

El trabajo que a continuación se desarrolla fue presentado en el I Congreso Virtual "La tesis. Recorridos conceptuales por el campo de la comunicación", evento realizado por la cátedra Seminario Permanente de Tesis de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP del 30 de mayo al 10 de junio de 2005.

En el congreso los alumnos reflexionaron sobre el estado de la cuestión en cada uno de los temas en que iniciaban sus respectivos proyectos de tesis, por esto nos parece necesario destacar que las lecturas realizadas y las conceptualizaciones vertidas en cada ponencia corresponden a una primera aproximación a los antecedentes y al estado del arte respectivo, con lo cual el corpus relevado por cada trabajo no deberá tomarse como exhaustivo.

Comisión Editorial

EL SABER-HACER DEL COMUNICADOR SOCIAL

Carla Carmody

María Sol Nisii

Carolina Platero

Universidad Nacional de La Plata

carlacarmody@hotmail.com

solnisii@yahoo.com.ar

caroplatero@hotmail.com

La distancia existente entre rol del planificador comunicacional construido y legitimado por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, y la práctica profesional concreta de sus egresados; es un tema hasta el momento inédito. No ha sido abordado directamente en investigaciones de carácter científico de la misma Facultad.

Si bien cuenta con algunos antecedentes en diferentes investigaciones que abordan la temática de la inserción laboral de los graduados de la institución, esto no es pertinente ya

que nos interesa en este punto trabajar acerca del estado del arte de nuestra investigación. O sea todas aquellas voces autorizadas que hayan realizado trabajos de rigor científico acerca de cuestiones que estén asociadas a la temática del rol del planificador.

Como punto de partida para del estado del arte nos parece fundamental retomar algunas de las cuestiones planteadas por el Plan de Estudios 1998 de la Facultad [1] , ya que creemos que en el mismo se trazan los principales lineamientos acerca de la construcción que hace la facultad sobre el rol del futuro profesional.

Según este Plan el Licenciado en Comunicación Social con orientación en Planificación Social “está capacitado para elaborar prácticas comunicacionales en diferentes dimensiones y a través de distintos espacios sociales, culturales, políticos, institucionales, tecnológicos e interdisciplinarios”. Afirmar también que esta actividad puede ser llevada a cabo en cualquier tipo de ámbito gubernamental, no gubernamental, con o sin fines de lucro. Desde esta perspectiva se plantea a un sujeto productor de comunicación dotado de capacidad crítica, productiva y creativa para desenvolverse frente a los problemas de comunicación existentes, capaz de modificar la realidad.

Consideramos que esta propuesta, teniendo en cuenta que la carrera es relativamente nueva, intenta dar forma y establecer el posible campo profesional y el ámbito de incumbencia del comunicador, pero que en este intento, justamente por tratar de dar respuesta a la amplitud del campo posible, termina por ser ambigua en la definición del rol. Con esto queremos decir que las tareas enunciadas podrían ser las mismas que las de cualquier disciplina social, con la salvedad de la perspectiva comunicacional.

En este sentido creemos que aún en el principal documento de la Institución formadora de Comunicadores Sociales el rol del mismo no es claramente definido. Esto genera un alto nivel de incertidumbre en los futuros profesionales para establecer las posibles prácticas de su desempeño laboral.

La Comunicación Institucional

Algunos autores como Borrini, comienzan definiendo la especificidad de la comunicación institucional más que la del profesional de la comunicación. En este sentido, plantean que la comunicación de las empresas comenzó con la publicidad, luego se sumaron las relaciones públicas, también la comunicación interna, y por último, el diseño gráfico. Durante mucho tiempo las cuatro funcionaron aisladamente, sin mucha conexión entre sí; recién a fines de la década del 80 comenzaron a integrarse y potenciarse mutuamente en lo que hoy se conoce como comunicación corporativa o institucional. A raíz de esto Borrini propone que el comunicador institucional es un profesional capacitado para aunar las funciones de las cuatro herramientas básicas, partiendo de la identidad de la empresa, con el objetivo estratégico común de velar por la imagen de las empresas en conjunto.

Esta construcción del perfil del comunicador responde al ámbito del sistema productivo, dejando por fuera otros espacios de incumbencia del comunicador, como por ejemplo las políticas públicas.

Continuando con su desarrollo el autor explica que la labor del *Dircom* es la gestión de la comunicación institucional, seguida de las relaciones institucionales y gubernamentales. Es el responsable de la política de comunicación y las relaciones institucionales, gestiona y desarrolla las políticas y estrategias de comunicación desde una perspectiva global y está vinculado directamente con la cúpula directiva de la organización.

El Director de Orquesta

El planteo del *Dircom* lo desarrolla más exhaustivamente Joan Costa, autor al cual acudimos buscando justamente una definición más precisa acerca del rol a desempeñar por los comunicadores. En su texto "La comunicación en acción" este autor -luego de un recorrido histórico a través del *management*

en Europa y en Estados Unidos, y de plantear las diferencias existentes entre ambos en el proceso de evolución de este concepto- plantea algunas ideas sobre el lugar que el comunicador ocupa hoy en las organizaciones.

Ante el "boom" de la comunicación -en que la misma adquirió un interés inaudito (interés despierto a partir de nuevas necesidades)- es que se comienza, según plantea el libro, a preconizar la necesidad de integrar las comunicaciones en una acción unitaria de todos los recursos comunicativos. Es esta necesidad la que plantea la urgencia de un "director de orquesta" (metáfora del comunicador) que coordine todas las formas y recursos de comunicación para proyectar un mensaje único, una única voz y una imagen única.

Aparece así la figura del gestor de las comunicaciones como alguien que se impone ante una necesidad inédita de las empresas de una comunicación estratégica. Es en este proceso de dotación de sentido a través de la comunicación, que las empresas no sólo comienzan a comunicar lo que deciden y planifican, sino también empiezan a trabajar sobre otras cuestiones internas como la cultura corporativa.

En este contexto se plantea que la estructura piramidal jerárquica fue abandonada por un nuevo sistema integrado de red donde todos sus elementos y actores están presentes interactivamente. Se comienza a ver a las organizaciones como centros emisores y receptores de señales, de información y de comunicación, diversificada, con una necesidad de orden y control sobre las comunicaciones. De esta necesidad surge el imperativo de un nuevo especialista comunicador, gestor de las comunicaciones. A este "nuevo gestor" se le da el nombre de director de comunicaciones (*Dircom*). Siendo las responsabilidades del mismo "comprender el funcionamiento y la cultura de la empresa, y entender el proyecto corporativo, el plan estratégico, para participar en él y hacerlo comunicable".

[2]

Sin embargo más allá de la gran utilidad que nos brinda este autor para analizar el rol del comunicador en las organizaciones, no perdemos de vista que el mismo habla desde una realidad que no es la de la Argentina. Si bien no

negamos el proceso de globalización mediante el cual pareciera que el modelo de *management* a la europea puede ser aplicado en nuestro país.

La idea del comunicador como *dircom*, -ubicado en la cúpula directiva de la organización, que dirige no sólo el proyecto de comunicación sino que además se ocupa de mantener la unidad de la misma- nos parece desde nuestra posición actual utópica.

Es claro que algunas organizaciones (sobre todo las transnacionales) puedan llegar contar con este tipo de profesional "director de orquesta", pero creemos que en términos generales, sobre todo en nuestra realidad local, el mismo no ocupa un lugar de tanta injerencia, tan significativo.

Teniendo en cuenta la crisis coyuntural de nuestro país que hace que las organizaciones muchas veces tengan que atender a necesidades más urgentes para su sobrevivencia, olvidando o dejando de lado la comunicación, creemos que la propuesta del autor es desmesurada.

El Hombre Orquesta

Desde una perspectiva más local, hablando desde Latinoamérica, el autor Gonzáles Almaguer [3] intenta dar respuesta a la pregunta de cuál es el rol del comunicador. Con este propósito plantea que ante la inseguridad laboral que azota nuestras regiones (escribe sobre la realidad de México, similar a la de la Argentina), frente a la flexibilidad laboral y el incremento de la incertidumbre, se indagan las características que nos definan como comunicadores, buscando una imagen que nos permita presentarnos ante la sociedad con un perfil fácilmente comprensible. Para lograr este perfil que permita ubicar cuál es la labor del comunicador propone una serie de metáforas en las que lo equipara por ejemplo a un médico, un terapeuta, un sastre, un deportista, un administrador de conflictos, confesor de los secretos de la empresa, sujeto de creación, para plantearlo finalmente como el director de información estratégica de negocios.

Una vez más nos encontramos ante un texto ambiguo donde se piensa al comunicador como un sujeto multifunción, ya no se usa la metáfora del director de orquesta sino que pareciera ser directamente “el hombre orquesta”. El autor lo propone como ejecutor de tantas y tan diversas funciones que no se puede concebir cuál es su función real. De esta forma sigue sin develarse cuál es la especificidad del rol del comunicador.

En este mismo sentido nos encontramos frente al trabajo realizado por Sánchez Gutiérrez quien intentando dar respuesta al mismo interrogante plantea que “el conjunto de responsabilidades y actividades de cada comunicador organizacional es diferente, como diferente es cada organización respecto a todas las demás”. Plantea también que el cometido principal del comunicador es ayudar a que los demás cumplan con sus responsabilidades de comunicar. Si bien coincidimos en que el trabajo realizado por el profesional debe responder a las particularidades de la organización en la que se encuentra, creemos que ayudar a comunicar no es la definición más exhaustiva que se pueda dar de la labor del comunicador.

Reafirmando esta falta de rigurosidad a la hora de definir la competencia del comunicador el autor plantea que “de hecho, la gama de actividades en las que puede incidir el trabajo del responsable de la comunicación organizacional en lo relacionado con la producción y distribución de mensajes es casi tan amplia como la gama de actividades que abarca la organización misma”.

Si bien este autor plantea una serie de ítems con “actividades” que desarrolla (o debe desarrollar) un comunicador dentro de una organización no consideramos que el mismo llegue a una definición más específica.

El Científico Social

Los autores mencionados anteriormente, más allá de las críticas particulares a sus respectivas propuestas y de las

diferencias que puedan existir entre ellos a la hora de definir el rol del comunicador, comprenden de igual manera al comunicador como profesional. Pero ninguno de ellos hace hincapié en la formación académica de los mismos. Si bien algunas cuestiones ya han sido atendidas cuando se trabajó el Plan de Estudios 1998 de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, nos parece interesante analizar algunos textos de Washington Uranga, titular del taller de Procesos Comunicacionales de la misma Institución.

Este material cobra mayor importancia si tenemos en cuenta que dicho taller es el primero que debe cursar el alumno del ciclo superior, habilitante para cursar el resto de los talleres de la orientación. Por este motivo creemos que los textos acerca del rol del comunicador editados por su titular son fundamentales para nuestra investigación.

Con respecto a este tema se plantea que la formación académica que se brinda a los comunicadores supone diversos -y hasta en algunos casos contradictorios- modos de concebir el sentido ético social y práctico del comunicador. Estos sentidos inciden decisivamente en la inserción profesional de los egresados e implican también un posicionamiento frente a las demandas de la sociedad y del propio mercado laboral. El resultante de estos posicionamientos no es siempre coincidente con las demandas de la sociedad y del mercado laboral, lo que redundará en una tensión permanente con resoluciones distintas según los casos.

Está claro que la comprensión del quehacer profesional de los comunicadores está marcada por el viejo oficio del periodista. Sin embargo, esta concepción ha sido ampliamente superada. También porque desde otras disciplinas afines, como la sociología y la antropología, se incursiona en los fenómenos de la comunicación, mediáticos y no mediáticos, para comprender y desentrañar lo que ocurre en el escenario social contemporáneo. El juego de las significaciones en la construcción de las relaciones sociales, trama de la vida cotidiana atravesada por el espacio de la interpretación / significación del sistema masivo de medios, los recursos y los medios de comunicación incorporados con habitualidad a la vida

de las personas, se han transformado en objeto de estudio de diversas disciplinas. Se está produciendo todavía una suerte de trasvasamiento, cruce interdisciplinar e integración transdisciplinar.

La profesión del comunicador se constituye hoy como una labor profesional en el campo de las ciencias sociales que complejiza el campo periodístico que fue su punto de partida. No sólo quienes trabajan en los medios son comunicadores, sino también aquellos que, sirviéndose de las herramientas y los recursos propios de la comunicación, son capaces de hacer contribuciones a la vida de los grupos, las empresas, las comunicaciones y las organizaciones.

Se trata del reconocimiento de que la comunicación está hoy presente en las más diversas formas, en la construcción del escenario y de las prácticas sociales. Por ese mismo motivo es imprescindible contar con saberes, herramientas y técnicas que permitan reconocer cómo lo comunicacional se constituye en ese espacio y cómo colabora en la construcción de las relaciones entre los distintos actores, individuales y colectivos.

[4]

Esta es la primera propuesta que se ocupa de la cuestión de la formación académica de los profesionales. Además comienza a configurar el campo laboral del comunicador y a discriminarlo de la labor periodística con la que tantas veces es vinculado. Despegándose del sentido común que enlaza la comunicación directamente a los medios, la plantea como una disciplina social.

Es en este sentido que el mismo autor lo plantea como un científico social que, asumiendo que lo comunicacional es parte integrante e inseparable de las prácticas sociales contemporáneas pone sus habilidades al servicio de la gestión, desarrollando estrategias comunicacionales (o de comunicación) que abarcan tanto el nivel de las relaciones (que incluyen acuerdos y tensiones en función de los objetivos), como de los medios y las producciones. [5]

El Planificador Comunicacional

A partir de la indagación realizada para poder elaborar el estado del arte nos encontramos frente a la realidad de que el corpus teórico que aborda la temática elegida no es demasiado amplio, sobre todo en lo que se refiere a nuestro país. En primer lugar una gran batería de textos se desarrolla sobre el *management* europeo y norteamericano, planteando un rol profesional que en nuestro contexto particular pareciera no tener cabida. La idea del *Dircom* (concepto central de estas corrientes) se considera un horizonte lejano desde nuestra realidad.

Por otra parte, los textos latinoamericanos que abordan la problemática son más ambiguos y no terminan por definir realmente la especificidad de los comunicadores. Ambos planteos se acercan al asunto desde la idea de la ejecución de la actividad laboral tan amplia y abarcativa que termina por ser utópico o indefinido.

Además en ninguno caso se observa una verdadera preocupación por la formación académica de dichos profesionales. Se puede pensar que esto tiene que ver con la poca trayectoria que la carrera tiene. Muchas veces los estudios estuvieron principalmente ligados, en los países centrales, al marketing y la publicidad, siempre más enfocados desde la mirada del sector productivo.

En la actualidad se entiende la comunicación como una disciplina de las ciencias sociales, y por lo tanto la intervención de los profesionales tiene relevancia en los procesos sociales. Esto implica una ampliación del campo de acción de los planificadores comunicacionales y una necesaria revisión de cómo se vincula esta nueva formación académica con la práctica profesional.

[1] Plan de Estudios 1998. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. Secretaria de Asuntos Estudiantiles.

[2] Joan Costa. La Comunicación en acción. Material Taller de Planificación en Sistemas Productivos. Fac. de Periodismo y Com. Soc. UNLP. 2004

[3] Gonzáles Almaguer. Material Taller de Producción de Mensajes. Fac. Periodismo y Com. Soc. UNLP. 2004

[4] Washington Uranga y Daniela Bruno. "Formación Académica e imaginarios profesionales del comunicador y del planificador de procesos Comunicacionales". Material Taller de Planificación en Procesos Comunicacionales. Fac. Periodismo y Comunicación Social. UNLP. 2003

[5] Washington Uranga y Daniela Bruno. Material Taller de Planificación en Procesos Comunicacionales. Fac. Periodismo y Comunicación Social. UNLP. 2003