

LA UNIVERSIDAD NACIONAL, ACTOR MÚLTIPLE DEL PERIODISMO

MARISOL CANO BUSQUETS

Directora UNIMEDIOS
Universidad Nacional





Quiero apostar por una mirada a la comunicación en la Universidad Nacional, que enfoque el tema desde sus múltiples y diversas posibilidades en el periodismo.

La Universidad Nacional es tanto una de las fuentes más ricas de información de este país como uno de los más calificados intérpretes de la realidad.

Como fuente de información ha estado ahí, frente al país, produciendo durante 131 años, hechos, noticias, análisis, reflexión y creación.

La mayoría de los periodistas colombianos, cada día más ciegos y arrogantes, inmersos en el frenesí de la actualidad, han desconocido, aún a pesar de lo cerca que la tienen, esa fuente que no sólo oxigena, por lo esplendoroso de sus campus, el ambiente de las ciudades en las que trabaja, sino la mirada con la que puede ser analizada y construida nuestra sociedad. Sorprende que un país fracturado, herido en su tejido social, resulte tan indiferente ante una institución que, en pocas palabras, "construye país".

La Universidad, por su parte, inmersa en su permanente proceso de construcción del conocimiento, ensimismada y quizá también arrogante, ha mirado con recelo el oficio del periodismo, con lo que ha perdido un vínculo esencial con la sociedad.



Un mundo tan atravesado por los medios de comunicación exige a la Universidad Nacional que los piense y los asuma con la misma profundidad con la que asume los múltiples saberes y prácticas en los que centra su trabajo.

Frente a la avalancha de información y la multiplicación de oportunidades tecnológicas para acceder a ella encontramos precisamente menos y más deficiente información. Nos enfrentamos a una tendencia homogenizadora que iguala contenidos y tratamientos y a una dictadura de lo secundario en la que se crea la ilusión de la información cuando realmente no se está informando nada.

Al periodismo colombiano de los noventa le sobra arrogancia y le faltan deseos de aprender y comprender cada día más y más profundamente nuestro país y los fenómenos culturales y sociales, para poder interpretarlos. Le sobra prepotencia y le falta lectura y debate. Le sobra frivolidad y le falta calidad. Le sobra opinión y le falta fundamentación. Le sobra complacencia con la rutina y le falta confrontación de las propias intuiciones y los propios saberes con los de los especialistas.

Si como afirma Ignacio Ramonet *"los medios han simplificado su discurso en el momento en que el mundo se ha vuelto cada día más complejo; si informarse sigue siendo una actividad productiva imposible de realizar sin esfuerzo ya que exige una verdadera movilización intelectual; y si cada vez son más los lectores que se interesan por una concepción exigente de la información y son sensibles a una manera sobria, austera y rigurosa de observar el mundo"*, me pregunto qué hacemos en la Universidad



Nacional sin dar su real dimensión a esta posibilidad como productores constantes de información e intérpretes calificados de la realidad.

El periodismo, no hay duda, se está sintiendo amenazado no sólo por las fuerzas que pretenden acallar determinadas posiciones políticas o sociales, sino también por el modelo que señala que lo único que aguanta la gente es aquello que es corto, suave y seductor. "Para mí, señala el investigador Jesús Martín Barbero, está por verse que eso es lo único que la gente quiere. Si nosotros creamos un único modo de relación, si le hacemos una única oferta a la gente, indudablemente, su propia sensibilidad, su propia percepción, su propia capacidad, va a estar moldeada por ella. Pero no creo que la gente sea idiota ni tan pasiva como creen ciertas teorías ni tan obtusa ni tan despreocupada. Una cosa es aprender de los publicistas su imaginación y su creatividad y otra cosa es tener como único discurso válido el de la publicidad".

Algo en lo que coincide Fernando Savater: *"se dice que no hay tiempo para leer: todas las crónicas, todos los artículos se han vuelto largos. Desde el alto mundo comercial no llega más que un triple imperativo: abreviar, condensar, resumir. Pero es que, si bien se mira, para todo lo importante y humano, para cuanto no es mera obediencia, nunca hay tiempo: a contratiempo emprendemos cuanto cuenta, sea el amor o el arte, la lectura o la meditación. Y si la palabra educación quiere seguir siendo digna de su alto sentido, deberíamos desde un principio ser preparados para tales contratiempos"*.

No resulta fácil en este mundo en el que la economía de mercado y los dividendos económicos regulan no sólo la economía sino también los



procesos sociales, buscar mantener otro orden de comunicaciones que supone, además, un esfuerzo mayor no sólo del periodista sino también del público. Sin embargo, el tema de la comunicación masiva no debería pensado como asunto de mercados y consumos, es necesario analizarlo como espacio decisivo en la redefinición de lo público y en la construcción de la democracia.

Aún así, estamos ante la posibilidad de experimentar con las zonas de expresión libre para encontrar en ellas un filón que haga un quiebre en el sistema de información colombiano.

Para dar cuerpo a lo que podría ser un proyecto sólido de comunicación y de cultura hacen falta cientos de colaboradores con criterio: académicos, investigadores, creadores, analistas, escritores. Creo no equivocarme si afirmo que todos ellos están aquí, en la Universidad Nacional. Ellos podrían cualificar los materiales, presentar al público nuevos temas, nuevos movimientos sociales, nuevas perspectivas y alternativas informativas no trabajadas sistemáticamente por los grandes medios de información.

El compromiso con el público, con la sociedad en su conjunto, que da la autonomía para cumplir con la función social del periodismo, es un elemento hoy desdibujado en el periodismo colombiano y que la Universidad, también, podría hacer suyo. No en vano ha sido calificada como la segunda institución que mayor credibilidad tiene entre los colombianos.



Admitamos, como dice Carlos Monsiváis, que en América Latina se lee muy poco y que, en cierta medida, la falta de lectura alimenta la despolitización, y que la falta de estímulos culturales es tan grave como la falta de libertades políticas. La cultura y el periodismo independiente no generan grandes dividendos económicos y esto pone en una situación incómoda a quienes buscan la rentabilidad de los medios de comunicación. Pero si no creemos en las posibilidades que ellos dan a una sociedad fragmentada, bloqueada, que se desintegra, marcada por una profunda crisis de convivencia, lo único que haremos será contribuir a que el bloqueo, la desintegración y las desigualdades sean aun mayores.

¿No podríamos como Universidad Nacional arriesgar en ese sentido?

