativos y la necesidad de nuevos especialistas en el manejo de las otras potencialidades informativas. Lo mismo sucede actualmente, los nuevos escenarios que ofrecen los fenómenos comunicativos emergentes en la actualidad, no pueden tratarse con los antiguos planteamientos. Las capacidades tecnológicas, expresivas y representativas de los nuevos medios hacen cuestionarse la validez del modelo de MCM, y plantean la necesidad de un nuevo paradigma comunicativo que pueda dar respuesta a estas nuevas prácticas comunicativas.

El nuevo modelo de comunicación proporcionado por Internet, por ejemplo, viene a revolucionar las posiciones comunicativas de los actores, facilitando la multiplicación de las posibilidades emisoras y receptoras. El espacio informacional no es limitado, por el contrario, consiste en un espacio distinto, tanto en volumen de contenido, como en las formas de producción y recepción. Nos encontramos ante un nuevo modelo comunicativo con nuevas capacidades para procesar, transmitir y recibir la información. Modelo que implicará, según Fernández Hermana (1999) "la transición de la opinión pública basada en un modelo reduccionista de los acontecimientos que pasan a su alrededor, a una opinión pública basada en la selección personal de la información sometida con criterios maximalistas".

El rápido desarrollo de nuevas tecnologías al servicio de la información ha facilitado el acceso a los recursos informativos a costos relativamente bajos. La producción de tecnología comunicativa permite llevar la información cada vez más lejos y llegar a un mayor número de gente. La creciente optimización de las potencialidades que ofrecen los nuevos medios, requerirá de la adaptación de los viejos comunicadores, y de la formación de nuevos profesionales adiestrados en el manejo de las nuevas posibilidades comunicativas emergentes.

Los periodistas de la Sociedad de la Información, los periodistas digitales deben ser profesionales versátiles y con criterio, centrados en la mejora de la calidad de la información periodística gracias a las mayores posibilidades de documentación, amplitud, análisis y rapidez que propician los recursos digitales….El trabajo del periodista digital es, cada vez más, la gestión de la información; esto es, el análisis y jerarquía de la misma…el problema ya no es encontrar información, sino distinguir lo significativo de lo irrelevante, en un mar inmenso de contenidos. (López Pourailly, 2002)

Esta encrucijada comunicativa requiere la implicación de todos los sectores que de una u otra forma se ven concernidos en los procesos de socialización asociados a la producción, tratamiento, difusión y adquisición de comunicación pública.

En uno de los sentidos que a nosotros más nos preocupa, el avance tecnológico afecta regresivamente también al campo laboral de la comunicación; el sector tradicional de los medios de comunicación, aparece saturado profesionalmente. Pero paradójicamente, ante este panorama, los jóvenes estudiantes siguen formándose desde las facultades de C.C. de Información y Comunicación en los modelos formativos tradicionales que han venido demandando los medios masivos clásicos. El escenario en el que se encuentran hoy en día numerosos jóvenes licenciados en comunicación, ofrece un reducido mercado en torno a los sistemas de producción de información pública generalistas. Es demasiado frecuente que estos jóvenes ante la imposibilidad de encontrar acomodo laboral en su campo, acudan a competir por otros trabajos para los que no han sido formados pero para los que disponen de mayor nivel formativo que otros jóvenes con menos oportunidades de formación. Lo que puede generar desequilibrios y desajustes sociolaborales en determinados ámbitos de la sociedad.

Mayoritariamente, el escenario laboral comunicativo con el que se encuentran los jóvenes que concluyen su formación universitaria en la actualidad ofrece el siguiente panorama:

- Que sean requeridos por los medios de comunicación de masas tradicionales: Prensa, Radio, Televisión, Cine, Publicidad, etc.
- Que sean contratados por instituciones que demanden especialistas en el manejo, tratamiento y difusión de nuevas demandas informativas asociadas a las necesidades comunicativas de las audiencias, pero también de las propias instituciones sociales.

Desde las facultades se sigue poniendo el énfasis en la formación de los futuros comunicadores atendiendo a las demandas laborales de los grandes medios de comunicación, y sigue sin concederse la suficiente importancia a nuevas destrezas comunicativas que sin duda se van a demandar en los próximos años, y que serán el reflejo del cambio paradigmático que está sufriendo el campo de la comunicación pública. Las instituciones sociales (empresas, instituciones públicas, partidos políticos, ONG, etc.) ante el nuevo panorama comunicativo dejarán de ser meros objetos de referencia de los medios. Es decir, aquellas instituciones que son lo que los medios dicen de ellas, pasarán a convertirse también en instituciones sociales que gestionen públicamente la propia información que generen.

Muchas instituciones sociales están transformando ya sus estrategias comunicativas. Sin abandonar la necesaria presencia en los medios masivos de comunicación, apareciendo como referentes informativos o a través de costosas campañas publicitarias; ahora, se encuentran con la posibilidad de poder gestionar la información que ellos mismos producen. Las nuevas posibilidades tecnológicas asociadas a la comunicación les permiten optimizar sus recursos.

Se mantiene por tanto la relación con los MCM, orientada a conseguir una imagen favorable a sus intereses, facilitando información a los medios bajo ciertos criterios de intencionalidad. El resultado de estas prácticas siempre es incierto, ya que no controlan la información y son en última instancia los medios de comunicación quienes determinan el tratamiento informativo que creen más apropiado sobre dichas instituciones. Actualmente, y a un muy bajo coste, las organizaciones sociales tienen la posibilidad de gestionar todo el proceso informativo sin la intervención de los medios. Para ello lo más habitual es que:

- Contraten a profesionales especializados en el manejo de las herramientas comunicativas emergentes.
- Contraten empresas encargadas de gestionar todo el proceso de comunicación que generan dichas instituciones sociales.

Esta segunda opción se viene imponiendo cada vez con más fuerza en las estrategias comunicativas de las instituciones sociales más a la vanguardia en nuestra sociedad. Desde estos gabinetes de comunicación especializados en el tratamiento global de la información se gestiona tanto el tratamiento expresivo más adecuado de la información de acuerdo a los intereses de los emisores, como el uso de los medios más eficaces (MCM, páginas web o nuevas formas comunicativas asociadas a Internet, etc.). Este tratamiento integral permite controlar en todo momento los flujos informativos segmentando cada vez más las audiencias con la intención de obtener una mayor eficacia comunicativa.

La necesidad de adaptación académica ante los cambios socio-comunicativos

Tradicionalmente se ha insistido en que la universidad debe ser una adelantada social en aquellos procesos de cambio que se producen en la sociedad. El sistema comunicativo, un tanto rígido en sus transformaciones, tendrá que proponer estructuras formativas abiertas y flexibles que ofrezcan conocimientos acordes con los avances comunicativos que se vienen produciendo; conjugando la formación práctica con la profundización teórico-epistemológica de la comunicación.
El campo profesional ha cambiado y se ha diversificado de manera más acelerada que los planes de estudio de las escuelas de comunicación, ya que se inicia un proceso de generación de prácticas profesionales emergentes…como las referidas a la comunicación de las organizaciones, comunicación y cultura, cultura y desarrollo….. comunicación y nuevas tecnologías de la comunicación. (Castillo y Tapia 1997).

En este contexto, desde las instituciones educativas destinadas a formar profesionales de la comunicación, se debería poner el énfasis, sin abandonar la formación que ahora imparten, en una línea formativa más acorde con estas nuevas demandas laborales asociadas a la articulación de sistemas de aprovisionamiento de información no convencionales. Entendiendo por no convencionales aquellos sistemas de información pública asociados a la aparición de nuevos usos sociocomunicativos de información relacionados con el uso de nuevas tecnologías de la información que afectan a la comunidad en su conjunto.

Uno de los cambios principales consistirá probablemente en mudar del modelo tradicional de enseñanza, consistente en formar a los futuros periodistas en destrezas profesionales dirigidas a enfrentar la escasez de la información, hacia otro modelo en el que se forme a los periodistas para enfrentarse a la superabundancia de la información. (Salaverria, 2000).

Ante la implantación cada vez más rápida de las nuevas tecnologías de la Información como medios de transmisión de información y como catalizadores de opinión pública, las escuelas y facultades de ciencias de información deben adaptar sus ciclos formativos para dar respuesta a este nuevo profesional que es demandado sociocomunicativamente desde estos nuevos medios: un experto en diseño (tanto estructural como expresivo), producción comunicativa, uso de estas tecnologías, y evaluador de los posibles efectos o impactos de los productos comunicativos que circulan por estos nuevos medios.
Cabe a los directivos de las carreras de comunicación descubrir las evidencias de esos fenómenos y darles respuesta inmediata. La rapidez con que se procesan hoy los cambios en el ámbito de los media y de las tecnologías que le dan soporte exige contante actualización de sus currículos, de las estrategias de enseñanza/aprendizaje y naturalmente el reciclaje del cuerpo docente. (Marques de Melo, 2001, p.p.27-28).

En relación con la formación de jóvenes adiestrados en estos nuevos escenarios comunicativos surge la necesidad de que las estructuras académicas (organizativas, didácticas y docentes), se vayan transformando de forma coherente y eficaz. Demasiados profesores de estas facultades siguen anclados en los modelos

comunicativos clásicos, en los que ellos mismos han sido profesionales. Cognitivamente, muestran una imposibilidad de adaptarse, -y en algunos casos una ceguera intelectual- a los nuevos procesos de cambio tecnológico. Estos modelos docentes suponen rémoras educacionales que será necesario superar.

Los profesionales dedicados a gestionar la información se van a encontrar en un futuro inmediato ante demandas laborales (minoritarias por el momento), requeridas por los propios objetos de referencia para gestionar globalmente todos los procesos comunicativos en los que estén implicados. Atendiendo a las nuevas formas de tratamiento, producción y difusión que las emergentes posibilidades comunicativas empiezan a ofrecer.

Este cambio de paradigma acarreará sin duda también una creciente demanda social de investigadores; especialistas encargados de estudiar y analizar los nuevos fenómenos comunicativos. Es aquí donde aparece la necesidad de la figura del comunicólogo como estudioso que orienta su práctica no sólo a un desarrollo instrumental (qué hacer con los medios), sino a un conocimiento científico: a investigar los fenómenos comunicativos desde una perspectiva no sólo de demandas de mercado, sino como una forma de investigación científica que permita analizar los desajustes sociales que puedan desencadenarse ante este cambio de paradigma. Tendiendo a resolver aquellos problemas sociales que puedan surgir ante el uso que se haga de estas nuevas tecnologías de la comunicación.

En nuestras sociedades cada vez se hace más necesaria la figura del estudioso de las prácticas comunicativas emergentes, que _dado el peso social del fenómeno_ también resultarán decisivos para configurar una especie de sentido común de segundo orden acerca de qué son los medios, qué influencia tienen y, sobre todo, qué hacer con ellos y con respecto a ellos.

La formación de comunicólogos desde las facultades de CC II. y de la Comunicación

Los estudios sobre comunicación han sido abordados por numerosos especialistas en diversas disciplinas científicas que se han interesado por explicar las mutuas afectaciones que la comunicación mantiene con diferentes cuestiones de la vida social, cultural, económica, etc.
Tradicionalmente, han sido prácticas frecuentes las investigaciones sobre comunicación abordadas aunando los conocimientos aportados desde los diferentes saberes que han tratado de explicar los fenómenos comunicativos. Así, desde las distintas Ciencias Sociales se han llevado a cabo este tipo de estudios: desde la Sociología se han estudiado las intervenciones sociales de la comunicación, desde la Antropología o desde la Etología se han estudiado los comportamientos de los seres humanos y los animales en relación con la comunicación, desde la Economía política se han analizado los factores de relación económica de lo comunicativo, etc. En definitiva las disciplinas clásicas han aportado su base científica para explicar, analizar y comprender las cuestiones comunicativas en nuestra sociedad.

Aunque parezca sorprendente, es infrecuente encontrar entre los investigadores de la comunicación a expertos que provengan del campo específico de la comunicación. No es habitual, -mucho menos en España que en países latinoamericanos-, encontrar entre los comunicólogos a licenciados en Ciencias de la Información o la Comunicación. Por tanto, la mayor parte de los trabajos sobre comunicación se han realizado y se siguen realizando por expertos comunicativos que provienen de áreas como la Sociología, la antropología, la psicología, etc..

Sería insensato afirmar que estas disciplinas carecen de base científica para abordar el estudio de las prácticas comunicativas. Aun reconociendo la validez de estos saberes sociales para entender las intervenciones sociales, económicas, psicológicas, etc., sobre la comunicación, dichos estudios se han limitado a estudiar la comunicación desde perspectivas como la sociología

de la comunicación, antropología de la comunicación, economía política de la comunicación, etc. Estudios, constreñidos en exceso a las bases teóricas disciplinares de estas ciencias sociales. El sociólogo es un experto en desentrañar las reglas que rigen el funcionamiento social, el economista, un especialista en estudiar las reglas económicas, el psicólogo social, un experto en desarrollar acciones sociales destinadas a resolver o detectar los problemas de una comunidad, etc. Ahora bien, ninguno de ellos es un experto en comunicación.

Desde las facultades de Ciencias de la Información parece existir una dejación de funciones en cuanto a la formación de expertos en comunicación que conozcan las reglas y mecanismos por los que se rigen los procesos de producción, tratamiento y difusión de información pública. Y, que en lugar de estudiar las influencias de lo social, lo económico, lo cultural, etc., sobre lo comunicativo, estudien las influencias de lo comunicativo sobre lo social, sobre lo económico o sobre lo cultural.

Observando los planes de estudio de las facultades de Ciencias de la Información, inmediatamente se observa que las estrategias didácticas y formativas se han venido orientando casi en exclusividad hacia la formación de comunicadores o periodistas. Primeramente, poniendo el énfasis en aquellos aspectos destinados a formar los profesionales que demandaban las grandes industrias culturales que son los Medios de Comunicación de Masas; como hemos mencionado. Durante décadas se ha venido poniendo el énfasis en una formación profesional arraigada en un enfoque puramente periodístico, y orientada casi en exclusiva al tratamiento de la actualidad (información, interpretación y opinión) especialmente para la Prensa, Radio y Televisión como medios hegemónicos.
Más allá de polemizar la ineludible función de la investigación científica _la cual se limita lamentablemente a las tesis de grado_ que debe impulsar y promover la universidad, nos preguntamos sobre la finalidad de la formación académica, más orientada a la demanda de los medios sociales de comunicación, especialmente del medio televisivo. (Camacho, 1999).

Posteriormente, se han ido incorporando en los planes de estudio de algunas facultades de CC de Información y Comunicación campos de especialización en el diseño, uso y aplicación de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Sin embargo, las asignaturas teóricas y epistemológicas, y aquellas orientadas a la investigación social de la comunicación han sido relegadas en detrimento de otros conocimientos más instrumentales y prácticos. En otras ocasiones, el problema surge en los vínculos y nexos necesarios entre teoría y práctica en la formación comunicativa:
Aun suponiendo un equilibrio entre ambas (teoría y práctica), suelen quedar como compartimentos estancos. En algunos casos se llega incluso a separar en opciones dentro de la formación, una de investigación y otra profesional. Esto último termina de consagrar a mi juicio un divorcio muy dañino entre la producción de conocimientos y su aplicación. Dañino para ambos: el conocimiento así generado será más pobre y las intervenciones profesionales menos críticas y por tanto menos inteligentes. (Kaplún, 2001, p. 4).

La formación académica universitaria en materia de comunicación sigue sin ofrecer un perfil profesional que, además de formar a sus alumnos en las prácticas comunicativas clásicas y emergentes, ofrezca una formación que ayude a entender la comunicación desde una perspectiva mucho más amplia. En definitiva, que siga formando comunicadores (periodistas), pero que oriente también sus planes de estudio hacia la formación de comunicólogos:

Que promueva la investigación social en comunicación, con el objetivo de poder encontrar soluciones a los problemas asociados con lo comunicativo en nuestra sociedad.

Que se consoliden en los planes de estudio las asignaturas que doten a los jóvenes de una sólida formación teórica y epistemológica relacionada con aquellos saberes pertenecientes a las ciencias sociales y con las teorías comunicativas específicas.

Que se le conceda la importancia que merece a la formación metodológica, que permita el diagnóstico y evaluación de las cuestiones sociales, etc.

Desde las facultades de comunicación e información se ha realizado y aun hoy en día se realiza muy poca investigación. Y además, coincidiendo con el profesor Kaplún, aparece separada de la enseñanza y de la práctica.

La separación entre investigación, enseñanza y extensión, típica de muchas universidades, es uno de los problemas a combatir. Para ello hay que pensar el aula como un espacio en estrecha relación con los problemas reales de nuestras sociedades sobre los cuales se investiga y a partir de los cuales se aprende…Y que es para la comprensión y transformación de esa realidad que la teoría debe resultar útil. (Kaplún, 2001, p. 8)

Si admitimos que desde la universidad debe existir esta constante preocupación por conocer el presente y por diagnosticar el futuro de nuestras sociedades, no se entiende que desde las escuelas de comunicación se limite la práctica investigadora en muchos casos a tesis doctorales. Estos trabajos de postgrado, _en más ocasiones de las deseadas_, parecen responder a meros ejercicios de erudición más que investigaciones sobre cuestiones comunicativas.

Esta doble formación profesional como comunicadores y comunicólogos fomentaría en los jóvenes licenciados el desarrollo de la capacidad de análisis y crítica, y posibilitaría el estudio de las transformaciones relacionadas con la comunicación que se producen en el entorno social. Y estamos de acuerdo con Camacho (1999) en que este debiera ser un cometido de la universidad, "consideramos que será responsabilidad de las instituciones formadoras de comunicólogos, el evaluar constantemente planes de estudio y perfil profesional, así como también proyectar la profesión hacia prácticas emergentes."

La aparición de nuevas prácticas comunicativas asociadas a los nuevos medios, con nuevas capacidades tecnológicas, expresivas y representativas, hace necesario el examen diagnóstico por parte de los científicos de la comunicación. La exploración, diseño y aplicación de proyectos de desarrollo social a través de los nuevos medios de comunicación (Internet), debiera ser un cometido obligado para los comunicólogos.

Hemos visto como frecuentemente aparecen como comunicólogos determinados especialistas como el sociólogo, el antropólogo, el biólogo o el economista. Pero, sin tratar de desmerecer el trabajo de estos profesionales, convendría redefinir al comunicólogo como aquel especialista multidisciplinar que aúna todos los saberes sociales en los que se ve concernida la comunicación. Camacho (1999) se refiere al comunicólogo como aquella "persona que cumple una labor profesional de intervención consciente y sistemática en las prácticas sociales a partir de saberes, herramientas y técnicas comunicacionales…resultado de la incorporación y adaptación de otras ciencias sociales, pero que también presentan sus especificidades."

El paso del saber instrumental al conocimiento científico

Simultáneamente a este enfoque multidisciplinar de la comunicación social, ha venido surgiendo desde las escuelas y facultades de Ciencias de la Información y la Comunicación sobre todo en los últimos años, el desarrollo de una especie de *ingeniería social de la comunicación*, como un saber instrumental que resulta de utilidad para conseguir objetivos concretos a partir del uso de la comunicación. Se trata de un campo que pretende formar especialistas en el manejo y las destrezas comunicativas

para conseguir que la gente actúe de determinada manera ante determinadas cuestiones en las que otros están interesados, a través de la comunicación.

Es cada vez más habitual que estos especialistas se definan y cualifiquen como comunicólogos. Sin desmerecer estas prácticas sociales, el comunicólogo en este caso es un "ingeniero" que maneja los items comunicativos orientados a las diferentes prácticas sociales. Disciplinas instrumentales clásicas como la propaganda política o la economía de mercado, cada vez más recurren a especialistas en el manejo de los recursos comunicativos para ser más eficaces en el logro de los objetivos. Estos expertos conocen los mecanismos comunicativos que rigen dichas prácticas sociales, e intervienen utilizando los conocimientos de otros especialistas en esos campos o disciplinas. Como argumenta Martín Serrano (1986), el conocimiento de los mecanismos comunicativos facilita el control social. Nada impedirá por tanto, que estos especialistas utilicen los saberes de los teóricos de la comunicación (comunicólogos) para reducir la libertad personal y colectiva. de los públicos.

En numerosas ocasiones, se han venido estudiando los fenómenos comunicativos desde diferentes enfoques interdisciplinares y multidisciplinares; aprovechando y aunando los conocimientos que aportan las diferentes disciplinas científicas. Especialmente aquellas que desde las Ciencias Sociales se han preocupado por el conocimiento científico sobre lo comunicativo. Sin embargo, _y he aquí la necesidad de su inclusión en los currícula académicos_, las diferentes teorías sociales de la comunicación se distancian de estas disciplinas instrumentales, y rechazan el carácter social que desde diferentes instituciones, incluso académicas, se les confiere. Desde estas bases teóricas y epistemológicas se diferencia entre un enfoque del estudio de la comunicación orientado a la ampliación del conocimiento, que correspondería con el planteamiento del comunicólogo y del teórico de la comunicación; y otro, orientado al perfeccionamiento del control social (el falso comunicólogo). El primero, debe orientar su actividad profesional a satisfacer las necesidades de conocimiento de las audiencias en cuanto a que éstas tomen conciencia de su propia condición existencial y social con respecto a su situación como actores implicados en los procesos de comunicación pública. Por el contrario, el *pseudocomunicólogo* orienta su actividad a conseguir a través del manejo de los recursos comunicativos que determinados públicos se comporten según los objetivos previstos: voten, compren, actúen, etc.

La necesidad de *hacer saber* por la vía del conocimiento cuáles son y cómo se desarrollan los fenómenos comunicativos: comportamientos, usos, contenidos, etc., se hace imprescindible para garantizar la toma de conciencia y la autonomía de las audiencias. El profesor Martín Serrano considera en este sentido que frente al avance de las técnicas de control que pretenden hacer hacer a los públicos recurriendo a la comunicación, el comunicólogo social no puede compartir dichos fines instrumentales, "porque esa complicidad degradaría su status científico al nivel de una técnica de promoción de ventas, un útil de manipulación electoral, o de un modelo de domesticación de los hombres." (Martín Serrano, 1982, p. 70).

Por tanto, desde las facultades y escuelas de comunicación debe desterrarse la formación en estas prácticas instrumentales mercantilistas, y centrar los esfuerzos curriculares en la formación, por un lado, de especialistas en la selección, el tratamiento y la difusión de información (comunicadores), y por otro, de expertos en el estudio de las relaciones entre comunicación y práctica social.

Referencias:

BURGELIN, O. *La comunicación de masas*. Barcelona. ATE. 1974.
CAMACHO, C.A. (1999, julio).*¿Cuál es el comunicador que necesitamos?¿cuál es el nuevo perfil profesional del comunicador que necesitamos: periodista, relacionista, productor...?* Periódico La Razón. Suplemento Ventana. La Paz. Bolivia.
CASTILLO OCHOA, E. y TAPIA FONLLEN, M. (1996). *La formación de comunicadores ante los nuevos retos*. Ponencia presentada en el Coloquio de Otoño Tradición y Modernidad, "El punto de vista de las Ciencias Sociales", Universidad de Sonora. México.
FERNÁNDEZ HERMANA, L. A. (1999, marzo). *Información: universo en expansión o agujero negro.* Trabajo presentado en I Congreso de Comunicación Social de la Ciencia, Granada, España.
KAPLÚN, G. (2001). *Facultades de comunicación: entre la crítica y el mercado.* Ponencia presentada en I Encuentro de Facultades y Carreras del Cono Sur. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza, Argentina.
LÓPEZ POURAILLY, M. J. (2002). *Periodismo Digital. Material de apoyo para estudiantes de Periodismo*. Universidad de Santiago de Compostela, España..
MARQUES DE MELO, J. (2001) *Identidad del campo de la comunicación: estrategias para salir del gueto académico*. Revista Diálogos de la comunicación. Nº. 62. Julio.
MARTÍN SERRANO, M. (1986) *La producción social de comunicación*. Madrid. Alianza Editorial. 2ª Ed.
MARTÍN SERRANO, M. y Otros. (1982). *Teoría de la Comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia*. Madrid. Alberto Corazón Ed. Cuadernos de la Comunicación. 2ª Ed.
MARTÍN SERRANO, M. (1978). *La mediación social*. Madrid, Akal.
PRADO, E. (1997). *Nuevas tecnologías e interactividad: gran Almacén Universal* Virtual. Revista Diálogos de la comunicación. Nº.47. Octubre, p.p. 89-96.
SALAVERRIA, R. (2000). *Criterios para la formación de periodistas en la era digital.* Ponencia presentada en I Congreso Nacional de Periodismo Digital. Huesca, España.

Dr. José Antonio Alcoceba Hernando

Profesor del Depto. de Sociología IV (Teoría de la Comunicación) y miembro del Grupo de Investigación sobre Comunicación y Desarrollo de la Sección Departamental de Comunicación de la Facultad de CCII de la Universidad Complutense de Madrid, España