

# Perfil de comunicador del futuro: generalista vs. especialista

Margarita Kaufmann



## LARAMIE O EL ESTUDIO PERPETUO

En el gran país del Norte hay una ciudad de nombre «Laramie». Esa ciudad no sólo representa un excelente bastidor para un buen número de westerns, sino que es también el lugar de nacimiento del primer currículum para la formación de comunicadores. En 1882, cuando en el Estado Wyoming y en otras latitudes de los EE. UU. se pegaba todavía con los puños, y se desfundaban las pistolas, un tal Bill Nye,<sup>1</sup> periodista del diario local *Boomerang*, reflexionaba sobre una adecuada preparación para la profesión de periodista. Sus planes para la formación periodística preveían primero una fase de meditación que duraba dos años, en la cual se dedicaba especialmente a orar, para así estar preparado para enfrentar cualquier sorpresa o pecado en su vida periodística posterior. Seguirían cinco años de estudios de ortografía y tres de levantamiento de pesas. El atleta experto en lengua tendría enseguida que ocuparse durante diez años del difícil arte de la tipografía antes de ingresar por cinco años en los secretos especiales de la corrección y redacción. En los siguientes 15 años el futuro periodista tendría que penetrar las áreas de la política y la administración pública. También sería importante, así lo creía Bill Nye, que ahora siguiera un estudio de cinco años de medicina para continuar después con unos de diez años de derecho y diez más de teología para que un día pudieran ser publicados editoriales sobre la gran cuestión: ¿Qué se podría

hacer para salvarnos? Para terminar la fase de estudios, el currículum de Nye preveía algunos aprendizajes prácticos durante diez años de cómo cocinar y coser. «A la edad de 95 años», así lo escribió el sabio hombre de prensa, «el estudiante habrá dejado su manera salvaje, desconsiderada e impulsiva, muy común entre los periodistas jóvenes y poco experimentados. Fácilmente y con alegría brotará de la formación, equipado de un arsenal de conocimientos llenos de informaciones útiles».

## DEL VIEJO GENERAL HACIA EL GRAN BOOM

Tendrían que pasar muchos años hasta que se pusieran en marcha esas propuestas curriculares. Hasta finales del siglo se practicaba un sistema de «aprender por hacer» («*learning by doing*») según el modelo europeo. Como ejemplo de una carrera profesional exitosa se citaba al político e inventor Benjamín Franklin, quien aprendió el periodismo en la imprenta de su hermano en Boston.

Un viejo general de la Guerra Civil, Robert E. Lee, era el primero en presentar una alternativa cuando en 1869 realizó en Washington una institución educativa «for young men proposing to make printing or journalism their profession». Imprimir o escribir era por aquél entonces más o menos lo mismo.

Recién en 1908 se instaló la primera escuela de periodismo —con un currículum mucho más pragmático. Era el periodista Walter Williams quien inauguró en la University of

Missouri en Columbia la primera escuela autónoma de comunicación.

En pocos años se ubicó gran cantidad de estudiantes en los medios que necesitaban profesionales de la comunicación. Lo que ellos llevaban consigo tenía poco que ver con las recetas de Bill Nye para el enfriamiento de las mentes calientes y la producción de generalistas informados. Al contrario: en 1982, exactamente 100 años después de la curricula de Laramie la "journalism education" tuvo su número más alto de estudiantes: 91.016. Entre los jóvenes profesionales, se encontraban algunos que tenían un periodismo agresivo en la cabeza tal como se pudo ver en la película de Watergate "All the President's Men", protagonizada por Dustin Hoffmann y Robert Redford.

## DESDE UN OTRO PAÍS

Los intentos de establecer una formación universitaria de los comunicadores en los EE.UU. han sido observados y seguidos con gran interés en muchos países. Un pionero de la comunicación en Alemania de nombre Karl Bücher, dedicaba varias páginas al desarrollo actual norteamericano en sus ponencias publicadas por primera vez en 1912. Cuando recién se había inaugurado la primera *Journalism School* en Missouri, y mientras que el proyecto de Joseph Pulitzer en la Columbia University de Nueva York, estaba a punto de realizarse, el alemán Bücher estudió las diferencias en la formación en los dos países: «No se puede olvidar en esas instituciones americanas» —escribió— «que cuentan con pupilos, cuya formación general queda detrás de la de los bachilleres alemanes.»<sup>2</sup> Así se formulaban las reservas contra la *Journalism Education*, las cuales se han mantenido hasta hoy. De la misma manera escéptica se criticaba entonces la fundación de la Escuela de Comunicadores<sup>3</sup> de Berlín según el modelo americano.

La formación era, así se dijo, demasiado artesanal y no tenía por ello que ser brindada en una univer-

sidad. Más bien sería el estudio académico lo adecuado como preparación a la práctica.

Sin embargo, los éxitos calificativos y cuantitativos de ese sistema de formación de comunicadores en Norteamérica han sido registrados y discutidos. A principios de los años 70, cuando en Alemania se discutían las ventajas y desventajas de los distintos modos de formar a comunicadores, la situación y las experiencias norteamericanas servían de modelo, o por lo menos de orientación. Se evaluaba entonces ese sistema según su capacidad de ser transferido<sup>4</sup>.

En un análisis crítico, el teórico alemán Kurt Koszyk señaló en 1975: «Recién ahora se reconoce en los Estados Unidos algo como una misión socio-política en la formación de comunicadores. La transmisión de conocimientos técnicos, sobre todo, será completado por el tratamiento de mejorar la comprensión para la función social de los medios y la responsabilidad de los comunicadores»<sup>5</sup>.

La era *Post-Watergate* favorecía —por una creciente crítica del periodismo— un cambio de enfoques en los currícula, al mismo tiempo que crecían las cifras de los estudiantes inscritos en las escuelas de comunicación a dimensiones inesperadas. Todo eso contribuía a una reevaluación de la profesión, para que el decano de la *School of Journalism* de la University of North Carolina (Chapel Hill), y anterior presidente de la asociación de los docentes de la comunicación AEJMC, Richard R. Cole pudiese decir: «*Education in journalism and mass communication across the United States is stronger and better than ever. Evidence of its higher quality and its more established position in educational hierarchy is overwhelming*»<sup>6</sup>

El camino hasta allí era muy largo —pero exitoso— como lo prueba un comentario publicado a mediados de los años veinte en *Chicago Tribune* por el crítico de prensa H.L. Mencken, del cual existen pocas declaraciones positivas sobre los EE.UU. y sus comunicadores: «Los



reclutas que entran hoy a través de la *School of Journalism* a la profesión, sobrepasan en carácter y capacidades, a todos los que anteriormente entraban a la profesión. Por fin se ha abandonado la idea de hacer periodistas de unos rufianes, borrachos, clérigos decadentes o abogados fracasados. Si bien en algunos periódicos hay todavía redactores que se han instruido con los barrenderos, ya los redactores comprensibles tienen otra opinión.»<sup>7</sup>

Han transcurrido más de setenta años, durante los cuales teóricos de los EE.UU., de Europa y también de los países latinoamericanos se han preocupado mucho del diseño curricular sin preguntar siquiera por los contenidos. Se pretendía saber qué es periodismo y comunicación y, por consecuencia, saber en qué campos profesionales había que preparar a los estudiantes. Además se aparentaba conocer cuáles eran las competencias que el comunicador debería poseer y cómo debería ser la formación profesional para obtenerlas. No se hacían investigaciones sistemáticas sobre los campos laborales ni sobre las distintas formaciones profesionales. Recién ahora se pone en evidencia que haber renunciado desde el principio de la formación académica al empirismo, la didáctica y la evaluación significaba que la calificación profesional quedaba detrás de las reivindicaciones.

## ¿CÓMO CREAR COMUNICADORES?

Para poder establecer criterios para una formación adecuada de comunicadores, para el y con futuro,



hay que aclarar primero dos cuestiones básicas:

1. ¿Qué es la comunicación?
2. ¿Qué es la competencia comunicativa?

### **Primera pregunta: ¿Qué se entiende por comunicación como profesión?**

La ciencia de la comunicación entiende por comunicación a la actividad profesional en y para medios masivos, que produce declaraciones actuales en diversos campos de acción. Esta característica general comprende distintos campos profesionales. Ya en los años 60 se enumeró en el diccionario de las profesiones publicísticas en Alemania 120 perfiles profesionales distintos.

En una encuesta en los EE.UU. realizada en 1987, entre egresados de la maestría de la comunicación, se constató que de 300 comunicadores, 100 realizaban actividades profesionales distintas.<sup>8</sup> Si tomamos la labor periodística como ejemplo de un perfil profesional bastante homogéneo, haciendo una diferenciación vertical y horizontal podemos ver 8 tipos de profesionales con diferentes grados de ocupación formalizada:

Entiendo formalización como el grado de sistematización de la ocupación profesional (tomando en cuenta que mientras más compleja y diversa es la ocupación, menos se la puede sistematizar)<sup>9</sup>.

#### **Formalización alta:**

- redactor en producción y distribución de noticias.

#### **Formalización alta y mediana:**

- redactor con tareas técnicas.

#### **Formalización mediana:**

- redactor en sectores específicos,

caracterizado por competencia específica.

#### **Formalización baja:**

- redactor en redacción local, caracterizado por competencia generalista
- reportero, caracterizado por investigación y búsqueda de información fuera de la redacción;
- moderador/presentador, caracterizado por una posición especial en la relación comunicador-receptor;
- jefe de redacción/sección, caracterizado por responsabilidad y autonomía parcial y administración;
- director, gerente, caracterizado por posición de liderazgo, alta responsabilidad, autonomía, organización y representación.

Esa diferenciación del perfil profesional aumenta por supuesto en el proceso de la informatización de la sociedad. Aquí se pone en evidencia que el comunicador *per se* no existe.

Para definir las competencias esenciales y capacidades básicas, poco sirven entonces las generalizaciones de los conceptos «comunicador» o «periodista».

Por otro lado, estaría en el interés de los profesionales mismos el que los conceptos «comunicador» y «comunicación» se llenen de un *contenido calificativo*. Así, la sociedad tendría también más que ideas vagas sobre lo que ocurre en las redacciones de los medios y cuáles son las calificaciones requeridas. No es por nada que el prestigio de los comunicadores sea tan bajo comparado con el de otras profesiones. En una encuesta realizada en Alemania en 1988 acerca del *prestigio* del que gozan las diferentes profesiones, los comunicadores ocuparon el puesto 20 de un total de 25<sup>10</sup>.

Ahora busquemos una respuesta a la segunda cuestión que dice: **¿Qué se entiende por la competencia comunicativa?**

Para unos la competencia es igual a conocimientos, normas, valores, y estándares de comportamientos, que se transmiten en una formación sistematizada. Para otros, todos esos

conocimientos simplemente sirven como base para la competencia comunicativa *per se*, que será la capacidad de hacer suyos algunos temas y de transmitirlos adecuadamente al público según sus necesidades e intereses comunicativos. Para otros, la competencia comunicativa se reduce a la capacidad moral, ética y práctica de los comunicadores de cumplir con su tarea publicística<sup>11</sup>.

Todas esas nociones divergentes sobre la competencia comunicativa son expresiones de los distintos grupos de interés entre propietarios de los medios, colegios profesionales, sindicatos, teóricos de la comunicación y —por supuesto— algunas universidades que entienden esa carrera como un gran negocio y se reflejan en la discusión sobre modelos y conceptos de la formación de comunicadores. Entonces surge la pregunta: ¿Hay un modelo común o criterios de consenso sobre algunos requisitos de una formación adecuada para el comunicador del futuro? Antes de la evaluación de todo modelo curricular se tiene que tener *consenso* en las siguientes preguntas:

¿Qué deben saber los comunicadores para poder servir a la sociedad?

¿Cuáles son los campos de estudio?

¿Cuáles son las disciplinas a dominar?

¿Cuáles deben ser los criterios del actuar comunicacional?

¿Cómo se transmite responsabilidad, ética y conciencia social del comunicador?

¿Qué importancia debe tener la reflexión en la formación?

Para obtener unos criterios que sirvan de punto de partida para discusiones curriculares, me voy a referir a dos modelos de enseñanza, resultados de dos investigaciones de campo. Su síntesis podría servir de currículum base para futuras discusiones en esta materia.

La primera se realizó en la School of Journalism, en la Universidad de Oregon, Florida, en los años 80 y se publicó en Mayo 1984<sup>12</sup>.

El otro es el proyecto de investi-



gación «Competencia y técnica. Formación de comunicadores para la sociedad informativa»; que impulsó y fomentó la Sociedad Alemana de Investigación<sup>13</sup>. En este proyecto se consultaron expertos de Alemania y de los EE.UU. sobre el diseño curricular y las competencias requeridas en los futuros comunicadores.

Ambos proyectos han sido el resultado de encuestas amplias y de discusiones intensas sobre la calidad de la formación de los futuros comunicadores y la necesidad de reformas curriculares.

## EL OREGON REPORT

En el llamado *Oregon Report*<sup>14</sup> se tematizaron antes que nada dos problemas: la relación entre teoría y práctica; y la formación de generalistas versus especialistas. Siendo ejemplar la formación universitaria de los comunicadores, por su grado de enseñanza de conocimientos generales muy amplios, la discusión curricular empieza por consecuencia con el análisis de los «*Liberal arts*». Liberal arts se entiende no sólo como el estudio de unas disciplinas filosóficas, sino más bien como una «*liberal education*». Los estudiantes deberían adquirir una formación general muy buena, competencia lingüística y capacidad de reflexión, para poder solucionar problemas éticos en la vida profesional diaria. La base de los actuales currícula se considera, al igual que antes, como adecuada y apropiada.

En especial, el diseño de los estudios generales («*undergraduate level*»), que prevé un 75 por ciento de formación científica general (*liberals art*) y un 25 por ciento de

asignaturas en el sector de la comunicación. No obstante, no existe consenso sobre los temas y enfoques centrales en la «*Journalism Education*»

Oregon recomienda su división en tres áreas:<sup>15</sup>

1. Competencia comunicativa
2. Conocimientos,
3. Elementos profesionales.

### 1. Competencia comunicativa

Según el modelo curricular de la Universidad de Oregon, la *competencia comunicativa* cuenta con competencias lingüísticas generales, capacidades visuales, dominio de cómputo, métodos de recolección/colección de información (*Investigation/Research*) y capacidad especial de articulación por escrito.

### 2. Conocimientos

*Conocimientos* se refiere a conocimientos respecto a los medios y la sociedad, historia de la comunicación de masas, economía de medios, filosofía, ética, derecho/leyes de prensa, técnica de medios, teoría de la comunicación y comunicación masiva internacional.

### 3. Elementos profesionales

Los *elementos profesionales* se traducen en ofertas especiales que incluyen información sobre la industria de los medios, que mejoran la capacidad básica de investigar, escribir y redactar, y que buscan vincular teoría y práctica de los medios de una manera especial.

Los llamados «investigadores» entre los docentes de la carrera de comunicación, quisieran desarrollar más las capacidades intelectuales de sus estudiantes a la vez que la ocupación con métodos científicos. Temas como «nuevas tecnologías», en cambio, no consideran tan importantes. Los «administradores», los que dirigen y administran las escuelas, apoyados por los docentes que tienen una amplia experiencia práctica, abogan por la expansión de la parte práctica en la formación, a la cual

también incluyen el entrenamiento en nuevas técnicas de producción.

Sobre el problema *generalista o especialista* no hay ni siquiera un consenso de base. Según las investigaciones, son sobre todo los medios pequeños los que necesitan generalistas. De otro lado, frente a la complejidad creciente de los objetos de la información, se requiere de especialistas, siempre tomando en cuenta que la distancia entre esos expertos y el público en general tiende a agrandarse.

Según el *Oregon Report* existe un consenso entre los expertos sobre el hecho de que la relación entre práctica y teoría debe ser balanceada (*balanced programs*). También se defiende la inclusión de diferentes formas de estudio y de la simulación (*Computerassisted Instruction*). Una recomendación central del *Oregon Report* se dedica al uso de las nuevas tecnologías en la recolección de información. Al lado de esa «competencia de computadora», el modelo de Oregon demanda para los currícula, la búsqueda de mayor sensibilidad para nuevos temas y problemas éticos junto al fomento de nuevas formas de presentación en los medios.

A la creciente complejidad del mundo y a la creciente profesionalidad comunicativa de los sistemas políticos, económicos etc., debería oponerse —así lo exigen los expertos de Oregon— un sistema comunicativo profesional altamente complejo y especializado, para que pueda competir con los expertos en comunicación de los otros sistemas.

## COMPETENCIA Y TÉCNICA: FORMACIÓN DE COMUNICADORES PARA LA SOCIEDAD INFORMATIVA

El segundo proyecto cuyos resultados quiero presentar aquí es el reflejo de la preocupación general de los profesionales de los medios, teóricos de las comunicaciones, políticos y líderes en medios. Tener criterios científicos para reformas curriculares y para la implementación, tal

vez, de nuevos institutos de formación profesional, y estar preparados para el desarrollo veloz en el campo de la comunicación, han sido los motivos para esa investigación que ha empezado en 1987 en la Universidad Münster.

Como el estudio en Alemania mostró, hay estructuras generales y —si se puede decir así— transnacionales en la comunicación, por lo menos en las democracias occidentales, que permiten tomar los resultados de ese proyecto alemán como punto de partida para el diseño de un currículum base. Busquemos entonces ahora algunas características básicas a las que llamaremos competencias, y que todo comunicador social debe tener para poder cumplir sus funciones en una sociedad democrática y moderna:

- Competencia referida a la profesión y al modus de la comunicación
- Competencia referida a la mediatización y una adecuada presentación
- Competencia referida al objeto y el contenido de la comunicación.

*La primera competencia se refiere al modus de la comunicación:* El comunicador es competente en su materia: la comunicación.

Eso significa:

A) Tener las capacidades instrumentales:

1. investigación periodística significa buscar e identificar temas e informaciones
2. seleccionar informaciones según tema, relevancia, importancia, necesidades, intereses del público.
3. preparar y redactar la información para su publicación
4. organizar y coordinar las etapas de la publicación.

B) Tener los conocimientos teóricos sobre los medios:

- Conocimientos generales de las ciencias de la Comunicación
- Conocimientos especiales en:
  - Economía de medios
  - Política de medios
  - Legislación de medios
  - Historia de los medios
  - Lenguaje y técnica de medios

*En base a estos conocimientos, el comunicador puede reflexionar sobre su acción profesional en la sociedad.* En un contexto funcional con la competencia profesional se desarrolla entonces una orientación social que comprende:

La toma de conciencia de las funciones del comunicador, que son:

- transmitir y comentar noticias
- garantizar el flujo de informaciones
- representar el pluralismo de opiniones
- controlar y criticar
- incitar a la reflexión

Asimismo la orientación social comprende:

La capacidad de reflexionar sobre

- la propia situación del comunicador
- las limitaciones y obligaciones que restringen la realización de la comunicación.
- la dicotomía de los medios como empresa privada e institución pública
- el papel del comunicador en un sistema democrático
- las consecuencias de las nuevas tecnologías para la sociedad
- las consecuencias de los fenómenos sociales, políticos y económicos
- los resultados de las investigaciones sobre el impacto de los medios en la sociedad y la orientación al público

En tercer lugar, la orientación social comprende la conciencia de autonomía:

- de la realidad en los medios como empresas
- de la independencia profesional
- del rol del comunicador como profesional
- de las interdependencias entre las condiciones de producción de los medios y la reivindicación democrática.

Es la orientación social la que influye directamente en la competencia referida a la mediatización y a la presentación adecuada del contenido comunicacional. Solamente en un análisis teórico se la puede separar de la competencia profesional.



La competencia profesional y la orientación social del comunicador en un sistema democrático están en un contexto funcional con *la competencia específica científica, es decir, la competencia referida al objeto de la comunicación.* Esa competencia se refiere a los conocimientos científicos específicos del comunicador que le permiten comunicar competentemente en un sector específico como podría ser economía, política, cultura, medio ambiente etc.

## LA ESPECIALIZACIÓN

Existe un consenso amplio de que los comunicadores necesitan cada vez más conocimientos científicos y entendimiento para poder comprender los complejos procesos sociales, políticos y de ciencias naturales. No importa si se trata de explicar posibles consecuencias del uso de la técnica de genes, de las catástrofes ambientales como la de Tschernobyl o de una reforma tributaria; en una medida creciente se ha vuelto indispensable una competencia fundada científicamente, que se refiera al objeto y contenido de la comunicación.

Sin conocimientos especiales los comunicadores serán cada vez menos capaces de presentar e interpretar problemas adecuadamente. Eso no es un nuevo entendimiento, por lo menos en Europa este tema ha acompañado a la discusión curricular desde siempre.

«Necesitamos una formación de comunicadores cuyos criterios principales son la orientación práctica hacia la profesión y el carácter científico», escribió Christina Oberst, 1974, en su libro *Elementos básicos*

de un currículum para una formación académica del comunicador<sup>16</sup>.

La creciente cientificación de la sociedad está acompañada por un cambio de una sociedad industrial orientada al crecimiento hacia una sociedad de información. Eso se muestra en el sector de las comunicaciones donde la aplicación de nuevas tecnologías de la comunicación ya ha llevado a nuevos perfiles de la profesión y de actividades profesionales. Teniendo en cuenta la especialización creciente de la sociedad, el desarrollo científico de sus sectores y la complejidad de los problemas sociales y técnicos, se puede pronosticar que la especialización científica del comunicador tendrá cada vez mayor importancia.

El comunicador en general trabaja el lado problemático de un tema y sus consecuencias sin ahondar en el aspecto científico del mismo. El comunicador necesita, entonces, conocimientos que le permitan orientarse y orientar al público en temas complejos que, generalmente, tienen un carácter interdisciplinario.

Es él quien debe comunicar contenidos específicos a un público en general, a la vez que debe criticar y juzgar, tanto la evolución de la ciencia y sus consecuencias para la sociedad, como la opinión de los expertos mismos.

Conocer y dominar técnicas científicas, como método de las ciencias sociales o de la búsqueda de informaciones son parte de esos conocimientos específicos que sirven de orientación. Es decir, el estudio de una ciencia permite aprender la forma de analizar y pensar científicamente.

El dominar métodos análogos de análisis y reflexión de las ciencias en general, facilita a los comunicadores la comprensión de temas ajenos a sus estudios. La especialización debe ir a la par de estudios de ciencias sociales, para poder así contextualizar y problematizar temas sociales, políticos y económicos.

El comunicador debe tener:

- Conocimiento de las disciplinas fundamentales de las ciencias sociales (Sociología, Politología,

Economía) para la contextualización de los conocimientos especiales.

- Conocimiento de las fuentes (archivos, bibliotecas, bancos de datos)
- Conocimiento de las técnicas del trabajo científico.
- Conocimiento de la metodología de las ciencias sociales.

Podemos dejar como síntesis, hasta ahora, que la formación del comunicador debe:

- transmitir en mayor medida conocimientos específicos, para que los comunicadores puedan evaluar opiniones de expertos, desenvolvimientos en las ciencias y su significado para la sociedad.
- garantizar que los comunicadores puedan orientarse dentro de una cantidad creciente de datos.
- transmitir conocimientos sobre métodos de búsqueda de información, para que los comunicadores sean capaces de investigar mediante bancos de datos y de procesar la información electrónica.
- tener una referencia respecto a la profesión y práctica. El contenido de la formación práctica debe ser la transmisión de conocimientos comunicacionales pragmáticos como investigación, redacción y selección. Entrenamiento en las formas periodísticas como radio, televisión y prensa.
- orientarse a la tarea pública que se atribuye a los medios, lo que significa cumplir con las funciones de información, crítica y control, formación e interpretación.
- fomentar una posición que posibilite una reflexión crítica sobre el papel del comunicador y el rol



de los medios masivos en la sociedad.

- mejorar los conocimientos de los futuros comunicadores en las tres competencias claves: la competencia referida a la profesión, a la mediatización y al objeto de la comunicación.

Que una gran parte de la formación académica se dedique exclusivamente al «cómo» de la comunicación y no al «qué», a lo técnico de la comunicación y no a su contenido, es una crítica general de los expertos, tanto en Alemania como en los EE.UU. Con la creciente especialización de la sociedad, la tijera entre los que tienen la información y los que no la tienen se abre cada vez más.

Los cambios en la sociedad llevarán también a cambios del sistema comunicacional, lo que significa que los medios servirán cada vez menos como fuente de información —los «informations highway» garantizarán la información óptima horizontal de todos los sectores— sino como monitor. En este contexto se subrayan los límites de la información tradicional llamada objetiva. Cuando se trata de situaciones y temas complejos no basta la información objetiva: se requiere más bien de un «trabajo de la información» en el sentido de dar conocimientos de fondo, esclarecer el contexto y evaluar hechos.

## FUTURO DE LA COMUNICACIÓN Y DE LOS MEDIOS MASIVOS: EL ESTUDIO DELPHI

Esos nuevos requerimientos de la comunicación también son mencionados en el estudio llamado Delphi, sobre el futuro de la comunicación profesional. El estudio realizado en Alemania desde 1991 se basa en los resultados del proyecto ya mencionado «Competencia y Técnica.»

Las funciones de los medios en una sociedad se cambian en una estrecha y permanente interacción con los procesos sociales: Cambios en las estructuras sociales, políticas y

económicas, que se han tematizado en este estudio como condiciones externas, influyen en la definición de las funciones de la comunicación pública. Al mismo tiempo, son las definiciones de las funciones las que marcan las metas del quehacer y de la formación profesional.

Según una diferenciación ideal, es posible describir las siguientes funciones de los medios en un Estado democráticamente organizado:

Funciones tradicionales de los medios: <sup>17</sup>

- Primero: Información
- Segundo: Entretenimiento
- Tercero: Ayuda a la orientación
- Cuarto: Formación
- Quinto: Fortalecimientos de valores sociales
- Sexto: Control
- Séptimo: Crítica
- Octavo: Integración de la sociedad
- Noveno: Formación de Opinión
- Décimo: Utilización de capitales

Pero la comunicación pública no tiene características propias, sino más bien se reconstruye en su respectivo contexto social e histórico como un proceso de diferentes variables y diversos elementos. Esos elementos son el resultado de múltiples factores de influencia: social, política, económica, tecnológica. Por consecuencia, los cambios en la sociedad influyen igualmente en la definición de las funciones de los medios.

Según el estudio Delphi, los cambios estructurales (en otros sistemas sociales y en los receptores mismos) reducen las funciones del sistema de medios a tres principales: información, entretenimiento y orientación. La creciente comercialización de los medios lleva a una fusión de las funciones de información y entretenimiento, al «Infotainment/Infotainment». Este desenvolvimiento tendrá también efectos en otros subsistemas de los medios y podrán revolucionar en cierta medida la formación de los futuros comunicadores.

Las condiciones y reglas según las cuales los medios reconstruyen la realidad, influyen en la construcción de la propia realidad de y en los medios. Es decir, si desaparece, por

ejemplo, la función de los medios de formar al público, desaparece igualmente la redacción especializada en programas educativos. Las nuevas funciones de los medios definen, en consecuencia, los temas y los contenidos de la formación profesional. La formación profesional a su vez, reconstruye la realidad e instruye en la construcción de la realidad.

### NUEVA FUNCIÓN DE LA COMUNICACIÓN: LA AYUDA A LA ORIENTACIÓN

Al lado de entretener e informar, los medios tendrán, según la opinión de los expertos de Delphi, una tarea adicional que ya está tematizada pero que todavía no está teóricamente definida: transmitir conocimientos para uso práctico que ayuden a vivir y orientarse. La ayuda a la orientación como oferta de los medios, debería capacitar al receptor a reaccionar en situaciones individuales o sociales adecuadamente. Como oferta de los medios, será entonces un factor que regule el comportamiento en la vida cotidiana.

Existe un nexo causal entre las formas de conocimiento y el actuar de las personas en situaciones específicas. El conocimiento puede preformar o formar previamente actitudes y comportamientos porque representan una parte substancial de un consenso sobre la realidad.

La orientación a través de conocimientos tiene dos aspectos:

La orientación hacia dentro, como compensación del equilibrio psíquico.

La orientación hacia fuera como factor regulador del comportamien-

to, como hilo conductor de la comunicación social.

Si la función orientadora de la comunicación se estableciera en una base amplia, la perspectiva enfocaría en mayor medida la función de la mediatización y menos la de la información. La información será reemplazada por los conocimientos de uso y de acción, lo cual se pone a disposición dentro de un medio ambiente informativo cuantitativa y calificativamente complejo.

### CONSECUENCIAS DE LA CRECIENTE COMPLEJIDAD INFORMATIVA SEGÚN DELPHI

A diferencia del cambio de las demás condiciones externas, se espera que, con la cientificación de la sociedad y una producción de informaciones cada vez más rápida, la complejidad informativa aumente. Los temas de la información (como p.e. macrotecnología, reformas tributarias, política económica exterior) son cada vez más difíciles de comprender (*complejidad interna*) y nacen cada vez más temas «de corte transversal» lo que significa que el entrelazamiento y entretrejo de temas por varios campos de acción aumenta en la misma medida (*complejidad externa*).

La creciente oferta de informaciones puede —así advierten los expertos— llevar a una sobrecarga y un esfuerzo excesivo y, por consecuencia, a una desorientación de los comunicadores. La construcción de conocimientos en el sentido de orientación se construye mucho más difícilmente bajo esas condiciones. Las consecuencias tienen un efecto tanto en el quehacer diario del comunicador como en competencias del mismo, que cada vez necesitan mayores conocimientos específicos.

### RESUMEN: EL FUTURO COMUNICADOR Y LOS SISTEMAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL

Nuestro supuesto de que la competencia comunicativa y la especia-



lización científica adquieren mayor importancia en una sociedad de información, se ha visto comprobado no sólo por el estudio Delphi aquí presentado. La multiplicidad de procesos de cambio en el sistema de medios de la comunicación, requiere una diferenciación de la noción «competencia comunicativa». Esos discernimientos significan un reto para los futuros sistemas de formación. Tal como lo ha demostrado el estudio Delphi dentro del proyecto «Competencia y Técnica» y el Oregon Report, existe un consenso sobre competencias básicas de los comunicadores. Esas calificaciones básicas a las cuales ya muchos sistemas de formación se orientan, se transforman debido a procesos sociales, económicos y técnicos. Las consecuencias son nuevos requisitos o exigencias de competencias.

Esos aspectos serán resumidos en lo siguiente:

- Calificaciones comunicación 2000 prevé tres características en la formación de los comunicadores<sup>18</sup>.
- en la aspiración de una preparación para la profesión con un carácter generalista
  - en la amplitud de la formación del nexo entre elementos prácticos y teóricos.
  - en el seguimiento de la formación de conocimientos generales muy bien fundados y, basados en ellos, de conocimientos especiales actualizados.

## RECOMENDACIONES

La exploración del proyecto «Competencia y Técnica» intentó evaluar las informaciones sobre sistemas de formación de comunicadores, tanto en Alemania como en los EE.UU. Se extendió la presentación del sistema de los EE.UU. por tener el último un carácter de modelo también para Alemania; por la experiencia en más de 80 años de formación de profesionales de la comunicación; y tercero, por ser los EE.UU. una sociedad informativa que posibilita tener una idea de futuras funciones de los medios masivos, y del papel de los comunicadores.

## EL PERIODISTA COMPETENTE

### ¿GENERALISTA VS. ESPECIALISTA?

COMPETENCIA  
REFERIDA  
A LA PROFESION

COMPETENCIA  
REFERIDA  
A LA MEDIACION

COMPETENCIA  
REFERIDA  
AL OBJETO DE  
LA COMUNICACION

Hay indicaciones detalladas sobre una creciente comercialización y segmentación de los medios, una creciente industrialización y tecnologización de la actividad profesional, y expectativas comunicacionales del público que se dirigen a la competencia comunicativa.

Según el currículum modelo que ha sido elaborado en la Universidad de Oregon, hace ya más de un decenio, y que coincide con las categorías de competencia del proyecto de Alemania, se señala que las metas de la formación de los comunicadores deberían orientarse tanto a criterios científicos como a requerimientos prácticos. En general, se aboga por otorgar una gran importancia a la formación especializada incluyendo allí el estudio de «liberal arts» (de las ciencias sociales).

## NOTAS

1. Veá Gilbert, David A. (1977): «Journalism curriculum Nye impossible». En: *Journalism Educator*, January, p. 28 y 97.
2. Bücher, Karl [1912] (1981): «Journalisten-Vorbildung an Universitäten», p. 91. En: H.D. Fischer/H. Minte (eds.): *Karl Bücher/ Auswahl der publizistikwissenschaftlichen Schriften*: Bochum, p. 79-98.
3. Journalisten-Hochschule.
4. Compare Weischenberger, Siegfried (1990): In einem anderen Land. Praxisbezug und «liberal arts»: das Vorbild USA, p. 146. En: Weischenberger, S. et al. (eds.), *Journalismus und Kompetenz*, Opladen, p.145-166.
5. Koszyk, Kurt (1975): «Journalistenausbildung in den USA», p. 125. En: J. Aufermann/E. Elitz (eds.): *Ausbildungswege zum Journalismus*: Opladen, p. 117-127.
6. Cole, Richard R (1985): «Much better than yesterday, and still brighter tomorrow», p. 4. En: *Journalism Educator*, Vol. 40, No. 3, Autumn 1985, p. 4-8.
7. Mencken, H.L., En: «Chicago Tribune», cit. segun Dovifat, Emil (1927): *Der*

amerikanische Journalismus. Mit einer Darstellung der journalistischen Berufsbildung: Berlin/Leipzig, p. 236.

8. Veá Weaver, David H./Cleveland Wilhoit G. (1988): «A profile of JMC educators: traits, attitudes and values». En: *Journalism Educator*, Vol.43, No. 2, Summer 1988, p. 4-41.

9. Citado según Weischenberger, Siegfried (1990): Das Prinzip Echternach. Zur Einführung in das Thema Journalismus und Kompetenz, p. 19/20. En: Weischenberger, S. et al., (eds.), *Journalismus und Kompetenz*, Opladen, p.11-41.

10. Fuente: EMNID Informationen 1987/5.

11. Compare Weischenberger, Siegfried (1990): Das Prinzip Echternach. Zur Einführung in das Thema Journalismus und Kompetenz, p. 21. En: Weischenberger, S. et al., (eds.), *Journalismus und Kompetenz*, Opladen, p. 11-41.

12. Veá University of Oregon, School of Journalism (1984): *Planning for Curricular Change in Journalism Education. Project on the Future of Journalism in Mass Communication Education* (May), Eugene: Oregon.

13. Veá DFG Proyecto «Kompetenz und Technik» (Forschungsgruppe Journalistik); Stand: 1.1.1989.

14. Compare Weischenberger, Siegfried (1990): In einem anderen Land. Praxisbezug und «liberal arts»: das Vorbild USA, p. 153-163. En: Weischenberger, S. et al. (eds.), *Journalismus und Kompetenz*, Opladen, p. 145-166.

15. Veá Weischenberger, Siegfried (1990): In einem anderen Land. Praxisbezug und «liberal arts», das Vorbild USA, p. 155. En: Weischenberger, S. et al. (eds.), *Journalismus und Kompetenz*, Opladen, p. 145-166.

16. Oberst-Hundt, Christina, (1974/75): *Grundelemente eines Curriculums für eine wissenschaftliche Journalistenausbildung. Anmerkungen zu den vorliegenden Modellen*, p. 481. En: *Publizistik* 1974/3-4 y 1975/1-2, S. 481-494.

17. Tomado de Weischenberger, Siegfried; Altmeppen Klaus-Dieter y Löffelholz, Martin (eds.) (1994): *Die Zukunft des Journalismus. Technologische, ökonomische und redaktionelle Trends*, Tabla. 25, p. 144.

18. Tomado Weischenberger, Siegfried; Altmeppen Klaus-Dieter y Löffelholz, Martin (eds.) (1994): *Die Zukunft des Journalismus. Technologische, ökonomische und redaktionelle Trends*, p. 207-211.

COMUNICACION