

Confieso que, cuando me invitaron a este encuentro, quedé perplejo y algo sorprendido, por doble razón. Quizás la perplejidad tiene que ver, sobre todo, con el tema propuesto, no muy claramente formulado. Entiendo que se trata de discutir acerca del sentido de esta carrera y profesión. ¿Discusión «jurásica»? No lo sé. En todo caso, discusión fundamental. La sorpresa tiene que ver —al margen del tema— con el hecho mismo de la reunión, a la que están convocados todos los alumnos y profesores de la Escuela, a fin de intercambiar ideas. Apenas hay en la Universidad Católica espacios públicos: y abiertos para la libre discusión de las ideas. Grata sorpresa, pues, en este mundo en el que tiende a imponerse el «pensamiento cénico».

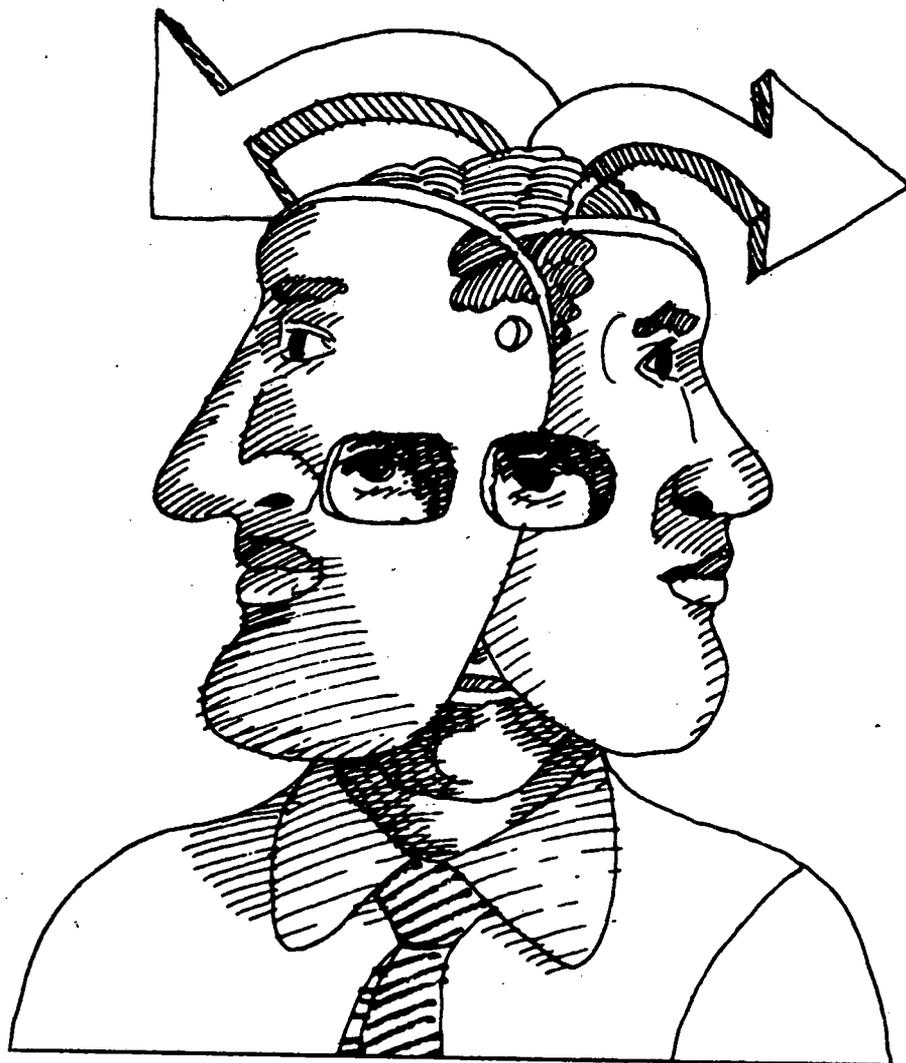
No podía perder, personalmente, una de esas raras oportunidades, como tampoco la perdí en el último Acto de Graduación (Nov.95) para formular —rompiendo incluso el protocolo festivo del momento— algunas preocupaciones de fondo.

Esto que sigue no pretende ser una ponencia formal. Tampoco pretende resolver el problema propuesto. Al contrario, pretende más bien redimensionarlo, añadiendo al problema nuevas dosis de problematización. La ciencia avanza siempre desde dudas previas. La verdad se abre paso más rápido y mejor, cuando mejor han quedado definidos los límites de nuestra ignorancia. La duda es el presupuesto de toda certeza.

No me detendré a comentar las exposiciones previas. No puedo, sin embargo, dejar de expresar que la comunicación social es o puede llegar a ser *una verdadera ciencia*. Anticientífico sería negarlo. Lo cual, por cierto, no ignora el hecho de que algunas Escuelas de Comunicación, a la hora de la verdad y en el mejor de los casos, no pasan de ser simples Escuelas Técnicas Superiores. Sin investigación y sin debate regular,

## A la búsqueda de sus coordenadas La comunicación social

José Ignacio Rey





definitivamente, no puede haber Universidad.

¿Ciencia, arte u oficio?. Esa discusión no me parece del todo pertinente. La verdadera ciencia es siempre un arte. El arte genuino es siempre iluminador y ayuda, quizás de la mejor manera, a comprender la realidad. Arte y ciencia pueden muy bien constituirse en oficio, si por tal se entiende la actividad habitual de un profesional.

¿Quién define al comunicador social?. No dudo en responder que *al comunicador lo debe definir la propia Universidad* y ése es precisamente el privilegio que deriva de su necesaria autonomía. Autonomía frente a gobiernos de turno y frente a las empresas privadas. Aunque debe ser tomado muy en cuenta, el «mercado de trabajo» no puede tener un poder determinante a la hora de definir el perfil del comunicador. Por contraste con lo que ocurre en otros ámbitos, aquí es la demanda la que debería estar sometida a las condiciones de la oferta. En ese mismo orden de cosas, la Universidad debería estar alerta para no dejarse penetrar abusivamente por quienes lo intentan hoy de manera sistemática, más o menos camuflada a través de Fundaciones, programas de becas, ventajosas ofertas de empleo, patrocinio a publicaciones, premios a «la excelencia», etc. La autonomía universitaria, más que un derecho, es un deber primario, irrenunciable.

Buen conocedor de las mismas, al comunicador profesional no lo pueden definir tampoco las «nuevas tecnologías», que no pasan de tener un importante valor instrumental, a no ser que alguien siga pensando (éste, s', pensamiento «jurásico») que simplemente el medio es el mensaje.

Me preocupa *el desmesurado poder de la publicidad*, fuera y, so-

bre todo, dentro de la Universidad. Fuera, por tres razones principales: por lo que pueda tener de elemento distorsionador de la economía, en un país, como el nuestro, de carencias básicas; por su enorme capacidad de inducir valores y cosmovisiones; porque es de hecho el soporte económico de los Medios de Comunicación de Masas y seguramente condiciona o determina su función social. Dentro de nuestras Escuelas de Comunicación, es notoria su influencia en otras especialidades, incluso en el diseño mismo de sus «pensa» respectivos. Mercadeo, gerencias, asesorías de imagen, comunicación institucional, comunicación corporativa, «target», «rating», etc. son ya, en nuestro ámbito, modismos consagrados que tienen la inequívoca huella de lo publicitario. Ha llegado la hora de llamar a cada cosa por su nombre. Gerencia es gerencia. Ventas son ventas. Entretenimiento es entretenimiento. Información es información. Comunicación es comunicación, ciencia social especializada en el análisis y diseño de sistemas viables, que posibiliten flujos adecuados de intercambio de mensajes, dentro de una sociedad determinada. Está demás decir que la publicidad es, en sí misma, una actividad legítima y aun necesaria. La denuncia apunta sólo a los excesos y a las intromisiones reduccionistas.

Pienso que es el momento oportuno para *reivindicar el periodismo* como tal, amenazado hoy en «la nebulosa de la comunicación». Nebulosa, porque un concepto que se utiliza para explicarlo todo, acaba por no significar nada. Concretamente, la práctica industrial de espectacularizar todos los ámbitos del acontecer humano coloca hoy al periodismo en una pendiente pronunciada, cuyo final es la pérdida de iniciativa

propia. En esas circunstancias, el periodismo puede llegar a ser definitivamente una profesión impracticable. Entiendo por periodismo la tarea y la responsabilidad profesionales de informar: búsqueda, elaboración, jerarquización, transmisión de lo que es noticia para una sociedad determinada.

Paradójicamente, en la época de la hiperinformación nuestros pueblos siguen estando subinformados. Paradójico resulta también que, cuanto más se enfatiza en la importancia de la comunicación, menor importancia se le atribuye al profesional de la misma. En el reciente debate acerca de la Ley del Ejercicio del Periodismo, se pretendió absurdamente antagonizar el derecho que cualquier ciudadano tiene de acceder a los medios (derecho muy restringido, dicho sea de paso) con los deberes del comunicador profesional, siempre insustituible.

Una última sugerencia, para el debate. *Es urgente politizar nuestra Escuela de Comunicación*. No es la Universidad, por supuesto, el ámbito adecuado para que aniden y crezcan los partidos políticos. (pretensión «jurásica», de nuevo). Tampoco nos tocará a nosotros gobernar el país, pero no podemos dejar de pensarlo. Sobre todo, cuando se constata una casi total ausencia de pensamiento independiente, en situación, además, de crisis severa y en período de reconstrucción nacional. En ese sentido, no se puede entender una ciencia de la comunicación despolitizada. A no ser; claro, que renunciemos fácticamente a nuestra nacionalidad y optemos todos por ser -sin movernos de este territorio- técnicos transnacionales y corporativos de una inmensa aldea ya globalizada. Evidentemente, es una posibilidad.

Queda abierto el debate.