

Cap a una nova formació universitària dels periodistes

Periodisme, Comunicació àudio-visual i Publicitat i Relacions Públiques, seran títols acadèmics completament independents

Enric Marín i Otto,

Degà de la Facultat de Ciències de la Informació de la UAB

La reforma del sistema escolar impulsada en aquests darrers anys ha permès obrir un procés de redefinició de la formació universitària. Aquesta redefinició consistirà, bàsicament, en l'establiment de noves titulacions i l'adequació a les noves realitats de les existents.

Davant d'aquesta situació s'estan produint dos tipus de resposta per part dels centres universitaris: sotmetre l'oferta docent a una mera operació cosmètica estrictament superficial per tal de millorar una mica l'aspecte del "producte", o bé procedir a una revisió radical de la definició curricular dels estudis.

Possible reducció a quatre anys

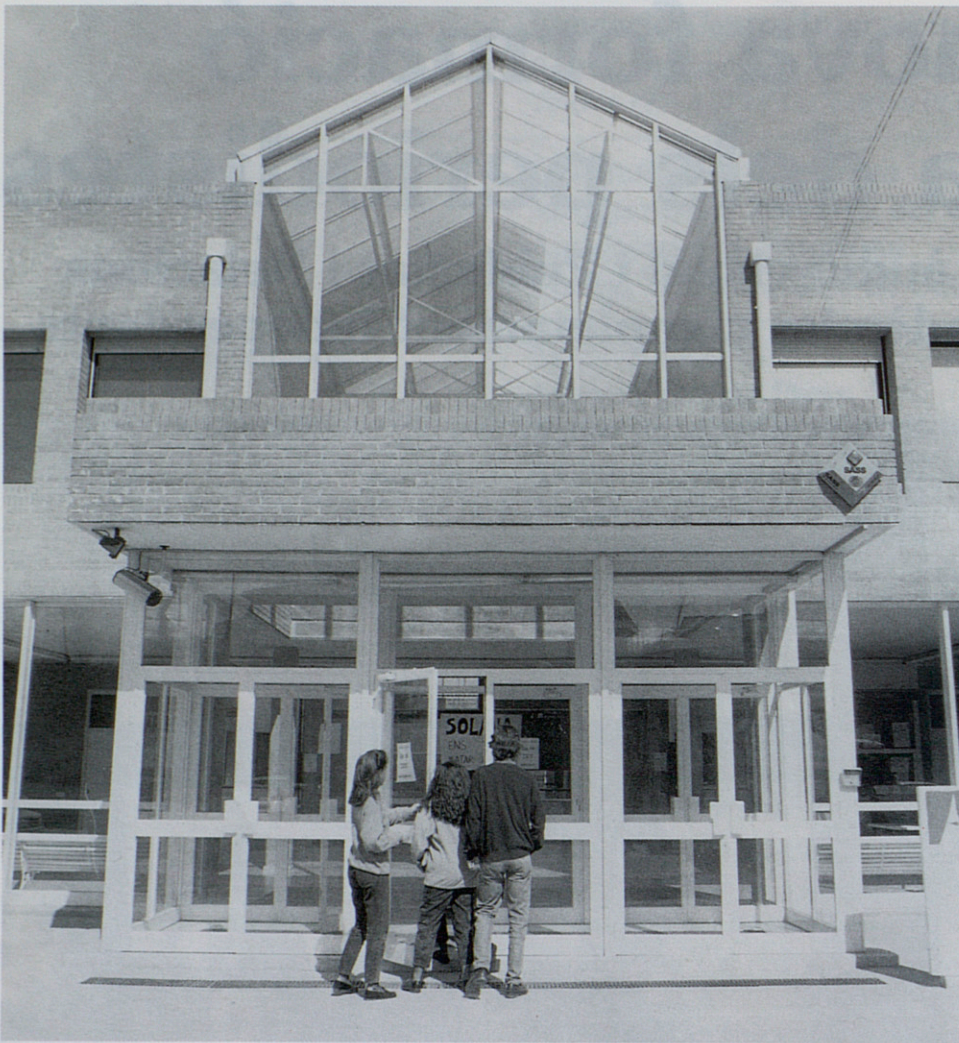
En el cas de la Facultat de Ciències de la Informació, l'oportunitat d'actualització i consolidació és excel·lent. D'entrada, l'establiment de noves titulacions ens permet passar d'una titulació (llicenciat en Ciències de la Informació) amb dues seccions (Periodisme i Publicitat) a l'existència de tres titulacions totalment independents: Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques, i Comunicació àudio-visual. Per tal de satisfer amb garanties la demanda social real, les tres titulacions hauran de garantir una formació teòrica i tècnica especialitzada per a l'exercici professional. Aquest objectiu pedagògic es pot assolir reduint la durada dels estudis de cinc anys a quatre, si es garanteix una reformulació radical dels nostres estudis.

Tres titulacions diferents

La delimitació dels camps professionals queda establerta de la següent manera:
Publicitat i Relacions Públiques. Creació, disseny, gestió, producció i estratègia de la comunicació publicitària. Planificació, organització, direcció i gestió de les empreses publicitàries i de relacions públiques, com també la recerca, l'anàlisi i assessorament en comunicació publicitària i de relacions públiques.



— La gestió empresarial
quedarà inclosa en els estudis
de periodisme —



Consolidació

.....
 Amb la reforma hi haurà una

 veritable Facultat de Ciències

 de la Comunicació

Comunicació àudio-visual. Concepció i disseny i realització d'obres i programes vinculats a tots els suports i àmbits de la creació en els mitjans de comunicació àudio-visual. Planificació, organització, direcció i gestió de les empreses àudio-visuals, i també la recerca, l'anàlisi i l'assessorament tècnic.

Periodisme. S'entén que aquesta titulació ha de garantir una formació que capaciti per a l'obtenció, producció i difusió de la informació lligada a l'actualitat periodística en tots els seus gèneres, àrees i àmbits mediàtics (premsa escrita, ràdio, televisió, mitjans telemàtics, agències d'informació, gabinets d'informació, etc.). Com en el cas de les altres dues titulacions, els llicenciats en periodisme també hauran d'estar capacitats per realitzar tasques de planificació, direcció i gestió (tant d'empreses informatives com editorials i grups multimèdia), i també en el camp de la recerca i l'assessorament.

"Refundació" de la Facultat

Una primera observació: en el cas de Ciències de la Informació, la reforma dels estudis universitaris

significa la possibilitat d'esdevenir una veritable Facultat de ciències de la comunicació. En un moment en què la indústria de la comunicació cada cop acumula més protagonisme, aquesta "refundació" del Centre pot tenir una transcendència social que no ha estat prou valorada.

Centrem-nos en la llicenciatura de Periodisme. Com ens plantejem fer possibles els objectius que ens hem fixat per aquesta titulació? Com l'hem projectada? D'acord amb quins principis? Hem pres una opció clara: conjuminar una formació de nivell universitari amb una capacitació tècnica prou solvent i sofisticada com per respondre a la creixent complexitat de la indústria informativa. D'acord amb aquest requeriment, hem apostat per potenciar tant com sigui possible els continguts específics i el coneixement experimental. Això vol dir garantir una formació efectivament teòrico-pràctica que permeti establir una major connexió entre la professió i la Universitat i, alhora, consolidar l'espai universitari específic de les ciències de la comunicació.

Atenció a la demanda social real

Després de vint anys de creixement dins de l'àmbit universitari la Facultat està, evidentment, en condicions d'assumir aquest repte. Amb dues condicions, però: deixar de banda qualsevol temptació conservadora i atorgar atenció prioritària a la demanda social real. Les actituds conservadores ens poden fer caure en plantejaments corporativistes mancats d'imaginació, més condicionats per tradicions periclitades que per l'ambició d'avançar-se al futur. Pel que fa a l'atenció de la demanda social, cal obrir-se tant com sigui possible. Una acció intel·ligent des de la universitat pot ajudar a diversificar i qualificar el mercat laboral vinculat al món de la informació.

Evitar la massificació

Una darrera precisió: cap dels objectius pedagògics (no mancats d'ambició, certament) que s'han fixat podrà ser aconseguit efectivament si no es pot evitar la massificació. La massificació té, com a mínim, dos efectes perversos. Fa inviable una docència amb un nivell mínim de qualitat, tot condemnant els estudiants a un coneixement purament especulatiu, i distorsiona el mercat laboral.

Estem convençuts que si aconseguim dur a terme de forma satisfactòria el pla de treball que ens hem fixat, haurem fet possible vincular la Facultat a les professions relacionades amb les nostres àrees de coneixement i que, en conseqüència, la professió periodística es pugui apropiat efectivament de la Facultat de Ciències de la Informació.

— Es potenciarà la capacitat
 tècnica per respondre a la
 creixent complexitat de la
 indústria informativa —