

CAPITULO DOS.

LA PROFESIÓN DEL COMUNICADOR Y SUS PRÁCTICAS: UN PERFIL TEÓRICO.

La teoría sobre las prácticas profesionales de comunicación no se ha construido, está integrada y asociada a las concepciones de profesión, de profesión de comunicación y de práctica social de comunicación. Los elementos teórico-conceptuales que integramos se estructuran a partir de la revisión de teorías relacionadas con la profesión y de la revisión de trabajos sobre las prácticas o desempeños profesionales del comunicador:

2.1 El concepto de profesión y su operacionalización.

La concepción de profesión es variable, entendida y definida de diferentes formas. Su realidad se considera según la fuente de donde uno beba dicha concepción. Hay concepciones positivistas o funcionalistas, estructuralistas y genético estructurales. Es un grupo con determinada característica; es un conjunto de habilidades; es una relación específica entre sujetos para cumplir una función; es una institución social; es una estructura social; es un conjunto de servicios; es ejercicio público de saberes y competencias especializadas. Es todo eso junto.

Se la indentifica con "un grupo que tiene un control autónomo sobre la naturaleza de su experiencia técnica"⁴³ o con el conjunto de habilidades operativas "desarrolladas por la formación que resulta de estudios específicamente realizados" y que se aplican para ofrecer servicios especializados a los integrantes de una sociedad⁴⁴. Es, según el enfoque desde el cual se la considere una *realidad institucional* dentro de la sociedad, integrada a otras realidades sociales institucionales en cuya relación se desarrolla, afirma y evoluciona; es una *estructura* de la sociedad que toma la forma, por el concurso de otras estructuras sociales, de *esquema o patrón de relaciones sociales* específicas y recurrentes dentro de la estructura social, a la vez que de espacio donde se realiza un trabajo o actividad social⁴⁵. También es concebida como un conjunto de "*servicios ficticios*" (no-productivos), que enfatizan el valor de cambio, surgidos desde la

⁴³ Eliot Freidson. *The Profession of Medicine: A Study of the Sociology of Applied Knowledge*, Dodd, Mead, New York, 1970, citado por Howard Schuartz y Jerry Jacobs Op. Cit., p.24.

⁴⁴ Francisco Arce Gurza, et al, *Historia de las Profesiones en México*, México: Colegio de México/SEP, 1982 .

constitución de la formación económica y social que dió lugar al capitalismo⁴⁶. Para Josefina Zoraida Vázquez la profesión es un *ejercicio público de conocimientos especializados*, adquiridos por una formación acreditada, a cambio de una remuneración⁴⁷. ♦

La concepción más común y generalizada considera a la profesión como una actividad social realizada, dentro de un grupo social, por personas que emplean conocimientos, competencias y habilidades específicas, para ofrecer servicios especializados a quienes requieren de ellos y por los que se obligan profesional y socialmente, con los miembros del grupo, a cambio de una remuneración económica⁴⁸. La profesión es una actividad de servicio a la sociedad.

Cuatro elementos caracterizan a la profesión como actividad social de servicio:

- a) Un conjunto de *capacidades personales especializadas*, adquiridas por el estudio y legitimadas por la sociedad, puestas al servicio de ésta o de sus miembros.
- b) Una *relación estable* entre personas con necesidades y personas con capacidad para resolverlas.
- c) Una *ética imperativa* que norma, regula, adapta y actualiza: la obligación de emplear las capacidades o servicios en bien del grupo social o de sus integrantes, así como la retribución económica exigida por tales servicios.
- d) *Una vocación específica*: un llamado a determinado estilo de vida y de servicio. Aunque ninguna concepción la menciona específicamente, en esta característica y exigencia, general y anterior a todas, enmarca la profesión a las demás.

⁴⁵ Guillermo Villaseñor García. *Una Visión Estructural de la Institución Profesional*, Revista del Centro de Estudios Educativos, Vol. III, No.3, México:CEE, 1978, pp 137:162:

⁴⁶ Pablo Latapí. *Profesiones y sociedad: un marco teórico para su estudio*, en Revista Lationamericana de Estudios Educativos, Vol XII, No.4, 1982, pp 59:74.

⁴⁷ Josefina Zoraida Vázquez. *"Historia de las Profesiones". Introducción*, en Arce Gurza, Francisco et al, Historia de las Profesiones en México, México: Colegio de México/SEP, 1982, p. 1.

⁴⁸ Tal es la visión de profesión que se encuentra en la obra avalada por la SEP y el Colegio de México. Ver: Arce Gurza, Francisco et al, Op. Cit.

Desde esta visión, toda profesión exige para que sea posible su realización "la posesión de conocimientos científicos, humanísticos o artísticos especializados, adquiridos por medio de estudio formal acreditado de alguna manera y cuyo ejercicio público se hace a cambio de una remuneración"⁴⁹. Concebida así, es posible distinguir *profesión de oficio*, de un *trabajo* cualquiera, de la mera *ocupación*: por los "*estudios formales*", "*acreditados de algún modo*", que se exigen, para adquirir *los conocimientos, competencias y habilidades especiales* que capacitan para realizar el trabajo, la ocupación, el servicio; para comprender y dirigir expertamente el oficio⁵⁰. A diferencia de la profesión, el trabajo, ocupación y oficio, se aprenden, dominan y desempeñan satisfactoriamente, a partir del desarrollo de una experiencia práctica.

Desde la visión estructural, la profesión surge a partir de las relaciones que se establecen, dentro de la concreta estructura social, entre personas con necesidades y personas que posean la capacidad de satisfacerlas. La visión de la profesión como *relación social para la satisfacción de necesidades*, considera a la capacidad para satisfacer necesidades como la fuerza que une en una relación social estable, en una relación que se realiza con determinados parámetros recurrentes a quienes tienen necesidades y a quienes pueden satisfacerlas.

Los elementos que implica la profesión *como relación de servicio dentro de la estructura social* o como estructura en sí misma son:

- a) Un *trabajo social* que se realiza para satisfacer necesidades dentro de un espacio social.
- b) La *estructura social* (organización, formal y no formal) integrada por instituciones sociales que conjuntamente crean el espacio de acción y de trabajo, dentro de sectores específicos de población, al identificar: las necesidades por resolver, los conocimientos, competencias y habilidades por desarrollar en determinadas personas, las ocupaciones por atender y los servicios por ofrecer. Las instituciones que emplean profesionales, las

⁴⁹ Zoraida Vázquez, Josefina, Op. Cit., p. 1.

⁵⁰ En toda profesión es importante el oficio que se asocia a la pericia y efectividad operativa, pero sólo la profesión, puede dar cuenta de un modo teórico-conceptual de lo que realiza y de por qué lo realiza.

personas que usan sus servicios, las organizaciones de profesionistas y las instituciones formadoras de profesionales, son los principales elementos de esta estructura social.

c) *Roles y funciones específicas* asumidas para satisfacer apropiadamente determinadas necesidades, mediante el trabajo social y adentro del espacio social generado.

d) La *actividad especializada* (actividad profesional) que hay que realizar; la cual crea puestos y ocupaciones concretas a desempeñar.

e) Los *instrumentos o tecnología* específica que se requiere emplear ⁵¹.

f) El *propósito o función social de la profesión*, define el tipo de relaciones, los desempeños, la utilidad social y productiva de la profesión.

Las diversas concepciones de la profesión consideran ingrediente constitutivo, de ésta, el *reconocimiento social* de que la profesión se ejerce por un grupo de personas dotadas de *determinadas capacidades* (o técnicas) especializadas, *adquiridas por una formación específica* (estudios, conocimientos y habilidades acreditados para satisfacer necesidades determinadas). Con ello se da a la profesión categoría de *representación social* conectada a determinados mitos (modelos de relación susceptibles de imitar) y rituales (rutinas o modos recurrentes de acción y organización).

En este reconocimiento o representación social se integra el conjunto de saberes, habilidades y competencias, compartidas y ejercidas como específicas de la profesión por los sujetos sociales dentro de un grupo social determinado. Por eso, la profesión constituye *un modo de reconocer* el objeto propio de la *intervención* de un determinado grupo de profesionales y de la *forma de actuar o de intervenir* en él. Constituye, por tanto, un paradigma de acción, relación e intervención profesional en la sociedad, en los términos que lo define Khun⁵² y, por eso mismo, una forma de sentir, pensar, percibir, relacionarse, interpretar la realidad, ocuparse en ella e intervenir en ella: *un estilo de vida*. Cuando este estilo de vida es reconocido socialmente, la

¹ Guillermo Villaseñor García. *Una Visión Estructural de la Institución Profesional*, Revista del Centro de Estudios Educativos, Vol. III, No.3, México:CEE, 1978, pp 137:162.; Pablo Latapí. *Hacia un profesional Diferente*, en Política y Valores Nacionales, México: Ed Nueva Imagen, pp 199:202.

² Thomas S. Khun. *La Estructura de las Revoluciones Científicas*. México:FCE, 1977.

profesión se legitima, es aceptada por la sociedad como tal. La legitimación social de la profesión exige que en ese reconocimiento, prestigio, aceptación y sanción social (por la utilidad de la misma dentro del grupo), se dé la aceptación de determinada representación social sobre el quehacer de los profesionales, acorde con la satisfacción de necesidades sociales específicas preexistentes a dicho reconocimiento.

Cualquiera que sea la forma de concebir a la profesión, su determinación histórica y práctica, dentro de la sociedad, exige la definición de tres elementos básicos para su constitución:

- a) La(s) capacidad(es) personal(es) por la(s) que es (son) considerada(s) útil(les) socialmente, al satisfacer determinadas necesidades sociales.
- b) Las necesidades sociales específicas por satisfacer, que requieren capacidad para satisfacerlas, que hacen surgir la profesión, la delimitan y la legitiman socialmente.
- c) La forma de su intervención profesional. Esto es, un modelo de procedimientos profesionales que defina: rutinas organizativas, formas de relación y acciones sobre el objeto de transformación para satisfacer las necesidades y cumplir el propósito social.

La *profesión del comunicador* está integrada por el grupo de profesionistas formados mediante estudios universitarios de la comunicación e información para desarrollar saberes, habilidades y capacidades orientadas a la satisfacción de necesidades de comunicación e información, en una relación que sigue patrones definidos de interacción, con sujetos que padecen dichas necesidades, para cumplir una función mediadora, realizar un conjunto de servicios relacionados con la comunicación y realizar ejercicio público de sus saberes y competencias especializadas.

La *profesión del comunicador* es la forma en que se manifiestan y se conducen, dentro de la sociedad, el grupo de profesionistas de la comunicación, convertidos en profesionales mediante sus prácticas, dentro de relaciones estables de satisfacción de necesidades de comunicación,

resultantes de modelos estandarizados de intervención profesional y no de la suma de acciones o manifestaciones personales o individuales de los comunicadores.

Con estos elementos es posible delimitar la profesión del comunicador: en su origen, determinando las necesidades preexistentes que la hacían necesaria, las específicas capacidades para satisfacerlas; en la actualidad: por las necesidades que se atienden y las capacidades que requieren sus satisfacción. Esto es necesario para un estudio concreto e histórico de la profesión, en su evolución y desarrollo, desde las prácticas y necesidades que la legitiman como profesión en la sociedad. En el supuesto de que la profesión del comunicador se legitima socialmente, lo hace en condiciones específicas de relación, organización y operación. El conocimiento y consideración de esas condiciones en que se legitima, desde la realidad de las prácticas, dará luces y elementos para explicar determinantes, condicionantes y constituyentes de las prácticas profesionales del comunicador.

2.2 La práctica profesional como práctica social.

Los profesionales de la comunicación se forman con basa en teorías que definen las principales funciones que deberán cumplir los comunicadores sociales en sus prácticas profesionales. Para ubicarlas adecuadamente se requiere esclarecer el concepto de práctica profesional.

Por práctica profesional de los comunicadores podría entenderse el ejercicio práctico que los profesionales realizan de los saberes, habilidades, capacidades y destrezas adquiridos con los estudios que constituyen la base de la profesión. Pero como las prácticas profesionales realizan sus ejercicios dentro de la sociedad como prácticas sociales de una gama de formas de comunicación que van desde la comunicación interpersonal, hasta la comunicación cultural o internacional, pasando por la comunicación grupal, organizacional, institucional, colectiva y masiva⁵³; y ligadas a estas formas de concretar el ejercicio profesional de la comunicación están

⁵³ La categorización de la comunicación se debe a Joseph Rota fue incluida en las recomendaciones del Informe Final del Segundo Encuentro Latinoamericano de Comunicación Social, Lima, Perú, noviembre de 1980, pp 2 y 3.

las cadenas sociales de comunicación que las complementan, fruto de redes de intercambio de mensajes e influencias que surgen de las relaciones sociales e interpersonales dentro de los grupos a los que pertenecen las personas⁵⁴; esclarezcamos los conceptos de práctica social y de práctica social de comunicación. A partir de ellos el de práctica profesional de comunicación:

Jorge Fernández Font., siguiendo a Francois Perus, refiere la práctica social como una actividad social, realizada dentro de un espacio social donde se cumple una función sancionada por la sociedad para alcanzar un objetivo deseado y válido socialmente⁵⁵. Es decir, las prácticas sociales son actividades de los sujetos sociales (sujetos colectivos) que implican relaciones, acciones e interacciones entre los individuos, organización de las acciones, para la transformación constante de energías humanas en función de la consecución de finalidades y objetivos avalados por la sociedad, porque convienen a la misma, a su permanencia y desarrollo. Toda práctica social está constituida por elementos que se integran de acuerdo con un principio formal de integración. Estos elementos constitutivos de la práctica social se convierten en unidades de observación, análisis y sistematización, al explorar, investigar, analizar o sistematizar las prácticas⁵⁶.

2.2.1 *Los elementos constitutivos de la práctica social.* Son elementos constitutivos de la práctica social: el sujeto de la práctica, el proyecto (de ésta y aquel), la actividad de la práctica, la materia de transformación, los instrumentos y el principio formal de integración que les da unidad de identidad conceptual y de sentido.

El sujeto de la práctica es la modalidad social que asume un sujeto por los roles y funciones que desempeña dentro de la misma.

⁵⁴ Enfatizamos sobre este aporte de Elihu Katz en Carlos Corrales Díaz. *La Profesión de Comunicador*, 1987, p. 3.

⁵⁵ Jorge Fernández Font., *Significación y Comunicación Política*, ponencia, Foro Interamericano de Comunicación Social: Comunicación y Poder, Lima, Perú, 1982.

⁵⁶ La construcción teórica de la práctica profesional como práctica social se probó en parte en la tesis que, bajo nuestra dirección, realizó Rocío Mercado Ramírez. *El Comunicador Universitario en la Educación Superior: Proyecto de su Práctica Profesional. El Caso de la Zona Metropolitana de Guadalajara*, ITESO, Escuela de Ciencias de la Comunicación, 1989, pp. 19:85.

El proyecto de la práctica está definido por las finalidades, propósitos sociales y objetivos asignados a la práctica por la sociedad en la aceptación y reconocimiento que ésta hace de aquella. Al proyecto se asocia un conjunto de normas y de procedimientos que determinan tareas, procedimientos, direcciones, problemas, campos de ubicación para la acción. Integra dos marcos de referencia: a) un sistema de valores a partir del cual se definen los objetivos, finalidades y propósitos y b) un marco teórico que define los procedimientos de acción o la forma de proceder dentro de la práctica, es decir la racionalidad o lógica expresiva y operativa de la práctica.

La actividad, consiste en las acciones específicas que los sujetos de la práctica realizan dentro de espacios sociales determinados para lograr el proyecto de la misma.

La materia prima de transformación es la materia física o simbólica sobre la que actúa o interviene el sujeto de la práctica para transformarla dotándola de una determinada energía. De esta forma en toda práctica social los sujetos manejan materia energetizada, que resulta de su intervención.

Los instrumentos de la práctica son herramientas materiales que constituyen el instrumental y equipo, así como los sistemas tecnológicos que facilitan o hacen posible la actividad de la práctica.

El principio formal de integración es un enunciado de tipo legaliforme que integra o articula a los diversos elementos de la práctica en una interrelación orgánica, define una estructura con unidad conceptual y precisa el campo propio de acción del sujeto, delimita el ámbito del proyecto y determina las formas de intervención sobre la materia de transformación de la práctica⁵⁷.

⁵⁷ Jorge Fernández Font. Op. Cit.
apñal2.doc Creado: 13/04/99 20:26 Fecha de hoy: 14/04/99 14:15 Página de 38

2.2.2 *La práctica profesional del comunicador y sus constitutivos* se ubican dentro de la práctica social de comunicación, la cual es definida por Fernández Font como el trabajo social que realizan los sujetos sociales para informarse, expresarse y convencer del contenido y sentido histórico de determinadas prácticas sociales al interior de la sociedad⁵⁸. El profesional de la comunicación interviene en esta práctica social de comunicación ante las necesidades de darle transparencia a la información, de mediar entre acontecer y conocimiento de lo que acontece⁵⁹, de recuperar, distribuir el significado⁶⁰ y darle sentido a cuanto acontece en la sociedad. La práctica profesional de la comunicación está constituida por el conjunto de ejercicios concretos, recurrentes, de la profesión (aplicación de saberes, habilidades y capacidades adquiridas con estudio), definidos de modo permanente por las relaciones que realizan los profesionales con miembros concretos de la población, a propósito de necesidades de comunicación e información que requieren ser satisfechas. La práctica profesional de la comunicación se constituye con los elementos de una práctica social de comunicación e integra el proyecto de ésta dentro del propósito social de la profesión. Los elementos de la práctica profesional se perfilan de la siguiente manera:

2.2.2.1 *El sujeto de la práctica social de comunicación* se ha constituido históricamente por modalidades que revisten los quienes realizan la práctica al desempeñar determinados roles con el aval de la sociedad⁶¹: Algunos de ellos tienen en común la función de vigilancia de emergentes del acontecer, para realizar una selección de los que revisten importancia para el grupo social, a fin de generar interpretación y representación de los mismos, que disponen en un producto comunicativo, para el conocimiento de ese grupo, dentro de la forma de interpretar la realidad que se comparte. Sacerdotes, profetas, escritores, poetas, lectores, romanceros, cantantes, dramaturgos, escultores, pintores, artistas expresivos en general, agoreros, juglares, compositores de corridos y canciones populares, mensajeros, cronistas sociales, mimos, periodistas, editores,

⁵⁸ Ibidem.

⁵⁹ Manuel Martín Serrano, Op.Cit., 1986

⁶⁰ Robert White. *Factores Sociales y Políticos en el Desarrollo de la Ética de la Comunicación*, en Diá-Logos, Revista Teórica de FELAFACS No. 22, 1998

⁶¹ El rol o papel social es la presentación social, que encierra una expectativa generalizada de comportamiento, existente en un grupo social que tiene el derecho a esperar un comportamiento prefigurado.

impresores, folletinistas, locutores, comentaristas, realizadores cinematográficos, productores y directores de cine, radio y televisión, son los algunos de los nombres que reciben estos roles en las diferentes formas por las que la sociedad a atravesado⁶² y que coexisten hoy.

Estos roles cumplen la función de contribuir a la construcción del imaginario colectivo y a la producción social del sentido. Aunque a partir del momento de la invención de la escritura y el desarrollo tecnológico de la imprenta impulsan, también, desde el ámbito de lo personal, el imaginario privado y personal: contribuyen a ello los *modelos informacionales* que surgen con la escritura y la imprenta: cartas, diarios personales, cuentos, novelas y poesía, que perfilan un nuevo tipo de comunicación mediada⁶³. Derrick de Kerckhove ha señalado (1984) que los medios de comunicación masiva, especialmente los electrónicos y audiovisuales vuelven a enfatizar y a desarrollar la imaginería pública y hacen necesario al profesional de la comunicación⁶⁴.

Los roles de la práctica profesional de comunicación se derivan de los roles históricos de la práctica social de comunicación, son semejantes en sus funciones, pero adquieren características específicas desde el proyecto perfilado para la práctica profesional, en los *desempeños y la intervención profesional posible*: científica, técnica y éticamente.

Carlos Corrales llegó a definir en 1991 *la intervención profesional del comunicador* como la acción profesional orientada con el fin de conocer, reconocer, explicar, evaluar, producir, corregir, optimizar, encauzar, diseñar o planificar la comunicación y la información⁶⁵. La intervención profesional tiene que ser integrada, contextualizada, es decir, ubicada dentro de propósitos personales, profesionales, institucionales y sociales, dentro de marcos de referencia

⁶² Manuel Martín Serrano señala que para cada tipo de sociedad hay un tipo de comunicación social vigente con roles y formas de producción específicos; reconoce cuatro tipos de comunicación social: *asamblearia, por emisarios, por redes de distribución de mensajes y la de tecnología de producción y distribución masiva*. Martín Serrano. *La Producción Social de Comunicación*, 1986, pp. 74:83.

⁶³ José Antonio Paoli. *Los Modelos Informacionales*, Seminario de la Maestría en Comunicación del ITESO, 1987.

⁶⁴ Derrick Kerckhove. *Fuentes y Prolongaciones del Pensamiento Macluhiano*, en Cuadernos de Comunicación No.94. México: Comunicología Aplicada de México, 1984, pp. 52:59.

⁶⁵ Carlos Corrales Díaz. *Proyectos de Comunicación. Una Estrategia en la Práctica Profesional de Comunicación*, en Huella No. 20, ITESO, 1991, p. 14.

valorales y teóricos, de proyectos cada vez más amplios⁶⁶. En esta intervención, el profesional de la comunicación orienta su acción a manejar, orientar y encauzar los procesos y las relaciones de comunicación, propicia, define, diseña o transforma, sistemas, medios, estructuras, procesos, relaciones, entornos y ecologías de comunicación.

Las funciones que corresponden al profesional de la comunicación desde los roles que cumple son de tipo general y de tipo específico. Entre las generales se encuentran las inherentes al *propósito social de la profesión de comunicación*: superar la incertidumbre y disonancia cognoscitiva mediante el manejo y transparencia de la información, introducir armonía y equilibrio social al volver familiar lo novedoso y ubicarlo dentro de lo cotidiano, ayudar a resolver o evitar la entropía social (el caos de la información)⁶⁷. Robert White, por su parte, a partir de una concepción de ética imperativa de las profesiones de comunicación señala que el trabajo (función) del comunicador debería ser: investigar, representar y transformar la acción simbólicamente humana y el significado de la cultura⁶⁸.

Por lo que propone Martín Serrano del modo de producción de la sociedad en que vivimos, donde está inmerso el proceso de producción de la comunicación, por la consecuencia estratégica de sus efectos de carácter simbólico, cultural y de sentido, hay dos funciones sociales del profesional de la comunicación relevantes y alternativas de la práctica profesional: la *función teórica* orientada a producir saber, para conocer, explicar o anticipar la comunicación en sus procesos, efectos, sistemas, estructuras y prácticas o la *función práctica*, instrumental, orientada al dominio del oficio para saber hacer y ser eficientes en el efecto de los mensajes: para *hacer hacer*⁶⁹.

⁶⁶ Ibidem.; también: Rocío Mercado Ramírez. Op. Cit. pp. 24:28.

⁶⁷ Propuesta implícita de los fundadores de la Ciencia de la Comunicación: Paul F. Lazarsfeld, Kurt Lewin, Harold D. Lasswell, Karl Hovland, Wilbur Schramm, Shannon y Weaver, principalmente.

⁶⁸ Robert White. *Factores Sociales y Políticos en ...* 1988, pp. 79:101. Citado por Corrales. Huella 20, p.61.

⁶⁹ Manuel Martín Serrano. *Los Profesionales en la Sociedad Capitalista*, Madrid: Pablo del Río Editor, 1977, pp. 155: 163.

Algunas funciones del profesional de la comunicación están determinadas por las funciones mismas de la comunicación en la sociedad al ser ésta constitutivo de lo social: constituye y transforma, personas e instituciones sociales (Lonergan, 1972); realizar referencias y, con ellas, comunicaciones objetivas, significativa y válidas (Martín Serrano, 1982); suscitar significados, evocarlos o transformarlos (Paoli, 1977; Fuentes, 1980; Corrales, 1982); apoyar proyectos y la transformación de la realidad, mediante el manejo de signos y símbolos de comunicación, el manejo de la función emotiva, la constitución de grupos solidarios, la retórica de la imagen y la metáfora (Martín Serrano, 1986; Roland Barthes, 1960; Pierre Guiraud, 1979; Jakobson, Mora Lomelí, 1982; Edmund Leach; 1978).

Dentro del ejercicio de la profesión, los roles que cumple el profesional de la comunicación son:

Mediador social, al propiciar el conocimiento de lo que acontece mediante las representaciones que genera del acontecer que es importante para la sociedad y la producción de mensajes e información, que procuran ubicar en lo familiar y cotidiano la novedad de lo que acontece, a partir de la vigilancia e interpretación que se realiza del acontecer.

Productor de comunicación, cuando el comunicador, al ofrecer un servicio a terceros, realiza una comunicación significativa ubicándose entre el mediador y el destinatario de la comunicación; para ello, selecciona referentes necesarios para estructurar referencias desde un punto de vista y vehicula las representaciones en un producto comunicativo: discurso, mensaje, anuncio, artículo, programa, video, cartel, guión, boletín, volante, manta, pinta, libro, revista, periódico, etc.

Estratega de comunicación. Cuando la comunicación se diseña y realiza de acuerdo con una directriz que toma en cuenta y anticipa al receptor, a sus condiciones personales y socioculturales de recepción, sus marcos de referencia, posibles significaciones de la comunicación y respuesta o efectos posibles a la comunicación a partir de tales condiciones. Las

dos principales funciones del estratega son: a) Anticipar las reacciones o respuestas prácticas del receptor basándose en el conocimiento previo del mismo: realizar diagnósticos de comunicación y b) Diseñar, planificar, evaluar estrategias de comunicación para optimizar la realización de la acción comunicativa.

Sistematizador y procesador analista de información. Cuando de manera específica, recoge selectivamente, organiza, archiva, procesa, clasifica, analiza, distingue, de modo sistemático y crítico la información, con ello anticipa el acontecer, elabora archivos o bancos de información, panoramas de la realidad y elabora servicios informativos. Las principales funciones son las de dar transparencia a la información, evidenciar la objetividad, significatividad y validez de la información, realizar seguimiento de la misma por períodos de tiempo.

Auditor-Asesor de comunicación. Este rol aplica el saber y la pericia sobre la acción comunicativa, los procesos, los sistemas, las estructuras, las relaciones, entorno y ambientes de comunicación. Mediante él, se realiza un diagnóstico y aun auditoría de la comunicación a fin de determinar su estado actual real en procesos, sistemas, estructuras, medios, ambientes, estrategias, finalidades y objetivos, problemática y necesidades a resolver, una explicación de la situación y la elaboración de un pronóstico para optimizarla y mejorarla. Considera la comunicación dentro de una organización que persigue fines y dispone de medios o recursos para alcanzarlos. Este rol integra las funciones de roles anteriores: las del mediador, sistematizador, procesador de información, estratega, incluso, las del productor, si instrumenta sus asesorías y las alternativas que de ella derivan hasta la circulación y difusión de los productos comunicativos.

Diseñador creativo y planificador de la comunicación. Mediante este rol el comunicador implementa soluciones originales e innovadoras para las necesidades y problemas de comunicación y define los procesos sistemáticos para su realización y administración. El rol exige un equilibrio en el ejercicio de funciones complementarias del comunicador: la función estratégica, la función creativa y la función científico-administrativa de la comunicación. La

integración de todas ellas da como resultado lo que podría llamarse "inteligencia funcional del comunicador"⁷⁰. Este rol también integra las funciones de los roles mencionados anteriormente.

Científico social e investigador de la comunicación. En ese rol, el comunicador toma a la comunicación como objeto de estudio, la constituye en un fenómeno sociológico, busca y genera conocimiento nuevo sobre ésta, prueba el existente, difunde marcos teóricos de referencia que sirvan para este estudio, dota de sentido a la realidad a partir de los estudios sistemáticos de ésta, divulga la ciencia y la tecnología, socializa los conocimientos científicos y tecnológicos para democratizarlos⁷¹.

2.2.2.2 *El proyecto de la práctica social de comunicación* define la utopía comunicacional de la sociedad actual: sociedad industrial avanzada, escenario de la cuarta revolución industrial basada en la electrónica y en la información (Antonio Pasquali, 1978), donde se afirma que quien tiene la información tiene el poder (Wilbur Scramm, 1981) y en cuyo sistema productivo, basado en la globalización de la economía y la información, se agrega un sector más a los tres tradicionales sectores de la producción: al primario o agrario, al secundario o industrial y al terciario o de los servicios, donde se ubica el comercio y el turismo, se agrega el sector de las comunicaciones y de la información⁷². Donde la comunicación se convierte en factor estratégico para el logro de objetivos económicos, políticos, culturales o sociales (Martín Barbero, 1990) y con la información dan como resultado un marco de referencia que capacita a cada sujeto para decidir y tener influencia determinante para el pensamiento organizacional⁷³.

⁷⁰ El término "inteligencia funcional" se aplica a la inteligencia canina, al atribuirlo a los comunicadores implicamos su capacidad de integrar funciones para innovar, adaptar, proyectar, prospectar, desarrollar, soluciones con pertinencia.

⁷¹ Carlos Corrales Díaz. *Desempeño Profesional, Roles y Funciones de Comunicador en sus Modelos Operativos, Como Sujeto de la Práctica*, Documento de Trabajo, Maestría en Comunicación, junio de 1987. También: Rocío Mercado Ramírez, *El Comunicador Universitario en la Educación Superior*, tesis, ITESO, 1989, pp. 21:22.

⁷² Pascual, Antonio, *Comprender la Comunicación*, Caracas: Monte Avila Editores, 1978(2r), pp. 20 y 21.

⁷³ Klikagberg, B., *"El pensamiento administrativo: del taylorismo a la teoría de la organización"*, Ed. Paidós, 1978, Tomo II, p. 134, citado por Judith Conde en Comunicación y Cultura No.9, p.96.

El proyecto de la practica social de comunicación de esta sociedad se relaciona con las funciones y finalidades que se le asignan a la comunicación: "Superar la entropía social, preservar la armonía y el equilibrio social", "impulsar la participación social en los procesos de desarrollo y los acuerdos nacionales", "ser constitutivo de lo social, de la acción organizada y de la cultura", "fortalecer o modificar los proyectos sociales", "lograr convenios entre sujetos sociales, consensos sobre situaciones, acuerdos de acción y proyectos de acción", "mediar la realidad y mitificarla" o "dar cuenta del sentido y contenido histórico de las practicas sociales" "investigar, representar (para informar) y transformar la acción simbólicamente humana y el significado de la cultura", entre otras más⁷⁴.

Las funciones sociales de la comunicación dependen de las concepciones que se tienen de la comunicación. Estas se encuentran encarnadas en instituciones sociales que realizan un trabajo fuerte de socialización: Estado, Escuela, Iglesia, Familia y organizaciones intermedias. Por ello, el proyecto profesional es fuertemente determinado por la concepción de comunicación en la que se hayan formado los comunicadores y por el modelo de desarrollo o proyecto institucional al que se liga el ejercicio de la profesión; lo cual puede resultar, en algunos casos, conflictivo y contradictorio⁷⁵.

La utopía de la practica profesional de la comunicación en esta sociedad es reflejo de la diversidad de valores e ideologías profesionales dominantes en la sociedad. Por un lado perfila una situación en que los medios de comunicación cumplan con las funciones de informar, educar, divertir y crear cultura. Que sean recurso eficaz contra la entropía social, que preserven la

⁷⁴ Las funciones de la comunicación en la sociedad no son exclusivas de una visión funcionalista, también se hallan en el estructuralismos y en el materialismo dialéctico, aunque con diferente perspectiva de relación y dinámica. Ver: J. Antonio Paoli. *La Comunicación*, México: Edicol, 1977.

⁷⁵ Hacíamos ver esto en 1991, a propósito de la influencia del modelo neoliberal en los ámbitos de trabajo de los comunicadores en México. Corrales Díaz. *La Profesión de Comunicador*, Renglones 20, p. 38. Lo precisaban Pablo Casares y Martha Alcocer en su ponencia *Necesidades Sociales Necesidades de Comunicación*, presentada en el III Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, México, FELAFACS, 1982. Lo analizaba Raul Fuentes especificando los ámbitos de la profesión en 1985 en la ponencia *Formación Universitaria y Práctica Profesional de la Comunicación Social*, presentada en la Universidad de Colima en 1985. Se confirma en la tesis de Rocío Mercado Ramírez. *El Comunicador Universitario en la Educación Superior*, ITESO, 1989. pp. 82:85.

armonía y el equilibrio social, que mantengan a la sociedad al tanto de lo que acontece, que se preserve la libertad de expresión y se cumpla con el derecho a la información⁷⁶.

Por otra parte hay otras utopías de la práctica profesional que se precisan desde el momento de la creación de la profesión en México o de la creación de orientaciones para el ejercicio profesional al fundar determinadas carreras para la comunicación basadas en filosofías específicas: la profesión está constituida por carreras de periodismo, por licenciaturas de comunicación e información orientadas a formar profesionistas para los medios⁷⁷, así como por licenciaturas que enfatizan los ámbitos del turismo, la publicidad, la comunicación organizacional, la acción educativa, las relaciones públicas, el diseño⁷⁸, entre estas utopías están los ingredientes de una utopía humanista que aspira a formar otro tipo de profesional para los medios, más pensante, mediador y menos instrumental, para someter la técnica al espíritu⁷⁹, redondeada por la utopía que no reduce los medios de comunicación a los de la comunicación masiva y reconoce en la dimensión humana y sociocultural de la comunicación, otros ámbitos para el ejercicio profesional⁸⁰.

Por ello, fragmentado y contradictorio, el proyecto profesional del comunicador está en proceso de consolidación, es constituido por un conjunto de escenarios, de perfiles de acción profesional y valores que se proponen lograr: el empleo de los medios de comunicación pública para servir a la sociedad informando lo que acontece, divirtiendo, educando y generando cultura.

⁷⁶ La utopía está relacionada con las formas profesionales de realizar la comunicación surgidas desde el siglo anterior con el periodismo y en este siglo con los demás medios de comunicación pública, cuyo ejercicio integra ya otras formas de comunicación social, tanto en el periodismo, como en la radio, el cine y la televisión y se ubican también en el ámbito de la comunicación colectiva, grupal, organizacional e institucional.

⁷⁷ Las carreras de periodismo de la UNAM de la Universidad Veracruzana, de la Carlos Septién García, tenían este perfil.

⁷⁸ Así lo registran varios estudios como: Alberto Rojas Z. *La Formación y la Práctica Profesional de los Recursos Humanos en Comunicación*, UAM-Xochimilco, 1982. FELAFACS, *La Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en América Latina*, Guadalajara, México: ITESO, 1983. FELAFACS. *La formación Profesional de Comunicadores Sociales en América Latina*, Universidad Javeriana, Cali, Colombia, 1985.

⁷⁹ Es el caso de la Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información de la Universidad Iberoamericana y en esa línea inicia el Instituto Pío X, después UNIVA, aunque no con tanta claridad como la Ibero.

⁸⁰ La Licenciatura en Comunicación del ITESO asume la utopía de la Ibero y amplía el ámbito de sus ejercicios más allá (en lo cultural) y más acá (en lo colectivo, grupal-organizacional e institucional y relaciones interpersonales) de los medios de comunicación masiva.

En relación con la comunicación se busca: poner la palabra al servicio del Hombre, de su desarrollo, multiplicarla y hacerla audible y visible, para responder a las necesidades surgidas del crecimiento del complejo urbano y otorgarle, con ello, las llaves de la historia⁸¹. Que los profesionales de la comunicación empleen instrumentos y técnicas para llegar al hombre de hoy: anónimo, angustiado, extrovertido y disperso en las mil solicitudes del dramático y complejo saber cotidiano, a fin de comunicarle el rico saber acumulado en mensajes transmitidos mediante técnicas de difusión, relaciones públicas, publicidad, radio, televisión, cine y periodismo. Que controlen los poderes de la comunicación "que moldean, como fácil arcilla, al hombre contemporáneo" y los pongan al servicio "de los más altos valores humanos". Que se haga uso "de la palabra, del signo sensible cargado de subconscientes motivaciones, de imágenes dinámicas". Que esto se haga mediante el ejercicio de las capacidades desarrolladas por "un hombre capaz de pensar por sí mismo, enraizado en su época" con dominio de las técnicas de difusión⁸². Que la comunicación sea medio para la búsqueda de autenticidad personal, social; recurso de transformación y desarrollo de la sociedad hacia formas de relación más justas y solidarias, dentro de un proyecto personal y un compromiso crítico de ser persona⁸³. Y que la comunicación realizada a través de los medios sea abiertamente socializadora y esencialmente personalizante⁸⁴.

Las prácticas profesionales dan al proyecto una dimensión específica en las relaciones concretas del profesional con necesidades de la población. Para entender ese enfoque debemos responder a las preguntas: ¿A quién sirven los profesionales: a la sociedad civil o a la sociedad política?, ¿Apoyan la permanencia del sistema o la transformación de éste?. Las respuestas perfilan ocho paradigmas dicotómicos del proyecto profesional que, de acuerdo con Luis Leñero

⁸¹ De la utopía del Instituto Pío XII, antecedente de la UNIVA. Cándido Fajardo Collazos. *La UNIVA: 30 Años de Formar Comunicadores*, Guadalajara:UNIVA, 1991, pp. 8:10.

⁸² José Sánchez Villaseñor. *La Técnica Sometida al Espíritu...* Carta Sánchez Villaseñor, mecanografiada, escrita entre 1950 y 1960, según datos de su hermano el, también, jesuita Luis Sánchez Villaseñor. Cf. Claudia Benassini Félix. *Anexo 1. Carta Sánchez Villaseñor*, en *Entre la Rutina y la Innovación*, México:UIA, 1994, pp. 111:112.

⁸³ Cf. Marco Valoral y *Función Social*, como elementos del *Perfil del Licenciado en Ciencias de la Comunicación del ITESO*, en Escuela de Ciencias de la Comunicación. ITESO, diseño Curricular 1981.

⁸⁴ Raúl H. Mora Lomelí, *Ciencias de la Comunicación y Valores Humanos*, en XV Aniversarios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, Publicación de Ciencias de la Comunicación No. 10, 1982

Otero (1986), surgen de la síntesis de tres perspectivas teóricas: La Idea del intelectual orgánico, de Gramsci⁸⁵; la tesis del profesional inhabilitador⁸⁶, de Ivan Illich y las concepciones de formación profesional y profesión como estructura social, de Latapí⁸⁷.

El profesional realiza alguna función del intelectual orgánico que requiere la sociedad constituida por una población organizada ante la necesidad de una reproducción ordenada y la problemática que conlleva. Las funciones son requeridas por la sociedad civil para su reproducción y por la sociedad política para la organización jurídica de un orden. La relación entre las dos sociedades requiere una mediación, dentro de una relación hegemónica que busca la conducción de la sociedad mediante tres vías de legitimación: política, basada en la fuerza y el uso del aparato de estado; práctica, basada en la posibilidad de conducir a la sociedad y carismática (moral) basada en el ejercicio del liderazgo. Según Luis Leñero Otero, con este marco se puede explicar la constitución de la sociedad mexicana desde la colonia hasta nuestros días y el papel que tuvieron las mediaciones de funcionarios locales, hacendados, caciques, bajo clero y clero en un dualismo de relaciones entre las autoridades político-administrativas y las autoridades morales, así como los liderazgos surgidos durante y después de la revolución, donde el intelectual orgánico fue importante para una reconstrucción del país a través de tres estrategias: 1) una que enfatiza el populismo vía caciques, 2) otra que renueva la figura del patronato a través de la economía mixta basado en un alianza con capitales nacionales y 3) la del impulso de las transnacionales. En este proceso se contempla que sólo pasando por la universidad se ha podido llegar al poder en la etapa postrevolucionaria⁸⁸. Desde esta perspectiva un proyecto profesional responde tanto a un proyecto social como a un proyecto político; en él se juega el rol de mediador carismático y práctico en la reconstrucción de la sociedad, se apoya a un determinado proyecto social, se logra identidad con un grupo al que se representa y legitima políticamente y, a través

⁸⁵ Gramsci, Antonio. *Los Intelectuales y la Organización de la Cultura*, Buenos Aires: Nueva Visión, 1984.

⁸⁶ Illich, Ivan et al. *Profesiones Inhabilitantes*, México : Blume, 1981

⁸⁷ Pablo Latapí. *Profesiones y Sociedad. Un Marco Teórico para su Estudio*, Revista latinoamericana de Estudios Educativos, México, Vol XII, No, 4, 1982, pp. 59;74.

⁸⁸ Luis Leñero Otero. *Importancia Teórica de la Relación entre el Profesional y las Necesidades de la Población*, apuntes del Taller: El Desarrollo Profesional en Relación con la Problemática Sociodemográfica, Guadalajara, ITESO/UIA, junio, 11 y 12 de 1986.

de la comunicación e información, se organiza y guía a la sociedad con orientaciones prácticas y carismáticas.

Ivan Illich denuncia que los profesionales expropian aspectos vitales de la sociedad y realizan una práctica inhabilitadora, dentro de ella. Al despojar a los ciudadanos de determinados poderes claves, con su ejercicio, los restringen, debilitan o dejan sin vigencia y, con ello, debilitan e incapacitan al individuo. Según Illich, el profesional se considera el único experto en el bien común y explota a la sociedad, al crearle necesidades que no tiene para hacerse indispensable. Esta visión perfila un proyecto profesional que responde a un proyecto económico dentro de una sociedad donde las elites mandan y deciden, es: egocéntrico, elitista, autoritario, prescriptor de necesidades, monopolista, legalizado, que acapara y controla poderes. Lo deseable sería lo opuesto: un profesional con un proyecto habilitador. A partir de esta perspectiva crítica, un proyecto profesional legítimo sería aquel que no subvierta el orden democrático, sino que lo apoye, busque fortalecer las capacidades individuales para la participación, persiga preservar la independencia individual, la social y el carácter de las tareas políticas. Desde esta visión los profesionales serían mediadores entre los altos poderes y las nuevas tecnologías con los miembros de la sociedad, para habilitarles en unas relaciones útiles con aquellas y en el aprovechamiento de las mismas. Serían elite con liderazgo democrático, que impulsa, y no impide, el retorno a una política de participación donde las necesidades consideradas sean las que siente la población y no las prescritas ni administradas por expertos.

La tercera perspectiva teórica contempla la relación sistema universitario y sistema económico basado en el capital acumulado, que demanda conocimiento científico, técnico y especializado, como exigencia del mundo moderno, con producción en serie, comunicación de masas, división social del trabajo y grandes volúmenes de información. En la relación hay demanda y producción, con ajustes, de técnicos y profesionistas. De aquí que el proyecto profesional se ajuste o responda a demandas de proyectos económicos e institucionales. Pero el sentido crítico del humanismo universitario crea la tensión realismo-idealismo y la conjunción de

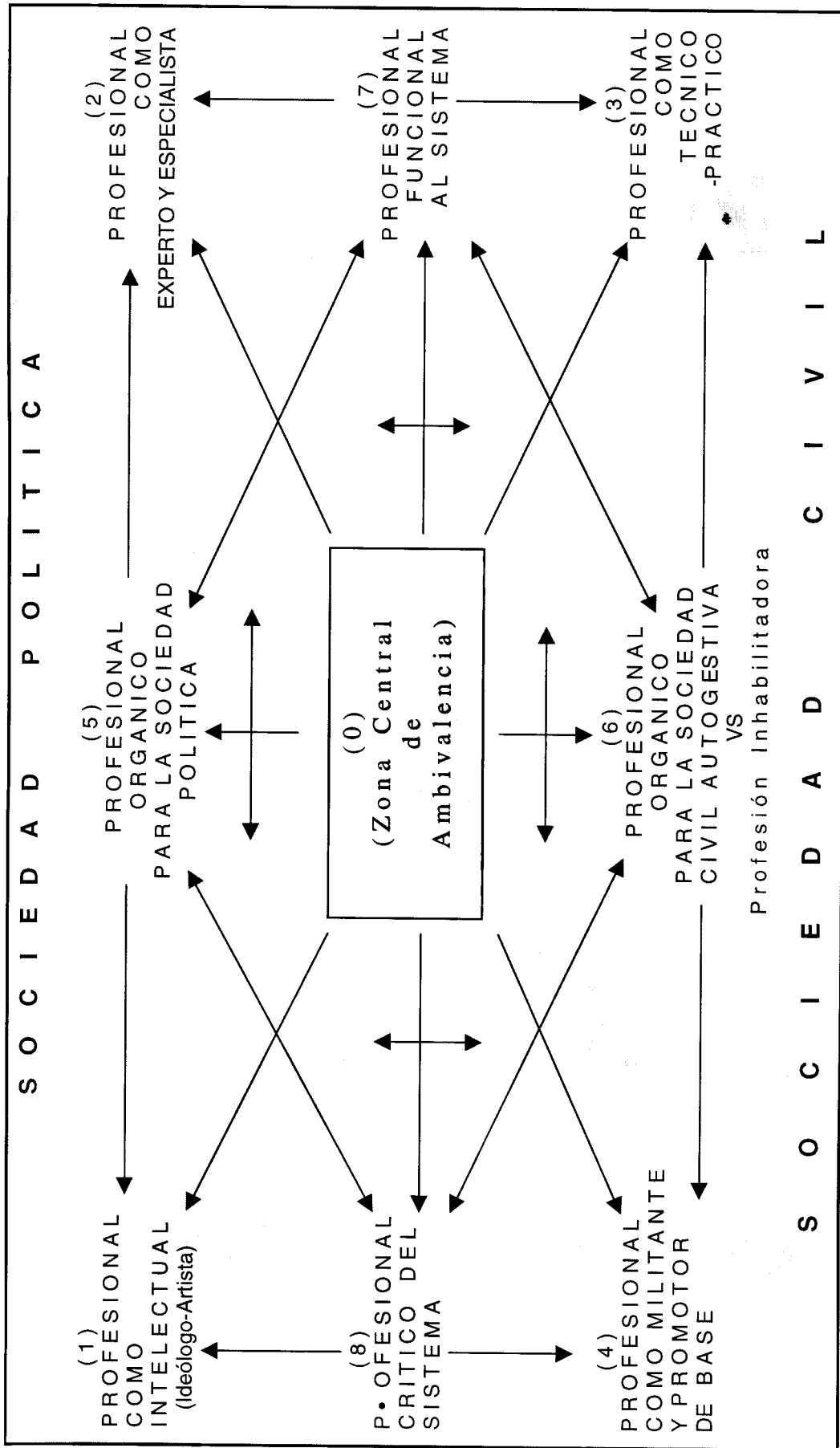
las visiones teóricas perfila una tipología de las profesiones con ocho alternativas de proyectos definidos por roles dentro de la sociedad dicotómica (Cuadro No. 1 y Figura No. 9).

Cuadro No. 1: Proyectos profesionales definidos por sus roles en la sociedad dicotómica

TIPOS DE PROFESIONALES POR SUS ROLES	FUNCIONES QUE SE ATRIBUYEN A LOS PROFESIONALES
1. Profesional como Intelectual (ideólogo-artista)	Genera conceptos y representaciones del acontecer social. Es crítico y útil al sistema
2. Profesional como Experto y especialista	Desde la cúspide aconseja y sirve al político o planifica para él. Es útil y funcional al sistema.
3. Profesional como Técnico-Práctico	Contrapuesto al profesional intelectual, administra, organiza, mueve la estructura capitalista (administrativa, económica y política). Como técnico desarrolla habilidad de servir al sistema desde la sociedad civil.
4. Profesional como Militante y promotor de base	Contrapuesto al planificador experto y especialista, es crítico de la situación desde la base, dentro de la sociedad civil.
5. Profesional Orgánico Para la Sociedad Política	Dentro de la Sociedad Política conduce y organiza a esa sociedad con carisma y habilidad práctica. Organiza programas que profesan una ideología, ejecutivo del sistema y síntesis del profesional inhabilitador
6. Profesional Orgánico para la Sociedad Civil Autogestiva	Contrapuesto al profesional inhabilitador, sirve libremente a la población y recibe remuneración de ella en un contexto ético de autogestión de necesidades y participación responsable de la población
7. Profesional Funcional al Sistema	Experto en un campo, se integra como funcionario del sistema en instituciones intermedias o microeconomías. En ambivalente oferta de servicios a la sociedad civil y a la sociedad política, apoya al sistema.
8. Profesional Crítico del Sistema	Opuesto al sistema o consciente de sus contradicciones, tensiones e injusticias busca transformarlo, propone proyectos alternativos tanto a la sociedad civil como a la política. Se mueve entre un idealismo utópico y una postura concreta de oposición al sistema.

Estos paradigmas dicotómicos del profesional muestran que los profesionales, incluyendo a los comunicadores, pueden orientar sus proyectos profesionales para servir a la sociedad política o a la sociedad civil, para apoyar el *status quo* del sistema o para transformar el sistema, dándose una gama de posibilidades concretas de proyectos en la combinación de estas alternativas, cuyas definiciones principales son los ocho tipos de profesionales dicotómicos y la zona de ambivalencia e indefinición que se presentan en el Cuadro No. 1 y en la Figura No. 9.

Figura No. 9: PARADIGMAS DICOTOMICOS DEL PROFESIONAL UNIVERSITARIO



Fuente: Luis Leñero Otero. Taller: El Desarrollo Profesional en Relación con la Problemática Sociodemográfica, Guadalajara, ITESO/UJIA, junio de 1986.

2.2.2.3 *La actividad de la práctica social de comunicación* está definida por las acciones específicas de comunicación, información, expresión y persuasión o convencimiento que realizan los sujetos sobre el sentido histórico de las prácticas sociales, sobre el contenido histórico de las mismas⁸⁹, sobre la acción simbólica específicamente humana, sobre el significado y sentido de la cultura⁹⁰. Paquali lo dice sencillamente al referir lo que hacen, con su capacidad humana, las personas que se comunican dentro de la sociedad: hablar y escuchar, ver y dejarse ver, oír y ser oídos, expresarse y comprender⁹¹.

Con apoyo en la Semiótica, Semiología, Filosofía del Significado, Antropología Social y Sociología de la Cultura se puede decir que *la actividad de la práctica social de comunicación* define *en qué se ocupan, de qué se ocupan* los sujetos que se comunican. Tiene que ver con la forma en que, mediante acciones físicas y simbólicas, se dota de energía, se energetiza determinada materia, física o simbólica, para transformarla en *materia expresiva*: signo o símbolo; en *información*: señales o datos estructurados significativamente para producir un efecto, en *algo significante*: signos y símbolos de comunicación, de acuerdo con un código, para buscar o detonar la evocación de una realidad o experiencia, para convocar a la comprensión, toma de conciencia, justificación, adhesión racional o emotiva, para convocar a la acción; en *algo dotado de sentido* de acuerdo a los códigos culturales, experiencias de vida, situaciones de existencia y marcos de referencia o significados compartidos:

- Se ocupan de lo que sucede en el mundo: lo registran, lo interpretan, lo representan, dan a conocer esa representación.
- Se ocupan de la información: la generan, manejan, comparten, usan, guardan, transmiten, intercambian.
- Se ocupan de los mensajes: los elaboran, los transmiten, los reciben e interpretan.

⁸⁹ Fernández Font, Op. cit., 1982

⁹⁰ Robert White. *Factores Sociales y Políticos en el Desarrollo de la Ética de la Comunicación*, en Dia-Logos de la Comunicación No. 12, Revista Teórica de FELAFACS, 1988.

⁹¹ Antonio Pasquali. *Comprender la comunicación*, Caracas: Monte Avila Editores, P. 37.

- Se ocupan de los discursos, manifiestos, comunicados, en sus diferentes formas: los realizan, pronuncian, escriben, publican, los hacen circular,
- Se ocupan y preocupan de la efectividad de la comunicación: los mensajes, los discursos y los manifiestos: los elaboran con estrategias discursivas para lograr su efectividad, realizan la retroalimentación y la redundancia, elaboran metáforas e imágenes retóricas, desarrollan connotadores relacionados con ideolectos⁹², definen marcos de referencia y contextos a los que refieren los mensajes y discursos, para dotarlos de sentido, construyen códigos y canales: sistemas de comunicación, adecuados para ello.
- Se ocupan de los entornos de comunicación, de los ambientes y ecologías comunicativas: les reconocen, evalúan configuran, modifican, adaptan, para que la comunicación sea exitosa, no tenga barreras, se realice sin dificultad
- Se ocupan de la tradición oral: la generan, la ejercitan, la conservan y custodian.
- Se ocupan de las experiencias de vida, elaboran su significado y sentido.
- Se ocupan de la memoria colectiva, aportan elementos para la misma, la preservan viva, la transmiten por generaciones,
- Se ocupan de la interacción social, de la interacción entre personas, pueblos y naciones: definen estructuras y redes de comunicación, realizan la acción comunicativa, generan la comunidad, el sentido de la historia y la organización social, elaboran productos comunicativos, actúan sobre el imaginario colectivo, el imaginario privado.
- Se ocupan, en la sociedad, grupos y comunidades, de los objetivos y valores comunes: los identifican, comparten, evalúan, ejercen y dan lugar a proyectos sociales.
- Se ocupan de la acción simbólicamente humana: generan las artes expresivas: música, literatura, escultura, pintura, etc.,. Da lugar a la historia y a la filosofía, a la religión, la

⁹² Los *Connotadores* son capacidades desarrolladas para captar o descubrir el significado oculto en los mensajes, discursos y manifiestos; *ideolecto* es el marco de referencia que cada uno desarrolla. R. Barthes, *La Retórica de la Imagen, en Lo Obvio y lo Obtuso*, Barcelona:Editorial Paidós, Colección Paidós de Comunicación, 1986, pp. 29:47.

antropología, arqueología: Se ocupan de signos, símbolos, relaciones, significados y valores: realizan una producción simbólica, generan parámetros de interpretación de la realidad, dan lugar a significados connotados, símbolos, mitos, tradiciones y códigos: generan la cultural.

- Se ocupan de la cultura como capital simbólico y valoral: dan lugar a cosmovisiones, sistemas de relación e interacción personal.
- Se ocupan de los efectos de los medios de comunicación en las audiencias: realizan estudios de audiencias, los efectos de los medios en los votos, gustos y orientación de la vida social.
- Se ocupan de la comunicación grupal, estudian los efectos de la comunicación en grupos en el comportamiento y actitudes de los miembros de un grupo. Conocen de la dinámica de grupos y de la disonancia cognoscitiva.
- Se ocupan de la propaganda; estudian la forma en que afecta en las naciones y sociedades y en la vida política.
- Se ocupan de la relación comunicación y los cambios de actitud; estudian la relación comunicación y credibilidad y prestigio y construyen una retórica científica o moderna⁹³.

La actividad de la práctica profesional de comunicación tiene en *la acción comunicativa* su principal forma para asegurar la interacción social y los objetivos de la población organizada. En la *mediación de comunicación* está el recurso para que la acción se realice con armonía y equilibrio, con base en entendimientos, convenios y acuerdos, *la ubicación estratégica, dentro de la estructura social o en la organización, de su intervención profesional*, es clave para una acción estratégica, administrativa u operativa exitosa y la forma de concretar los espacios sociales desde dónde se realiza la práctica. En la *producción de comunicación*, encuentra los procedimientos para identificar contenidos comunicativos de interés e importancia para los demás, elaborar la información, realizar representaciones del acontecer informacional, estructurar mensajes y generar productos comunicativos. En la actividad organizada, sistemática y fundamentada de la

⁹³ José Antonio Paoli. *La Comunicación*, México: Edicol, 1977.

práctica profesional de la comunicación se conforman los *desempeños* de la intervención profesional de los comunicadores.

La *acción comunicativa* ha sido definida por Habermas como la interacción entre sujetos, capaces de habla y acción, dada a través del lenguaje para establecer una relación interpersonal, negociar y procurar un entendimiento sobre situaciones de acción que exigen consenso, a fin de convenir acuerdos sobre acciones en común y sobre proyectos de acción⁹⁴. La acción comunicativa implica la posibilidad de la construcción de sentido por los interlocutores: supone la presencia de un horizonte de interpretación personal del mundo de vida, simultáneo a algo presente en el mundo objetivo (lo abstracto compartido), en el mundo social (el vivido participado) y en el mundo subjetivo (el sentido, experimentado y abstraído individualmente) como marco de referencia desde el cual es posible negociar la definición de situaciones que puedan ser comprendidas por todos. En la acción comunicativa, desde este marco de referencia, el lenguaje es medio de entendimiento dialógico⁹⁵.

La *mediación de comunicación* es⁹⁶, dentro de las formas de la mediación social, la que mejor concreta un sistema de control que introduce armonía y equilibrio en la relación que se da entre dos sistemas heterogéneos: el sistema de los acontecimientos y el sistema de conocimiento, y en la relación de éstos tres, con otros sistemas, como el sistema social, el sistema político y el sistema de valores, el sistema educativo, etc.

El sistema de comunicación social, que incluye al sistema de comunicación pública así como otros sistemas mediante los cuales se comunica la sociedad, es el medio para que el ser humano pueda conocer lo que sucede en el mundo de su realidad. Además, hace que la novedad de lo que acontece no cause problema ni en las personas ni en la sociedad, ante la toma de

⁹⁴ Jürgen Habermas. *Teoría de la Acción Comunicativa*, Tomo I, Racionalidad de la Acción y Racionalidad Social, Madrid:Taurus, 1987, p. 124.

⁹⁵ Idem, pp. 138 y 143.

⁹⁶ Síntesis de la propuesta teórica de Manuel Martín Serrano. Cf. Manuel Martín Serrano. *La Mediación Social*, Madrid:Akal Editor, 1977; ⁹⁶ Manuel Martín Serrano. *La Producción Social de Comunicación*, Madrid:Alianza Editorial, 1986.

conciencia de ello, refiriéndolo, ubicándolo, a los marcos de referencia que tenemos, con lo que se hace familiar y cotidiano. Así se evitan la disonancia cognoscitiva y la entropía social.

Martín Serrano señala que la mediación de comunicación es la esencia de *la producción de la comunicación*: se realizan dos tipos de mediaciones la mediación cognitiva y la mediación estructural. La mediación cognitiva se realiza cuando a partir de la vigilancia del acontecer, se seleccionan los acontecimientos que son importantes para la permanencia y supervivencia del sistema social, se realiza una interpretación de los mismos, se genera una representación del acontecer y se dispone para que sea del conocimiento de la sociedad a través de un producto comunicativo. Es aquí cuando se mitifica a la sociedad: al generar un modelo del acontecer dentro de códigos familiares, para que la sociedad comprenda lo que sucede y lo signifique dentro de lo familiar y cotidiano de su mundo. La mediación estructural tiene lugar cuando se realiza una serie de previsiones de organización, de rutinas de acción, se disponen relaciones e instalaciones para asegurar la vigilancia y la captura del acontecer imprevisible y fugaz.

La acción comunicativa, la mediación de comunicación y producción de comunicación son actividades claves, sustantivas, de la intervención profesional del comunicador. Se ha definido a *la intervención profesional del comunicador* como la acción profesional encaminada a conocer, reconocer, explicar, evaluar, corregir, optimizar, encauzar, impulsar, mediar, diseñar, planificar o producir la comunicación. Se señala que la intervención profesional en la comunicación se refiere a la acción específica del comunicador encaminada a manejar, orientar, encauzar, optimizar los procesos y relaciones de comunicación⁹⁷. Pero también se interviene en los sistemas, en las estructuras, en los ambientes entornos y ecologías, en las estrategias, en los objetivos de comunicación, a propósito de necesidades y problemas.

La revisión de las experiencias prácticas determina que la intervención profesional ha de partir de un análisis de la realidad, basarse en diagnósticos (o auditorías) y en estrategias de

⁹⁷ La revisión de la práctica de comunicación por proyectos realizada en los Talleres de Investigación y Planeación de CIESPAL y la que realizamos nosotros desde el ITESO llevó a concluir lo que aquí se afirma. Se publicó en Carlos Corrales Díaz. *Proyectos de Comunicación. Una estrategia...*, Huella 20, ITESO, 1991.

comunicación, para planificar la intervención que asegure que las acciones, relaciones, procesos o sistemas comunicativos estén integrados a estructuras de comunicación y que respondan a proyectos de comunicación contextualizados, por los ambientes, las situaciones y circunstancias en que se manejarán las acciones y aplicarán los productos comunicativos. La práctica profesional de la comunicación exige una intervención profesional que se planifique para combinar estudios, investigaciones, experiencias, diseños, desarrollos y producciones⁹⁸.

El *diagnóstico de comunicación* se entiende como una lectura no espontánea de la realidad y situación que guarda la comunicación en un momento determinado y en un lugar dado, para esclarecerla y darle transparencia, con el apoyo en una explicación histórica de las mismas, a fin de elaborar un pronóstico y definir un rumbo de acción estratégico⁹⁹. El diagnóstico de comunicación se realiza mediante acciones progresivas de exploración, observación, análisis y reflexión de la realidad comunicativa, desde una perspectiva local, regional, nacional, dentro de la organización, institución, grupo o comunidad en donde interesa diagnosticar la comunicación. El pronóstico anticipa los escenarios de acción futuros deseables y posibles, entre los que se contempla como alternativas definir la acción comunicativa a través de un proyecto o definir una investigación de la comunicación a partir de un problema de comunicación definido.

La *estrategia de comunicación* es, a partir de Benjamin B. Tregoe y John Zimermann¹⁰⁰ y de Habermas¹⁰¹, una lógica o directriz de la acción comunicativa que la encausa para lograr objetivos comunicativos en un contexto sociocultural concreto, en determinadas situaciones y circunstancias de recepción, dadas determinadas características del destinatario de la comunicación y los posibles obstáculos, barreras y fuerzas opuestas al éxito de la acción comunicativa. Para Juan Manuel Mazo, la estrategia es capaz de modificar el sistema de

⁹⁸ Corrales D. *Proyectos de Comunicación*, 1991; y también en *La Profesión de Comunicación*, agosto de 1991.

⁹⁹ Daniel Prieto Castillo. *Diagnóstico de Comunicación: Mensajes, Instituciones, Comunidades.*, Quito, Ecuador: Belén, 1985. Corrales Díaz, *El Diagnóstico de Comunicación*, en Diseños de Investigación en Comunicación. Manual de Operaciones, ITESO/ECC, 1990.

¹⁰⁰ Benjamín B. Tregoe y John Zimermann. *Estrategias de Alta Gerencia*, México: Interamericana, 1983.

¹⁰¹ Habermas acepta la dimensión estratégica de la acción comunicativa: considera como oponente al interlocutor y emplea el *ilocucionario* para motivar al oyente a aceptar la oferta comunicativa. Habermas, Op. Cit. pp. 357, 358, 379.

comunicación, en cualquiera de sus elementos, para optimizarlo¹⁰². La estrategia de comunicación se integra con los siguientes elementos: a) El medio ambiente o contexto de comunicación, b) una lógica de la acción comunicativa, c) un objetivo por alcanzar, d) una fuerza impulsora y e) la ubicación operacional y organizacional de la estrategia. Ubicación o posicionamiento, impulso, dirección lógica y meta, son los componentes de toda estrategia.

Los elementos de la estrategia de comunicación serían: a) el entorno de comunicación, contexto o ecología comunicacional; b) una idea, imagen, metáfora o símbolo, que evoque, convoque y provoque, un impulso, racional o emotivo, que detone la acción comunicativa; c) la lógica para conducir, dirigir o encauzar la acción comunicativa; d) el objetivo comunicativo por alcanzar, y e) el posicionamiento operativo y organizativo de la estrategia dentro de la gestión de la acción comunicativa: informar, convencer, expresarse, negociar, convenir, acordar; o superar obstáculos y barreras de la comunicación, optimizarla, producir la comunicación, distribuir el significado o los productos comunicativos. La estrategia de comunicación define un proceso lógico de acción finalizada, dentro de un período de tiempo en el que se contempla la situación del contexto.

El *desempeño profesional* es la forma y modo en que los profesionales ejercen su profesión (los saberes y capacidades adquiridos con estudio) para resolver necesidades concretas a quienes les emplean con tal fin; pero, principalmente, corresponde al grado o nivel en que su ejercicio profesional satisface dichas necesidades a quienes requieren de sus servicios.

De esta manera podría decirse que el *desempeño profesional del comunicador* es la manera concreta de cumplir con el propósito social de la profesión de comunicación al actuar sobre el objeto social de las prácticas profesionales de los comunicadores: sobre las necesidades de comunicación e información. Esto es, el desempeño profesional es un ejercicio profesional concreto sobre aquellas situaciones personales, grupales, organizacionales, institucionales o sociales que se puedan identificar como: una carencia, limitación, discrepancia, falla o anomalía,

¹⁰² Juan Manuel Mazo, *Estructuralismo y Estrategias de Comunicación*, en Cuadernos de Comunicación No. 81, 1981, pp. 40:49.

de la comunicación requerida para lograr algún objetivo, personal, grupal, organizacional, institucional o social.

El desempeño profesional es, primeramente, la medida en que se satisfacen carencias, limitaciones, anomalías, discrepancias, de comunicación e información; en segundo término es la forma y modo en que los profesionales de la comunicación hacen ejercicio de sus saberes, habilidades y capacidades profesionales¹⁰³. Es decir, el desempeño implica hasta qué punto los comunicadores realizan, planifican, diseñan, impulsan, propician, conciben, y dan lugar a una comunicación que sea: objetiva, significativa y válida para que cobre sentido. Con qué modalidad realiza el ejercicio de la profesión, liberal o como asalariado, individualmente o como parte de una institución u organización, de manera intuitiva, creativa o con base en la experiencia y en marcos de referencia teóricos, valorales y tecnológicos; de modo instrumental, pragmático y utilitario, pero acríticamente o mediante un ejercicio responsable, reflexivo y crítico: con una ética de la profesión.

Del ejercicio ético de la profesión se deriva la importancia de la asesoría profesional dentro de los desempeños profesionales, la realización de diagnósticos y auditorías; la detección, evaluación, definición y diseño de estrategias de comunicación, como base de los desempeños; la realización de éstos a través de proyectos de comunicación, porque los proyectos ofrecen la oportunidad de realizar desempeños reflexivos, críticos, fundamentados y completos¹⁰⁴.

Con el desempeño profesional y la valoración que hace la sociedad del propósito social de la profesión, se relacionan el prestigio profesional, utilidad, aceptación social y demanda de los profesionales. El prestigio, la aceptación y demanda determinan la posibilidad de empleo fijo y de un ejercicio liberal de la profesión¹⁰⁵. Es evidente que la población privilegia o aprecia una profesión por la utilidad social que ésta le representa en un determinado momento. La utilidad

¹⁰³ Carlos Corrales Díaz. *Fundamentos Teóricos para el Análisis de dos Componentes de la Práctica Profesional del Comunicador Como Práctica Social: "El Desempeño Profesional" y "El Proyecto de la Práctica"*, Documento de trabajo, ITESO, Maestría en Comunicación, 1987.

¹⁰⁴ Así se hace ver en Carlos Corrales Díaz. *Proyectos de Comunicación*, Huella 20, ITESO, 1991.

social de las profesiones se valora o se mide por la importancia de los servicios que prestan a la sociedad, las necesidades que satisfacen y el grado en que las satisfacen.

Se pueden manejar dos indicadores del desempeño profesional del comunicador:

- a) De concordancia entre propuesta del profesional o realización de su ejercicio con la expectativa del cliente respecto del efecto deseado para la intervención.
- b) De efectividad del desempeño que concuerda con la expectativa del cliente y las nociones de efectividad y validez

La efectividad implica eficacia, logro de resultados deseados o esperados y eficiencia, logro de resultados con procesos adecuados, económicos en tiempo esfuerzo e inversión. La validez de la comunicación se logra con su pertinencia: que sea objetiva y significativa¹⁰⁶.

2.2.2.4 *La materia prima de transformación de la práctica profesional*, física o simbólica, tiene que ver con la acción transformadora de los comunicadores. Constituye, por el momento, el elemento constitutivo de la práctica profesional más difícil de definir categóricamente. En el último acercamiento teórico se estableció de la siguiente forma: Los comunicadores actúan para influir sobre otros mediante el recurso de la información¹⁰⁷. También lo hacen a través de verdaderos signos y símbolos de comunicación para evocar realidades válidas (que están en el ámbito de los marcos de referencia del destinatario de la comunicación), para convocar a crear comunidades de significado (que gocen o sufran de la misma experiencia, compartan un mismo significado de la realidad vivida y/o el propósito de realizarlo) y para provocar una acción o reacción (la afirmación o el cambio de las condiciones de existencia)¹⁰⁸. Profesionalmente lo hacen transformando las representaciones, las imágenes, los significados, los valores y el

¹⁰⁵ Ramón Ascencio Franco. *El Crecimiento de las Profesiones como Expresión de su Prestigio*, en *Tiempos de Ciencia* No. 4, julio-sept. 1986, pp. 44:51.

¹⁰⁶ Corrales Díaz. *Fundamentos Teóricos para el Análisis de dos Componentes de la Práctica Profesional*, p. 7

¹⁰⁷ Manuel Martín Serrano define a la comunicación como un proceso que busca influir en los otros mediante el recurso a la información. Martín Serrano. *La Producción Social de Comunicación*. 1986.

¹⁰⁸ Raúl Mora Lomelí sostiene que la comunicación de los medios emplea los mismos signos y símbolos de la comunicación personal con esas funciones. Cf. *Ciencias de la Comunicación y Valores Humanos*,. 1982

sentido¹⁰⁹, que constituyen los objetivos finales y primordiales de la intervención profesional y de los desempeños del comunicador.

Para llegar a esos objetivos finales de acción transformadora, los comunicadores actúan sobre otras materias mediadoras de la transformación final como:

- Los signos y símbolos de comunicación, donde energizan o moldean y dan formas a materiales físicos como papel, metal, madera, acetato, sonido, color, luz, etc.
- Los marcos de referencia, donde actúan sobre materias simbólicas y culturales: los referentes, los datos de referencia, las referencias.
- Las estrategias discursivas relacionadas con lógicas de significación y las estrategias de comunicación relacionadas con el manejo de lógicas de acción comunicativa.
- Los procesos de comunicación, donde se actúa sobre la codificación o encodificación, la emisión, la transmisión, las barreras, entornos, climas, contextos y ecologías de comunicación, la recepción y condiciones de recepción, la interpretación y decodificación, la retroalimentación y la redundancia de la comunicación.
- Las estructuras de comunicación, para las cuales se definen objetivos, interlocutores, propósitos, medios, sistemas, canales, momentos, tiempo y niveles de relación o redes.
- Los sistemas (o medios) y entornos de comunicación, que requieren de definición o adecuación de códigos y canales según los públicos, de definición y manejo adecuado de factores endógenos y exógenos que afectan o son afectados por el sistema, a fin de optimizar la realización de la comunicación.
- La acción comunicativa, en la que es necesario definir las situaciones que exigen consenso, realizar la mediación que crea ambientes, escenarios, espacios, estructuras, facilidades y estrategias para la negociación.
- Los canales y códigos, donde se definen o adecuan los sistemas de transmisiones y los sistemas de significaciones.

¹⁰⁹ La imagen tiene aquí la acepción de síntesis vital: producto de la imaginación (función de lo posible), estructura de conocimiento subjetivo, que encierra visiones de pasado, presente y futuro, según Herbert Read (1972), Henry Lefevre (en Jaime Goded et al, 1975) y Keneth E. Boulding (Goded, 1975), Edmund Leanch (1978); también en Corrales, Marco Teórico y Modelo Experimental..., 1982, pp. 45:50.

- Los discursos, mensajes, manifiestos y productos de comunicación, que requieren estrategias discursivas, códigos, metáforas, imágenes retóricas, signos y símbolos de comunicación en función de marcas y anclajes de significación, el manejo y administración del proceso de producción de la comunicación e información.

2.2.2.5 *Los instrumentos de la práctica social de comunicación* son, primariamente, los medios que requieren los miembros de la sociedad en cuanto personas que necesitan enviar o recibir, intercambiar mensajes con otras personas, realizar y emitir discursos ante determinados grupos, elaborar comunicados para grupos y organizaciones y publicar manifiestos. En segundo término hay que considerar los recursos que requiere la sociedad, a través de sus instituciones y organizaciones para comunicarse como tal. Antonio Pasquali distingue entre aparatos e instrumentos de comunicación. Llama a los medios de comunicación sofisticados aparatos que extienden las previas capacidades humanas de hablar y escuchar, ver y dejarse ver y oír y ser oídos, expresarse y comprender

"Aparato es todo artefacto que amplía, facilita, perfecciona, aumenta, afina y en suma extiende una preexistente capacidad natural del hombre":

"Instrumento es todo artefacto que permite conocer, detectar, medir, utilizar hechos y datos que escapan a la capacidad natural del conocimiento humano"¹¹⁰.

En el ámbito de la relación personal y social (sin evadir ni menospreciar la distinción que Antonio Pasquali hace entre aparatos e instrumentos) reconoceremos *como instrumentos de la práctica social de comunicación* a todo recurso, natural o artefacto, empleado por el ser humano y la sociedad para realizar la relación de comunicación, la acción comunicativa, los procesos de comunicación e información social, de manera directa, cara-a-cara, o mediada. Por un lado están los canales naturales de las personas: vista, oído, tacto y habla (lenguaje); presentes en el inicio y final de la comunicación humana. Por otro lado se encuentran lo que llamamos medios de

¹¹⁰ Antonio Pasquali. *Comprender la Comunicación*, Caracas:Monte Avila Editores, 1978, p. 37.

comunicación, que implican una aplicación tecnológica: escritura, lenguajes culturales, imprenta, teléfono, radio, prensa (libros, folletos, revistas, periódicos, carteles, volantes), televisión, cine, redes de telecomunicaciones: satélites de comunicación, telex, teletipo, fax, correo electrónico, internet.

Al referir a los *instrumentos de la práctica profesional*, el término ha de ampliar su referencia a *tecnología de la práctica profesional*: instrumental, equipo, instalaciones y sistemas tecnológicos empleados en la actividad profesional. Desde esta perspectiva el inventario puede ampliar su espectro; desde un lápiz, gis, carbón, marcador, pluma fuente, pincel, hasta las plataformas tecnológicas computarizadas, pasando por el micrófono y la radiodifusión, la cámara fotográfica y la fotografía, la cámara de cine y la cinematografía, la cámara de televisión y el sistema televisivo, la máquina de escribir, el linotipo, la prensa, la rotativa, y el sistema de impresos e impresión, el celular, el teléfono, el telex, el telégrafo, la grabadora, videograbadora, el CD-ROM, el video y el VDV, los satélites de comunicación y las telecomunicaciones.

2.2.2.6 *El principio formal de integración de la práctica social de comunicación*, justifica la razón de ser de esta práctica, define su propósito social y constituye la articulación necesaria de los elementos de la práctica social de comunicación.

El proyecto de la práctica profesional de comunicación, los roles que se cumplen en ella, que se concretan en la actividad que se realiza para lograr ese proyecto, la transformación de una materia prima específica y el empleo de un instrumental específico para esa transformación, han de estar orientados a *la producción de comunicación* para satisfacer necesidades de información sobre su entorno, el acontecer y la forma como éstos le afectan en su vida; a satisfacer la comunicación que necesita la población para lograr entre sí *relaciones de comunidad*, con sus implicaciones de diálogo: acción recíproca entre quienes se comunican en condiciones de igualdad, hablan y son escuchados, reciben y emiten¹¹¹; a lograr la producción de sentido respecto de lo que acontece, para lograr una ubicación histórica de cada uno y comprensión de la

¹¹¹ Pasquali. *Comprender la Comunicación*, 1978, pp. 47:49.

forma en que afecta lo que sucede¹¹², para generar efectos de convivencia, acuerdo y colaboración, de crecimiento y desarrollo personal, de acceso a, para compartir, los avances de la ciencia y de la técnica, de adaptación a la realidad, de intervención en ella, de relaciones armoniosas en las que priven las negociaciones y los acuerdos sobre fines legítimos de la sociedad.

El principio formal de integración de la práctica profesional de la comunicación es una concreción del anterior y toma forma específica dentro de la sociedad en la que se práctica, define el propósito social de la profesión y es cada vez más reconocido (lo que implica una aceptación más amplia de la profesión y sus prácticas en la sociedad) en la medida en que los marcos de referencia en que se apoya, el de la realidad, el teórico y valoral, sean más universalmente compartidos o, en todo caso, influenciados por los marcos de referencia, la mediación situacional y la mediación normativa de las sociedades dominantes, consideradas como paradigmas de sociedades avanzadas¹¹³.

Murdock y Golding (1981) señalan que la *mediación ocupacional* está relacionada con una situación de mercado cambiante e impreciso, que modifica y afecta a los recursos disponibles, a la organización de la comunicación, al igual que a la creatividad personal; factores necesarios para la realización de las prácticas profesionales de comunicación. Esta relación repercute, consecuentemente, en los estilos, las expectativas, tecnología y estilos de las prácticas. En tales condicionantes las prácticas profesionales exigen una adaptación, en el sentido que le da Piaget, ante la limitación o abundancia de recursos disponibles y la necesidad de nuevas técnicas o tecnologías derivadas de las presiones económicas. Es de esta forma como el propósito social de la profesión, la profesión misma, sus prácticas y estilos se legitiman. La *mediación normativa* se refiere a la adaptación de la cultura a las normas particulares de la práctica ocupacional: hay una asimilación de valores pragmáticos y utilitarios que surgen, se revelan e imponen por las prácticas profesionales, como valores sociales aceptables; es decir, la situación normativa

¹¹² De acuerdo a la idea de mediación y producción de comunicación de Manuel Martín Serrano.

¹¹³ Murdock y Golding. *Capitalismo, Comunicaciones y Relaciones de Clase*, en James Curran et al. *Sociedad y Comunicación de Masas*, México:FCE, 1981, pp. 22:57.

contempla la relación entre la ideología dominante y las ideologías de ocupación, entre los valores sociales dominantes y los valores de la práctica ocupacional¹¹⁴.

Por lo anterior, el esclarecimiento de la representación de una práctica profesional concreta, como la práctica profesional de la comunicación, equivale a estudiar y determinar la conformación, evolución y confirmación de una ideología ocupacional, exige un análisis histórico-estructural, a fin de ver cómo emerge la ideología desde la situación cambiante del mercado de trabajo y en el trabajo de una profesión. Esclarecer la representación de la práctica profesional de comunicación da como resultado, entonces, esclarecer el ámbito propio del ejercicio profesional y equivale a realizar un diagnóstico de las prácticas profesionales de la comunicación: definir las creencias que determinaron o perfilaron ideológicamente a la profesión del comunicador y a sus prácticas, como una ocupación y establecer su perspectiva histórico-estructural de evolución y desarrollo, para definir con claridad y transparencia su estado actual y las tendencias de transformación y desarrollo de las mismas.

El *principio formal de integración de las prácticas profesionales de comunicación*, a partir de lo revisado hasta aquí, sobre aspectos teórico conceptuales de: la profesión del comunicador, las prácticas sociales de comunicación y las prácticas profesionales de comunicación, se basa en la siguiente definición:

La profesión del comunicador tiene como ámbito propio de su ejercicio profesional el ámbito de la producción, la relación e interacción, simbólica y cultural, de las personas, instituciones, organizaciones y sociedades.

Esta definición relaciona el quehacer del *profesional de la comunicación* con el manejo, producción y mediación del significado, del símbolo, del sentido, de la imagen y de la representación, en las relaciones humanas y sociales que integran lo específico de la comunicación, como factor importante para un desarrollo constitutivo, referencial, sensible-emotivo-

¹¹⁴ Ibidem. P.49.

intersubjetivo¹¹⁵. Ubica al *profesional* en ejercicios profesionales dirigidos a realizar y manejar la representación del acontecer, su significación y significados, suscitados, creados, modificados y recreados; así como la producción de sentido en torno al acontecer comunicacional e informacional. Define como factores operativos de los ejercicios profesionales la acción comunicativa, la producción de comunicación y el manejo de: la mediación comunicativa, mensajes, discursos y manifiestos, entornos o ambientes de comunicación, marcos de referencia, estructuras, redes, sistemas o medios de comunicación e información, estrategias de comunicación basadas en diagnósticos, auditorías y pronósticos comunicativos.

De la definición del ámbito propio del ejercicio profesional del comunicador y de su quehacer profesional se asume un propósito social múltiple para la profesión del Comunicador:

- Adquirir dominio sobre sistemas y procesos de comunicación e información, a través del ejercicio de una función teórica para desarrollarlos, mejorarlos, optimizarlos, ponerlos al servicio de los miembros de la sociedad, de sus instituciones y servir de mediador, a través de ellos, entre el acontecer y el conocimiento de éste.
- Reducir la incertidumbre, disonancia cognoscitiva y la entropía social, mediante una función eficiente a través de prácticas de información, difusión, divulgación, producción de comunicación y de sentido.
- Generar la cultura de organizaciones e instituciones, apoyar su identidad y desarrollo estratégico, a través de una intervención en la acción comunicativa, la producción de comunicación y una función eficiente en la intervención profesional con el dominio de los usos sociales de la comunicación y la generación de organización.
- Recuperar el sentido de la sociedad, el significado de las prácticas sociales y contenido histórico de las mismas, a través del ejercicio de la función teórica en la investigación, representación y transformación de las acciones que son simbólicamente humanas, el significado de la cultura y de una lectura de realidades sociales y culturales hasta lograr su transparencia.

¹¹⁵ Ampliamos y modificamos aquí lo señalado en Corrales D., "Desempeño Profesional, Roles y... 1987, p. 4.

2.3 Algunas hipótesis exploratorias:

Del marco estructurado con la revisión de las teorías sobre la profesión, la profesión de comunicador, la práctica social de comunicación y la práctica profesional de comunicación, se derivan ciertas consideraciones necesarias para explicar el ejercicio de la profesión de comunicador a partir de sus prácticas concretas. La primera tiene relación con la forma de comprender la dimensión social con que se constituyen la profesión y sus prácticas:

- ¿De qué forma las prácticas profesionales han constituido la profesión de comunicador?
- ¿En dicha constitución, cómo se trasciende el ámbito individual de las prácticas para dar lugar al "trabajo social" de las prácticas profesionales dentro del espacio social que les asigna la sociedad para la actividad del grupo de profesionales de la comunicación?

Conforme avanza la sistematización de las prácticas profesionales de los comunicadores, surge la siguiente reflexión: Si la *profesión del comunicador* es la forma en que los profesionistas de la comunicación se manifiesta en la sociedad, convertidos en profesionales mediante sus prácticas, si la manifestación define patrones de relación establecidos para satisfacer necesidades de comunicación, dentro de modelos de intervención profesional y no con la suma de conductas personales o individuales de los comunicadores; debemos preguntarnos y responder:

- ¿Cuáles *unidades de observación y análisis* permiten descubrir el comportamiento profesional del grupo de comunicadores constitutivo de la profesión?
- ¿Qué aspectos de sus manifestaciones profesionales deberán ser objeto de interpretación para comprender, explicar y transformar la práctica profesional?

Indudable: la representación social de la *profesión del comunicador* aporta elementos para definirla; está conectada a necesidades sociales que ha de satisfacer, con prácticas deseables a propósito de tales necesidades, con ámbitos sociales donde se contempla su realización, con conocimientos, competencias y habilidades específicas, de los profesionales de la comunicación.

Contribuye a determinar la representación social de la profesión el descubrir cómo la considera la sociedad, qué imagen se ha formado de aquella, qué comportamiento profesional capta de los comunicadores; definir la imagen que se hacen de los comunicadores grupos sociales, instituciones y aquellos a quienes los comunicadores sirven profesionalmente; sirve, también, establecer cómo se consideran a sí mismos los profesionales de la comunicación y cómo son considerados por las asociaciones de profesionales en que se hallan integrados, y definir la actividad que socialmente realizan, las funciones y roles que se les atribuyen y reconocen.

Puesto que las representaciones sociales son productos colectivos y adquieren objetivación social a través de diversos *símbolos, materializaciones y manifestaciones*; indagar sobre la representación social del comunicador requiere indagar sobre imágenes sociales que se proyectan, materializan y objetivan de modos específicos. Deben ser objeto de exploración las representaciones de los comunicadores y de sus prácticas, entre quienes les emplean. Estos elementos, asociados a la representación social del comunicador deben considerarse como unidades de análisis, junto con los comportamientos profesionales de grupos de profesionales de la comunicación existentes (Ver Cuadro No.2).

Cuadro No. 2: Unidades de análisis ligadas a la representación social del comunicador.

1. Forma en que la sociedad considera a la profesión:	1.1 Imagen formada del comunicador. 1.2 Comportamiento profesional que capta de él.
2. Imagen que se hacen del comunicador	2.1 Grupos sociales organizados. 2.2 Instituciones legalmente constituidas. 2.3 Aquellos a quienes sirven los comunicadores
3. Forma en que son considerados comunicadores	3.1 Por los mismos comunicadores. 3.2 Por las asociaciones profesionales a que pertenecen.
4. La actividad social, roles y funciones del comunicador.	4.1 Actividad, roles y funciones que se les atribuyen. 4.2 Actividad, roles y funciones que reconocen.
5. Imágenes que proyectan, materializan y objetivan:	5.1 Al comunicador. 5.2 A sus prácticas.
6. Comportamientos profesionales	6.1 De grupos profesionales de la comunicación en sus ambientes.