

Notas sobre la profesión comunicativa

Luis Javier Mier*

Estas cuatro notas –que espero sean breves– han sido escritas a partir de una investigación sobre planeación curricular de la enseñanza de la comunicación que tuve la oportunidad de realizar hace algunos años.

En la primera de ellas intento caracterizar los orígenes de la profesión comunicativa como una amalgama de oficios dispersos.

En la segunda trato de dar cuenta de cómo dichos oficios se integraron en una profesión.

En la tercera intento establecer escuetamente cuáles son las tendencias actuales de la profesión comunicativa.

Finalmente en la cuarta, y a manera de conclusión, procuro relacionar la disciplina (objeto de estudio) con la profesión (objeto de trabajo).

Orígenes de la profesión

Al igual que otras muchas profesiones, el oficio comunicativo surgió antes que las escuelas dedicadas a su enseñanza y del estudio científico de la disciplina. En términos generales la profesión comunicativa nació junto con las industrias de la información, la propaganda y el entretenimiento.

El desarrollo de estas industrias generó demanda de especialistas de distinto tipo que, con el tiempo, darían origen a

* Profesor de la Universidad Iberoamericana.

la profesión. Los primeros fueron los periodistas, que propiamente surgieron cuando los periódicos se constituyeron en empresas dirigidas a proporcionar información periódica y actual a un público amplio, lo cual empezó en algunos países europeos a principios del siglo XIX y en México a principios del XX.

Posteriormente, y en forma paralela a la evolución de las industrias de la propaganda y el entretenimiento (impulsadas por el desarrollo de la prensa primero y del cine, la radio y la televisión después), surgieron nuevas especialidades: guionismo, dirección y producción de cine, radio y televisión, publicidad, relaciones públicas, etcétera.

Estos oficios, que se aprendían generalmente en la práctica, respondían al desarrollo fragmentado y desigual de los lenguajes, las técnicas y el funcionamiento de los medios de difusión, pero tenían en común que se centraban en la producción de mensajes a partir de y para un público masivo. De ahí que muchos especialistas trabajaran indistintamente en el periodismo, el cine, los medios electrónicos, y las oficinas de prensa y relaciones públicas.

Esta producción de mensajes constituyó el elemento integrador que empezó a darle una identidad a la profesión.

Desarrollo de la profesión

No obstante, cuando se dieron tres condiciones, sin desaparecer como especializaciones, los distintos oficios se integraron en la profesión de la comunicación colectiva. Estas condiciones fueron:

1) El vertiginoso crecimiento, tanto en cantidad como en grado de complejidad, de las industrias de la información, la propaganda y el entretenimiento.

2) El desarrollo de la disciplina de la comunicación, principalmente en los países desarrollados.

3) La creación de carreras de comunicación.

La primera condición comenzó a generar una demanda considerable de profesionales que fuesen capaces de:

- a) Utilizar los distintos lenguajes y técnicas de difusión.
- b) Analizar e interpretar información, comportamientos del público, efectos, etcétera.
- c) Resolver problemas de comunicación y de administración de los medios.
- d) Identificar y solucionar problemas de comunicación en las instituciones públicas y privadas.
- e) Tener una visión de conjunto.

La segunda condición hizo evidente que la comunicación colectiva era mucho más que un conjunto de técnicas de difusión, por lo que había que estudiar todo el proceso comunicativo y tomar de distintas disciplinas los conocimientos que ayudaran a comprenderlo.

Finalmente, la tercera condición empezó a romper el cerco del mercado de trabajo, fragmentando en especialidades, para generar nuevos ejercicios profesionales que centraban su acción en la comunicación considerada de una manera integral.

A nuestro entender, estas tres condiciones provocaron, lentamente primero y con rapidez después, que tanto los medios de difusión como las instituciones públicas y privadas crearan puestos de trabajo para comunicadores que no se limitaran a realizar actividades técnicas, sino que resolvieran problemas comunicacionales y facilitaran las tareas económicas, sociales, políticas y culturales mediante la comunicación.

Tendencias actuales

Actualmente, puede hablarse –desde el punto de vista de su vigencia– de tres tipos de prácticas de profesionales que conforman el campo de trabajo: recesivas, dominantes y emergentes.

Entre las prácticas recesivas están las especialidades consideradas por sí mismas, ya que algunas casi han desaparecido (como las relaciones públicas), se han integrado a otras profesiones (como la mercadotecnia), se han convertido en carreras técnicas (como camarógrafo), o se han integrado a la profesión como prácticas específicas (periodismo, guionismo, publicidad, etcétera).

Dentro de las prácticas dominantes se incluyen las actividades creativas, de coordinación y de investigación que requieren los medios de difusión masivos, culturales y especializados, los departamentos de comunicación de instituciones públicas y privadas, las agencias de publicidad, información y producción audiovisual, y el ejercicio liberal de la profesión. Estas corresponden a lo que usualmente se denomina mercado de trabajo.

Finalmente, entre las prácticas emergentes se encuentran la comunicación educativa, la comunicación rural, la comunicación urbana, la comunicación en organizaciones civiles, la divulgación científica y la difusión cultural, y otras muchas actividades profesionales que requieren identificar problemas comunicacionales y diseñar soluciones, así como utilizar los lenguajes, técnicas y medios necesarios para aplicarlas.

Disciplina y profesión

La ciencia de la comunicación es una disciplina que apenas está constituyéndose como tal, por lo que presenta graves problemas teóricos, epistemológicos y metodológicos. Sin embargo, resulta indudable que en muy poco tiempo se han dado grandes avances en éstos y otro campos.

Sus antecedentes se encuentran en la retórica, en la estética, en la filosofía del lenguaje y en las teorías literarias y dramáticas. En un sentido moderno, nace a finales del siglo XIX en Europa, a partir de los estudios sobre la publicística

que intentan sistematizar los conocimientos propios de la práctica profesional.

A la reflexión sobre la práctica del periodismo, pronto se agregó el cuerpo de conocimientos que generó el estudio del cine, la opinión pública y la propaganda, así como aportaciones de la filosofía, la narrativa, la crítica literaria y el teatro.

Posteriormente, y dada la necesidad de estudiar los efectos y el impacto social de la comunicación masiva, la disciplina se enriqueció con aportaciones teóricas y metodológicas de las distintas ciencias sociales, principalmente la psicología y la sociología.

En consecuencia, se trata de una disciplina en formación que se apoya en tres vértices:

- 1) La reflexión y sistematización de la práctica profesional.
- 2) Las humanidades.
- 3) Las ciencias sociales.

Sin embargo, el desarrollo natural de esta disciplina motivó en los últimos años un afán por legitimar científicamente la comunicación que, sin bien coadyuvó enormemente a su desarrollo, la distanció de la profesión y de las humanidades.

De ahí que se piense que en los próximos años la tarea a realizar debe enfocarse a buscar la especificidad (qué es lo comunicacional) y a desarrollar las necesarias mediaciones entre la comunicación y la cultura, la sociología, la psicología, la educación, la estética, etcétera.

La búsqueda de esta especificidad, pensamos, debe centrarse en la reflexión de la práctica comunicativa (lenguajes, medios, técnicas, condiciones de recepción y emisión, análisis de mensajes, etcétera), y su relación con la cultura; así como en la sistematización y análisis de los conocimientos que han aportado tanto las ciencias sociales como las humanidades.