

LAS NUEVAS DEMANDAS DE LA JUVENTUD Y LAS FACULTADES DE COMUNICACION SOCIAL

- ISMAR DE OLIVEIRA SOARES

Las relaciones Comunicación Social/Juventud como área de interés académico permiten al investigador, profesor, o profesional de la comunicación, un abanico amplio de reflexiones e intervenciones culturales. En este texto limitaremos nuestro análisis a las posibles contribuciones de las Facultades de Comunicación Social al estudio de la juventud así como daremos atención a las nuevas aspiraciones de los segmentos jóvenes de la sociedad que no se refieren a la capacitación profesional.

1. PREDOMINA LA INVESTIGACION DE OPINION, DE NATURALEZA MER ICA

Examinando la producción científica en el área de la comunicación, en el campo de nuestro interés nos enfrentamos con una realidad intrigante: pocos trabajos a nivel de sustentación de maestría o de tesis de doctorado en comunicación tienen al joven como objeto de estudio. Por lo menos es lo que se puede observar en la Escuela de Comunicación y Artes de la Universidad de São Paulo.

La gama de tesis a disposición en la Biblioteca de la Escuela nos informa que en los últimos diecisiete años apenas dos de los trescientos noventa y nueve trabajos presentados como **finalización de los cursos de post-grado enfocan la relación comunicación/juventud**

como tema central de preocupación para los investigadores.

La relación comunicación/educación fue contemplada en catorce tesis y comunicación/infancia en tres trabajos. Las tesis sobre juventud son las siguientes:

- "Adolescentes e TV, estudo junto, adolescentes ginásios da cidade de Londrina", de Lurdes Ferreira Coutinho;
- "La Rosa Púrpura de cada día, trajetória de vida e cotidiano de receptores de telenovela", de Mauro Wilton de Souza. - Maria Stella Orsini escribió, apartir de datos suplementarios de su tesis de su doctorado, ("a Juventude Paulista, suas atitudes e sua imagen") dos artículos con los que participó en eventos: "A Juventude e lazer", presentado en el 7 Encuentro Nacional de Estudios Rurales y Urbanos, en 1980; "Intresses artísticos e inieresses pelos meios de comunicajão entrejov, tis paulistas" en el 29 Forum Nacional (le Recreación y Turismo, en julio de 1983).

Recientemente Eiza Diaz Pacheco estudió el comportamiento de la juventud en el aspecto específico de las representaciones de los estudiantes de la ECA sobre dos "objetos sociales": el trabajo y la escuela. El análisis de Eiza permite identificar el perfil M estudiante universitario que busca formación profesional en las áreas tradicionalmente ofrecidas por la Escuela.

Si en el campo de la investigación académica los estudios son dispersos y, poco numerosos, no ocurre lo mismo con las investigaciones de opinión orientadas a definir el perfil de los jóvenes consumidores, elaboradas por las agencias de publicidad. Desgraciadamente los resultados de tales encuestas no llegan, por lo general, a la Universidad, ya sea por decisión política de las agencias de no revelar sus estrategias, o por desconocimiento sobre su existencia o desinterés de los docentes por conseguirlos.

Hoy se sabe mucho sobre el joven. **Se trata**, sin embargo, de un saber sectorizado. Solo una mayor aproximación de

las Facultades de Comunicación con las de Psicología, Educación, Ciencias Sociales -para recordar apenas algunas áreas que cubren las Ciencias Humanas- con los departamentos de investigación de las agencias de publicidad y relaciones públicas permitirá la elaboración de una síntesis necesaria al conocimiento de los comunicadores, acerca del objeto social en cuestión.

2. CONGRESOS Y SIMPOSIOS SOBRE COMUNICACION DESCUBREN LAS NUEVAS DEMANDAS DE LA JUVENTUD

Ausente en las investigaciones académicas a nivel de post-grado en Comunicación Social, el joven, su conducta y su participación en la sociedad han sido objeto de observación y discusión por parte de agentes culturales a través de congresos y seminarios orientados al campo de las relaciones comunicación/ educación, producción/recepción. Esto fue lo que se constató durante los años 80 en varios eventos particularmente importantes para el avance de las investigaciones de la comunicación:

- el X Congreso Brasileño de Comunicación Social promovido por la UCBA -União Crista Brasileira de Comunicação Social-, en Florianópolis, en el campus de la Universidad Federal de Santa Catarina, en 1981, con el tema "Comunicación, Juventud y Participación";
- el VII Ciclo de Estudios Interdisciplinarios de INTERCOM -Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação- en São Paulo, en el año 1985, con el tema "Comunicación y Educación, caminos cruzados";
- el Seminario Internacional sobre "Estrategias para un mejor uso de los medios de comunicación para la educación de grupos de población desfavorecidos, la participación de los receptores", promovido por OREALC -Oficina Regional de Educación de la UNESCO para la América Latina y Caribe- e INTERCOM, en 1986;
- Seminarios Latinoamericanos de "Educación para la televisión" realiza

naturaleza y las condiciones de interrelación producción/recepción- nos señala la existencia de un nuevo tipo de demanda en las Escuelas de Comunicación: el de la investigación y capacitación que permite que sean atendidas más adecuadamente las necesidades de educación de los consumidores/receptores/productores alternativo-populares para el ejercicio de sus derechos a la comunicación y a sus recursos, como bien reconoce Luis Ramiro Beltrán en su artículo 'Adeus a Aristoteles'.³

Resulta obligado resaltar que el eco de esas demandas todavía no ha llegado a las Escuelas de Comunicación preocupadas como están en cumplir las tareas que les han sido reservadas tradicionalmente por la sociedad urbano-industrial.

A pesar de esta resistencia, encontramos hoy, con más frecuencia que en años anteriores, y en muchos más lugares, grupos de jóvenes conscientes de sus derechos en el campo del ejercicio efectivo de la comunicación, capaces de detectar los procesos de dominación cultural; presentes en el engranaje de la comunicación de masas y -lo que es más importante- ejercitando sus potencialidades en el campo de la producción con el uso de las técnicas de difusión impresa y audiovisual. Es el caso de los jóvenes de secundaria produciendo, con la asesoría de profesionales de la Secretaría de Educación del Estado de Rio de Janeiro, programas de radio y difundidos en la emisora comercial de la ciudad de CarnpoS;⁴ de niños y adolescentes manipulando cámaras de video o de cine en un ejercicio efectivo de aprender haciendo, bajo la asistencia y con la colaboración de animadores del PLAN DENI (en varios países latinoamericanos) y del programa del CINEDUC (Brasil);⁵ de jóvenes universitarios o recién graduados de cursos de comunicación produciendo documentales en video y trabajando junto a otros estudiantes y a los líderes del movimiento popular en **la ciudad de São Paulo**, ofreciéndoles subsidios e'Os caminhos da comunicagão") y cursos de capacitación en producción o en análisis de los procesos comunicacionales; de jóvenes profesionales de comunicación, princi-

palmente del área de periodismo, en la dirección de video alternativo en la ciudad de Recife o en organizaciones populares en todo el interior de los estados nordestinos; de estudiantes secundarios a quienes de 1983 a 1986 pudimos acompañar en la asesoría que ofrecimos a más de veinte colegios de la capital paulista en la promoción de Semanas o Congresos de Comunicación en los cuales los niños, adolescentes y jóvenes tomaron la iniciativa de planear y coordinar actividades interdisciplinarias e intercolegiales que les permitieron explicitar su autoaprendizaje respecto a la Comunicación Social.⁶

3. LA PRACMA DE COMUNICACION DE LOS JOVENES

A falta de estudios sistemáticos que dieran cuenta del perfil y de las demandas de los jóvenes y de sus educadores en el universo del aprendizaje-capacitación en torno a los fenómenos de la comunicación, nos servimos de tres experiencias a las cuales atribuimos función paradigmática:

3.1 Los adolescentes se organizan para intervenir en las políticas de comunicación de las emisoras de TV y solicitan asesoría a los comunicadores profesionales.

A fines de 1988, en São Paulo, participamos al lado del productor de TY Antonio Carlos Rebesco y de la periodista y profesional de la radio Dulce Maria Percira de una experiencia inolvidable: ser entrevistados por un grupo de adolescentes delante de una platea compuesta por mil trescientas personas, en su mayoría niños y adolescentes, sobre el tema "políticas de comunicación de la TV brasileña".

Estábamos en el lanzamiento, en Brasil, del proyecto "TV por un mundo unido", ya en marcha en los cinco continentes, tratando de llevar a los jóvenes usuarios de la televisión a tomar conciencia de su condición de ciudadanos con potencia-

idad para intervenir en las políticas de comunicación desarrolladas por los adultos de todo el mundo. La primera expectativa fue la de estar invitado para reforzar algún tipo de campaña moralista, común entre los participantes de movimientos de origen religioso. Fuimos sin embargo sorprendidos por la claridad de ideas, discernimiento y determinación de los adolescentes en su afirmación, antes que todo, como miembros de una generación a la cual no se le ha dado la oportunidad de opinar sobre qué tipo de TV les interesa. Estábamos delante, naturalmente, de cuestiones de "valores" defendidos a partir de algunos presupuestos cuyas raíces encontraban los adolescentes en las enseñanzas que recibían de sus padres y sus educadores. Si en el debate era imposible a los entrevistados evaluar el grado de autocrítica del grupo frente a los consejos y advertencias recibidas, no se podía despreciar la creatividad con que hacían evidentes las contradicciones de la programación de la TV, tanto a través de las preguntas que hacían, como en los textos y asignaciones que presentaban describiendo situaciones reales vividas en el espacio de la TV. Informaciones que nos fueron llegando durante el primer semestre de 1989 daban cuenta de que más de doscientos cincuenta mil adolescentes, niños y jóvenes de todo el país firmaron el documento aprobado en el Congreso en el que se pedía, por ejemplo, "que la TV favorezca la comunión entre los pueblos, de modo que cada uno pueda enriquecerse con las peculiaridades del otro, que nos lleve a medir nuestras necesidades de acuerdo a las necesidades de las personas y de las regiones más pobres, promoviendo una mayor sensibilización acerca del problema de la justa distribución de los bienes sobre la tleffa".⁷

Los adolescentes temen que su proyecto pueda parecer audaz para los adultos, "poco sensibles a motivaciones idealistas y, muchas veces, sujetos a criterios casi exclusivamente económicos y partidarios"; por otro lado, entienden que necesitan motivar a otros niños a interesarse por el asunto. En este sentido, distribuidos en grupos por todo el país,

actuando dentro del sistema de educación formal o en el ámbito de la pastoral juvenil organizaron durante el primer semestre del '89, debates, concursos de textos, diseños y poesías; promovieron la escenificación de piezas teatrales y editaron, con asesoría técnica de profesionales, pequeños programas de TV. Al final del mes de mayo, como clausura del proyecto, organizaron un acto solemne de entrega de sus propuestas de políticas de comunicación a los directores de todas las emisoras comerciales y educativas de todo el país.

Es interesante recordar que en Porto Alegre la TV educativa respondió a la invitación de los organizadores, participando en el Congreso realizado en aquella ciudad y grabando una entrevista con los miembros del movimiento juvenil. Una síntesis de esa entrevista fue puesta en el aire en horario estelar; en Roma los jóvenes tuvieron oportunidad de exponer sus ideas en el Seminario sobre "Violencia, Televisión, Infancia" organizado por la RAI y por el Parlamento Italiano; en Buenos Aires, en el Congreso de los jóvenes tuvo participación el responsable de UNICEF. Con razón muchos investigadores y profesionales ven con desconfianza este tipo de movilización. Temen por el refloramiento de corrientes neo-conservadoras que vengan a exigir el retorno de la censura, principalmente en los países en donde la libertad de expresión fue conquistada a duras penas. Tienen razón también los investigadores y profesionales que ofrecen su contribución llevando a los legos en el lema las informaciones adecuadas para que se formen juicios adecuados sobre la naturaleza de los procesos de comunicación. Lo que no se discute (y no se debe temer) es el

derecho que tiene la sociedad de manifestarse sobre los presupuestos en que se basan las políticas de comunicación llevadas a cabo por sectores minoritarios, privilegiados en el otorgamiento de canales y sustentados por el discurso publicitario, pagado en última instancia por los consumidores de los productos anunciados.

Al aceptar la invitación para prestar asesoría al proyecto, lo que hice en mi calidad de profesor (le una Escuela de Comunicaciones entendiéndolo que a las instituciones de enseñanza superior en el área de comunicación social les cabe un servicio a la comunidad en este sector de la actividad humana, constaté la necesidad que sentía el movimiento juvenil de contar con la colaboración de educadores debidamente capacitados para lidiar, sin preconcepciones, con cuestiones como comunicación y cotidianidad, consumo y alienación, cultura y masificación, lugar social y sociedad de masa, filosofía moral y mensajes de los medios, producción cultural e ideología, entre otras. ¿Por qué no imaginar entonces que las Escuelas de Comunicación puedan ofrecer sistemáticamente formación a los interesados en intervenir en la sociedad, en el campo de la comunicación, a partir del sesgo educacional? La pregunta tiene sentido cuando sabemos que se vienen multiplicando en América Latina los programas destinados a debatir la Comunicación Social con niños, adolescentes y jóvenes.

3.2 "Camino de Comunicación": universitarios y recién egresados de Escuelas **de Comunicación** **prestan asesoría al movimiento popular.**

Cualquier persona que trabaje con cultura y comunicación en América Latina ya ha conocido o incluso ha mantenido contactos con instituciones que se especializan en la producción simbólica a través del uso de los recursos de la Comunicación Social. En muchas de estas instituciones encontramos la presencia de estudiantes de las Escuelas de Comunicación o de recién egresados. Es el caso de algunos jóvenes, hombres y mujeres del barrio de Belén, en la ciudad de São Paulo, que con apoyo de organizaciones internacionales de cooperación crearon una productora de video orientada a la asesoría del Movimiento Popular y a la Pastoral de la Comunicación: CAMPO - Centro de Asesoría ao Meio Popular.

Motivados por la campaña de la CNBB -Conferencia Nacional dos Obispos do Brasil-, que movilizó millares de pequeñas comunidades en todo el territorio nacional desde el inicio de 1989, los jóvenes de CAMPO acaban de producir los cuatro primeros documentales de una serie programada para salir hacia fines de este año, titulado "Caminhos da Comunicação".

En estos videos se presenta la vida cotidiana de un ciudadano de la periferia urbana en contacto permanente con los vehículos y mensajes, así como la rutina, la técnica y los proyectos de los medios masivos. La comunicación alternativo-popular encierra la primera fase del programa.

Nada de especial se puede observar en este episodio. De acuerdo. Nada de especial, a no ser la disposición de atender a **la demanda del Movimiento Popular desde la óptica de los empobrecidos,**

facilitándoles el acceso al complejo universo de la industria cultural.

Por ello, antes de la edición final, el material fue exhibido a la comunidad de un barrio marginal del centro de la ciudad y a un grupo de educadores que hicieron observaciones, sugiriendo cambios, cortes y añadidos.

CAMPO es un ejemplo entre centenas que podrían ser recordados actuando en América Latina. Mucho deben a sus jóvenes promotores las Escuelas de Comunicaciones que, desgraciadamente, en su gran mayoría, continúan desconociendo sus trabajos.

3.3 "Educación para la comunicación": docentes buscan capacitación:

Los Congresos de INTERCOM, de la UCBC, de las organizaciones latinoamericanas de educación para la TV, entre otras, dejan claro que muchos docentes están preocupados en la formación de la juventud para comprender los fenómenos de la comunicación y actuar en el área. Es sin duda significativo que, solamente en 1988, el Proyecto de Lectura Crítica de la Comunicación (LCC), de la UCBC, haya atendido a más de cinco mil personas, entre jóvenes, educadores y miembros del Movimiento Popular, en los cursos que promovió en todo el país, respondiendo a la invitación de los más diversos segmentos de la sociedad. Los temas más solicitados fueron: políticas de comunicación, la recepción crítica de los mensajes, el uso de los recursos tecnológicos en el aprendizaje, la Pastoral de la Comunicación, además de cursos de capacitación para la producción de periódicos, boletines, videos o programación radiofónica. Entre las entidades solicitantes podemos enumerar a la propia Secretaría de Educación del Estado de São Paulo, a través de la Fundación para el Desarrollo Escolar (FDE) y vanas Facultades de Educación.

En los cursos del FDE el objetivo fue la capacitación de ciento cuarenta supervisores y directores de la red pública de enseñanza de segundo grado para la adecuada introducción del video en el

aula y el desarrollo de trabajos de análisis de la comunicación junto a los alumnos.

Cursos de esta naturaleza fueron realizados en Recife y Porto Alegre. El módulo probado en estos seminarios fue aplicado por primera vez por la UCBC junto a un grupo de educadores que participaron en el Proyecto de Video Escuela de la Red Globo de Televisión. Uno de los públicos constantes en los cursos ha sido el de los estudiantes de magisterio (nivel de segundo grado) y alumnos egresados de las Facultades de Educación.

Los educadores muestran interés por los temas abordados, lamentando que el asunto no hubiera sido tratado de forma regular en los currículos de las escuelas preparatorias para el magisterio. Identifican con facilidad la complejidad de las relaciones comunicación/educación, producción/recepción, principalmente cuando, proponiéndose superar los proyectos funcionalistas y modernizadores orientados a la mera introducción de las tecnologías de la comunicación en la enseñanza, empiezan a pensar el proceso educación en forma dialéctica.

Debido a esta reconocida complejidad el Proyecto LCC viene encontrando dificultades en la preparación de monitores para entender el volumen creciente de solicitudes. Las dificultades se ajustan, ya sea a los contenidos como a la propia metodología de los cursos -generalmente de corta duración- que tienen como objetivo capacitar a los docentes para trabajar en cuestiones de comunicación en el currículum escolar.

Es importante anotar, por otro lado, la facilidad con que los educadores consiguen llegar al fondo de las cuestiones propuestas, principalmente en lo que se refiere a los fundamentos de una "educación para la comunicación" sintetizados en postulados como los que siguen:

11 Los alumnos de enseñanza formal y no formal están insertos en una realidad social de la cual es parte integrante el sistema de comunicación, por lo que, conocer la realidad y discutirla significa conocer el sistema de comunicación y

poder intervenir en él; 29 Los alumnos como ciudadanos tienen derecho a la comunicación y al uso de sus recursos, no solo como usuarios de los servicios ofrecidos por las empresas sino como protagonistas en la producción de mensajes que les interesa divulgar, a partir de su visión del mundo, de sus objetivos sociales, de su lugar social;

39 La educación para la comunicación no puede reducirse a un mero ejercicio de retórica denunciata bajo pena de volverse inócua y contraproducente. El propio proceso de educación debe ser re-visto a partir de su naturaleza comunicacional intrínseca.

Solamente al vivir una práctica democrática de comunicación interpersonal y grupal; es que los educadores estarán en condiciones de comprender la necesidad de luchar por políticas democráticas de comunicación a nivel de macro-sociedad.

Personalmente estamos envueltos en proyectos de capacitación de educadores ya sea a través del Proyecto LCC de la UCBC o trabajando para introducir en las Escuelas de Comunicación áreas de enseñanza-investigación orientadas a los binomios producción/recepción, comunicación/educación. Tuvimos ocasión de defender esta política en el 1 Congreso Brasileño de Enseñanza de la Comunicación en São Bernardo do Campo, en 1987, al abordar el tema "Formación y organización de la comunicación en las Facultades de Comunicación Social".

4. LAS ESCUELAS DE COMUNICACION Y LAS NUEVAS DEMANDAS DE LA SOCIEDAD

Sabemos que los puntos de vista de los jóvenes agentes culturales así como los de los educadores preocupados con los fenómenos inherentes al proceso de producción/recepción/reelaboración/ producción alternativo-popular no forman parte, por el momento, del ideario de la mayoría de las Escuelas de Comu

nicación. Las instituciones de nivel superior prestan, fundamentalmente, tres tipos de servicios: preparar mano de obra para el mercado, investigar, y, secundariamente, ofrecer servicios a la comunidad.

En lo que se refiere a la primera y principal función de las Escuelas, encontramos la oferta de cursos como los de Periodismo, Publicidad y Propaganda, Relaciones Públicas, Radio, Producción de Televisión, Biblioteconomía, Comunicación rural, entre otros. Tales cursos corresponden, evidentemente, a una demanda social, caso contrario se extinguirían por sí mismos. En el caso de las menciones ofrecidas por la ECA, notamos en los jóvenes que buscan cada año los cursos de la USP, una creciente preferencia por áreas de profesionalización como las de Periodismo y Publicidad, ubicadas junto con las Ciencias Médicas, entre las carreras más codiciadas de la Universidad de São Paulo. Las profesiones del área de la Comunicación Social ejercen, en verdad, gran fascinación sobre los jóvenes en el período inicial de definición de sus carreras. Iniciado el curso de grado surgen las frustraciones, ya sea por lo que la Facultad ofrece, como por la perspectiva generalmente pesimista, del posterior ingreso al mercado.

En reciente simposio sobre radio y televisión promovido por la ECA hubo quienes definieron a los alumnos del respectivo curso como "apáticos y desinteresados".⁸ De cualquier forma, lo que importa por el momento es verificar que el brillo de los ojos de los que alcanzan una vacante en el primer semestre de los cursos profesionales es

una evidente señal de entrega que la juventud se permite al universo académico que le facultará ser reconocido más tarde como influyente y respetado productor de bienes simbólicos.

Tal expectativa y posterior desilusión son alimentados por los empresarios del sector que sistemáticamente cuestionan la eficiencia de las Escuelas en la producción de la competencia necesaria en los futuros profesionales. Es como si un "pacto de mediocridad"⁹ se estableciese entre docentes y alumnos de los cursos, haciendo innecesaria para la industria de la cultura la contribución que las Escuelas están en condiciones de ofrecer. Efectivamente, las constantes reformulaciones curriculares vienen constituyendo tentativas poco exitosas de evaluar las deficiencias a partir de los modelos reflejados en las exigencias de las empresas contratantes de mano de obra, como si el "mercado" pudiese ser considerado como el único o sino, el principal referente para los proyectos educativos del sector.

Una posibilidad de romper esta camisa de fuerza podría ser imaginada por las Facultades de Comunicación en caso de que permitiesen -teniendo en cuenta las nuevas demandas de la sociedad- el ingreso de estudiantes deseosos de especializarse en áreas que no son las estrictamente relacionadas con la producción (Periodismo, Radio, entre otras) o con la organización de la comunicación en el mundo empresarial (Relaciones Públicas, por ejemplo). Pensamos en el campo de la comunicación para la educación, siempre que el contenido programático de estas nuevas opciones sea huyendo de las mallas funcionalistas que por el momento inspiran

y uniformizan la estructura académica de los cursos tradicionales, la interrelación producción/recepción, pensada a partir de una predisposición curricular interdisciplinaria capaz de favorecer la confrontación reflexión/acción, dando a los alumnos amplia libertad de expresión y auto-aprendizaje, capacitándolos, no solo para disputar un espacio en el mercado preestablecido sino para abrir nuevas áreas de acción desde la perspectiva del cambio social.

Estamos hablando de una universidad orientada hacia el futuro, de una universidad como **centro de encuentro y creatividad**, donde a los maestros se les dé la oportunidad de construir, junto con **la juventud que ingrese en sus campus, un saber vivificante y transformador, sin que se pierda su indispensable capacidad de instrumentalizar técnica y científicamente a su clientela.**

En una tentativa de aproximación entre la universidad y los educadores, en la intención de dar algunas respuestas a las nuevas demandas ya enunciadas, la Escuela de Comunicaciones y Artes, a través de uno de sus departamentos, inició en 1989 un Curso de Especialización en Comunicación Social y Educación, con trescientos ochenta y cuatro horas de actividad destinado a graduados con proyectos innovadores en el sector. Son treinta docentes y cuarenta y seis estudiantes empeñados en una propuesta de investigación-acción a partir de cuyo resultado se espera poder avanzar en dirección a una propuesta de trabajo regular definitiva.

El Curso de Especialización del Departamento de Comunicaciones y Artes está estructurado de forma tal que per

mite a los alumnos la asistencia a cuatro núcleos temáticos (Lectura Crítica de los Modelos Teóricos y Metodológicos y Redefinición de Conceptos: la Comunicación como Cuestión; Los Lenguajes de la Comunicación Social; Comunicación, Arte y Acción Cultural; El Papel del Comunicador en la Educación y del Educador en la Comunicación Social), la capacitación en laboratorios, sujeta a las opciones de cada uno (Informática y Telecomunicación, Radio, Televisión, Producción gráfica y Periodismo; Expresión y Comunicación Humana-Crecer Jugando con el Cuerpo; Transcripción; Audiovisuales aplicados a la Educación) y el desarrollo de proyectos de investigación o intervención cultural bajo la orientación de docentes doctores.

El curso está conformado en un 60% por docentes de primer y segundo grados, el 40% restante corresponde al grupo formado por profesionales de la comunicación, coordinadores de divisiones o departamentos de Secretarías de Educación, agentes culturales que trabajan en educación artística y religiosos. Los resultados de la experiencia del Curso de Especialización serán llevados a debate en el 11 Simposio Brasileño sobre Comunicación y Educación programado para el segundo semestre de 1990. Es importante anotar que la iniciativa de promover el curso tuvo su origen justamente durante la realización del Primer Simposio, en el campus de la USP en agosto de 1988, en una promoción conjunta con la UCBC.

Afirmamos que entonces se tendrá la fundamentación necesaria para que la Universidad reivindique para sí la apertura de un espacio más para la construcción de un nuevo saber en el área: el espacio del curso regular de graduación.

S. CONCLUSION

Más que disertar sobre la juventud como sujeto u objeto de los procesos de comunicación preferimos tejer algunas

consideraciones sobre las posibles contribuciones de las Escuelas de Comunicación para atender lo que muchos identifican como las "nuevas demandas" de la sociedad en el campo de la formación para la comunicación social.

La "formación para la comunicación social" fue entendida aquí como todo un proceso pedagógico de enseñanza formal y no-formal orientado ya sea al entendimiento de la naturaleza y de los procesos inherentes a los fenómenos de la comunicación, como a la capacitación en el uso de los recursos tecnológicos en el área, o también para la recepción crítico/creativa de los mensajes vehiculados por los medios masivos.

Constatamos que, si bien por un lado, numerosos investigadores y profesores de Comunicación ya demostraron interesarse en el tema en sus estudios o en sus prácticas junto a las organizaciones populares o educativas, las Facultades de Comunicación continúan desconociendo el asunto, orientadas como están -por exigencia legal o porque no se les ha ocurrido pensar lo contrario- a atender la demanda tradicional en el área.

La juventud y los educadores, al menos una parte significativa aunque minoritaria, ya expresaron de diversas formas sus carencias en el campo.

Tal hecho es suficiente justificación para que los responsables por la enseñanza de la comunicación se movilicen para reflexionar sobre las posibilidades de abrirse a nuevas áreas de investigación/enseñanza/aprendizaje, no solo a nivel de Especialización o Postgrado sino en el propio nivel de grado, en el sentido de ofrecer el soporte académico indispensable para el desarrollo de proyectos en el área.

Esperamos haber demostrado la viabilidad de la propuesta **confiando haber contribuido** para iniciar un debate más profundo y productivo sobre el tema.

Traducción: Ana María Cano C

Notas,

1 Pedro Geórgem "A comunicação nas Faculdades de Educação" in Kunsch, Margarida Maria Kroliling, Comunicação e Educação, Caminhos Cruzados, São Paulo, Loyola, 1986, p. 160.

2 Jose Marques de Melo "A ação educativa nas Escolas de Comunicação: desafios, perplexidades". Idem, p. 205.

3 Luis Ramiro Beltrán, "Adeus a Aristóteles e Comunicação Horizontal" in Comunicação & sociedade. N° 6, 1981, IMS/SBC, p. 5-36

4 Amélia Maria de Almeida Alves, "O projeto 'uso dos núcleos de comunicação social na escola: uma experiência em curso' in Comunicação e Educação, Caminhos Cruzados, p. 65-70.

5 Maria Blanca Artola de Pírgola e Marialva Monteiro, consultar relatórios in Educação para os Meios de Comunicação: um problema metodológico, ABT, Estudos & Pesquisas, N° 42-43, Rio de Janeiro, 1986, p. 29-30.

6 Ismar de Oliveira Soares, "Teorias de Comunicação integram professores e alunos na busca de uma Educação Democrática", in Revista de Educação de AEC, ano 17, N° 69, jul/set. 1988,

Brasília, p. 66-67.

7 Maria do Carmo Gaspar, "rV por un mundo mejor", in Cidade Nova, ano 1, janeiro de 1989, p. 22-25.

8 "Radio e TV exigem cursos que atendam ao mercado" in Jornal da USP, Nº 90, 24/4 a 115189, p. 5

9 Idem.