

Nuevos roles y responsabilidades del comunicador social

Eje 2

Problemáticas y desafíos regionales en contextos de desigualdad y dominación

Autora

María Valeria Ponce

Institución

Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

Juego de roles

A medida que pasan los años más convencida estoy como profesional de la comunicación, y también como persona que la comunicación es un juego de roles complejo y en permanente cambio.

Es por ello, que en ciertas oportunidades, convengamos que en la mayoría, el comunicador debe hacer uso de su saber profesional pero también de sus percepciones y experiencias propias para saber participar del juego que nos plantea la comunicación.

El rol del comunicador tiene relación con aquello que existe, con lo real en una situación comunicacional dada, pero también con ese escenario futuro que puede construirse desde el presente.

Las prácticas sociales pueden transformarse en la medida que nos planteamos que hay posibilidades de cambio y que actuamos en coherencia para concretar esa transformación.

Como dice Massoni *“la comunicación tiene que ser pensada hoy desde el encuentro y la diversidad sociocultural, desde el cambio y la transformación.”*¹

En varias oportunidades, nos encontramos con propuestas de comunicación que establecen que *“en un mundo lineal hay una continuidad preestablecida, principio, medio y fin. Hay un narrador centrado. Hay circuitos de distribución que pueden preverse y proveerse. Está claramente definido quién emite y cuál es el lugar asignado a cada componente. La tarea del comunicador se corresponde entonces principalmente con crear productos que logren hacer llegar a los destinatarios aquellos datos que se ha identificado previamente que les faltan. Es ésta una concepción reducida de la comunicación, que está centrada en los significados transmitidos.”*²

¹ Massoni, Sandra. Desafíos de la comunicación. www.pagina12.com

² Ídem

En la realidad sabemos desde nuestras prácticas laborales que la comunicación “es un fenómeno considerablemente más complejo y esto se hace evidente en el palpitante entorno inestable, todo el tiempo transformándose, en el que hoy nos movemos. Es evidente que si se pretende abordar este escenario, la dimensión informativa no resulta suficiente.”³

Entonces, la pregunta que surge es: cómo evitamos caer en la reducción de la comunicación lineal y sostenida del circuito emisor- mensaje -receptor, donde no entran en juego conceptos como la diversidad, el diálogo, y la construcción y la deconstrucción sobre qué hacemos y cómo intervenimos en las prácticas sociales.

Es el momento de comenzar a pensar que generar un espacio de diálogo es mucho más que dejar a un destinatario satisfecho con un producto comunicativo, sino que debemos construir espacios que nos permitan “la constitución de un cambio social conversacional”⁴.

Ante el complejo escenario que se nos presenta es necesario referirnos sobre la tarea del comunicador a partir de acuerdos mínimos a partir de los conceptos de comunicación desde el que se hacen lectura sobre las prácticas sociales.

“Ser comunicador en esta sociedad, altamente compleja y tecnológicamente desarrollada, es jugar el papel de facilitador del dialogo público en el espacio público. Su rol es ser el articulador de saberes presentes, no siempre comunicados ni conocidos, entre actores diversos y plurales.

La labor de los comunicadores supone también un compromiso político con la sociedad en la que están insertos y con los actores que en ella se constituyen. No se trata de un compromiso partidario, con una mirada reduccionista sobre lo político, sino de un aporte a la construcción del bien común”⁵.

³ Ídem

⁴ Ídem

⁵ Uranga, Washington. El cambio social como acción transformadora. En “Comunicar para el cambio social.”

El comunicador mediado

Entendemos que todas las prácticas sociales están atravesadas por instancias de comunicación. Nos comunicamos mientras somos y hacemos, construimos, avalamos y refutamos. Permanentemente la comunicación marca sustancialmente nuestra cotidianidad.

“El abordaje de los procesos sociales desde la comunicación implica situar su estudio en el terreno de la cultura. Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de tecnologías.

El sujeto es hablado por la cultura de su tiempo, de su historia, de su espacio: sujeto expresado a través de una puesta en escena en la vida social. Los sujetos involucrados en dichas prácticas aparecerán entonces atravesados por dimensiones contextuales culturales, históricas, económicas, sociales y jurídicas”⁶.

“La comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación de normas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. De este manera podemos decir que “la comunicación se define por la acción” porque es “a través de nuestras acciones (que) vamos configurando todos de comunicación”. Pero, al mismo tiempo, “la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción”.⁷

En este sentido, el comunicador además de estar inmerso en situaciones comunicacionales de la vida diaria, también trabaja generando estrategias y genera una mirada disciplinar sobre el entorno donde se desenvuelve.

⁶ Uranga, Washington. Planificación y gestión de procesos comunicacionales. Una propuesta académica con la mirada puesta en las prácticas sociales.

⁷ Uranga Washington. Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales.

Una mirada que significa trabajar desde una perspectiva epistemológica, desde donde generar un modo de conocimiento de la realidad y la sistematización de saberes que contribuyen a la comprensión y análisis de las prácticas sociales.

“Desde esta perspectiva, la realidad no puede ser vista como algo estructurado, objeto cerrado. Por el contrario, es una materia prima estructurable, a la cual hay que darle forma, construirla, a partir de la elección de presupuestos teóricos y de los métodos y técnicas más adecuados para acceder a la información que permita responder a las preguntas y demandas que surgen de las prácticas en las organizaciones y en los espacios sociales”⁸.

El objeto de estudio del comunicador, es siempre histórico y en permanente cambio, se modifica por la propia mirada disciplinar.

Desde la comunicación, que intenta dar una mirada propia de la realidad, se produce una construcción colectiva del conocimiento. Los actores sociales se empoderan del conocimiento, y desde sus propios saberes colectivos transforman su realidad desde el presente.

En palabras de Maria Cristina Mata, el comunicador realiza su tarea inmerso en un *“doble objeto, en suma: algo que nos constituye -y que por tanto sería tan vital como el respirar- pero algo que se nos convierte en trabajo, actividad en la que invertimos esfuerzo, ideas, herramientas y de la que esperamos resultados”⁹.*

La labor del comunicador está enmarcada en un proceso complejo y de permanente cambio. Entonces, debe tener la capacidad de comprender que la comunicación es más que un proceso de transmisión de significados que se realiza desde un emisor a un receptor utilizando algún tipo de canal, sino que su mirada debe reconocer que distintos sujetos pueden funcionar como emisores, y que además pueden estar inmersos en conflictos, situaciones de diálogo, diversidad cultural, etc.

⁸ Uranga Washington. Planificación y gestión de procesos comunicacionales. Una propuesta académica con la mirada puesta en las prácticas sociales.

⁹ Mata, Maria Cristina. Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva.

*“Un eje sustancial lo constituye, en ese sentido, la consideración de las prácticas comunicativas como espacios de interacción entre sujetos en los que se verifican procesos de producción de sentido. Los emisores ya no transmiten unos mensajes significados elaborados en virtud de un instrumento neutro- el código que son recibidos y decodificados más o menos adecuadamente por los receptores en función de su utilización equivalente del mismo instrumento”.*¹⁰

Si retomamos la teoría del discurso que propone Eliseo Verón, entendemos que *“un discurso, producido por un emisor determinado en una situación determinada, no produce jamás un efecto y uno solo. Un discurso genera, al ser producido en un contexto social dado, lo que podemos llamar un campo de efectos posibles”*¹¹. En esta línea, el comunicador deberá comprender y analizar el discurso social, aunque no pueda *“deducir cuál es el efecto que será en definitiva actualizado en recepción.”*¹²

Conocer las reglas del juego del lenguaje, permitirá armar estrategias, generar diálogos, comprender las lógicas de funcionamiento de las prácticas sociales de determinadas situaciones comunicacionales, para ello, el comunicador debe hacer una lectura sobre la trama de sentidos que lo rodea.

Entender que los emisores entablan unas relaciones y no otras; y que a la vez, producen unos mensajes para los que buscan aceptación, adhesión, consumo. *“(…) obliga a ejercer verdaderas estrategias de anticipación”*¹³, de parte del comunicador.

“Estamos hablando de la comunicación como interacción social. Mediante la comunicación se construye una trama de sentidos que involucra a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, en un proceso de construcción también colectivo que va generando claves de lectura comunes, sentidos que configuran modos de

¹⁰ Ídem

¹¹ Ídem

¹² Ídem

¹³ Ídem

entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura¹⁴”.

En este sentido, el comunicador tiene que tener la destreza de analizar los momentos en que se producen los intercambios de saberes y experiencias de los distintos actores sociales. Comprender que en el juego del lenguaje se producen acuerdos mínimos, que surgen de la negociación entre los actores involucrados, que producen el intercambio.

En este proceso, intervienen los medios de comunicación, Uranga dice que *“la proliferación de medios emisores en los que se construye sin dudas un discurso cada vez más univoco aunque ilusoriamente particularizado implica, de todos modos, una alta segmentación de los públicos y los consumos culturales¹⁵”.*

Ahora bien, la pregunta es: cuál es nuestro rol ante este contexto de proliferación de los medios masivos de comunicación y su construcción de la realidad, como legitimador predominante del acontecer diario.

Tratando de vislumbrar una respuesta, y coincidiendo con lo que propone Mata, el comunicador tendrá la tarea de interpretar y comprender desde su disciplina y otros saberes la realidad en la que está inmerso.

Debemos asumir que pertenecemos y que somos parte de ese campo cultural que atraviesan los medios. Aunque ello no debe restringirnos de tener una mirada crítica y reflexiva sobre las relaciones que se establecen para poder transformar y provocar un cambio a partir de nuestra intervención.

Estas relaciones se enmarcan en una cultura atravesada por conflictos y contradicciones, y es allí donde el comunicador tendrá que intervenir.

¹⁴ Uranga, Washington. Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales.

¹⁵ Ídem

El comunicador tendrá que comprender para transformar. Al intervenir en las prácticas sociales el comunicador se constituye en un articulador de saberes y prácticas, es un mediador que transforma y se transforma, porque se deja atravesar por lo sentidos que allí se generan, pero que a la vez tiene que ser consciente de que posee un saber.

Cuando intervenimos nos implicamos inevitablemente porque somos parte del proceso sobre el que estamos actuando. Transformamos porque participamos de su propia dinámica. Así el comunicador es animador del espacio público, articula los saberes y las prácticas de los diferentes actores.

En palabras de Claudia Villamayor, *“la comunicación como perspectiva pero también como dimensión de prácticas sociales se vuelve constructora de un paradigma de intervención social complejo en donde el equipo de facilitadoras o facilitadores promueve sentido social al coordinar procesualmente el diálogo de saberes para la toma de decisiones.*

El aplicarlo en términos transformadores nos permite crear condiciones para que se expresen y decidan su destino desde las identidades culturales y/o sujetos que intervienen en una práctica social concreta. Emerge su modo de escribir el mundo, su modo de aspirar al cambio, su modo de generarlo y de construirlo”¹⁶.

El comunicador debe articular y mediar a través de sus habilidades y experiencias los conflictos, las necesidades e intereses, las distintas formas de comprender y mirar el mundo de los actores sociales. Tendrá la necesidad de articular las diversas miradas interdisciplinarias para intervenir en el entramado social que constituyen las prácticas sociales. Para ello, es imprescindible reconocer el punto de partida de nuestro escenario, comenzar a generar espacios ordenadores, sabiendo que convivimos con la diversidad y la pluralidad.

¹⁶ Villamayor, Claudia. La comunicación como perspectiva y como dimensión de los procesos sociales. Una experiencia de participación en las Políticas Públicas. PSA FORMOSA

Bibliografía consultada:

Massoni, Sandra. **Desafíos de la comunicación.** www.pagina12.com.

Mata, María Cristina. **Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva.** CCE La Cruzía

Mata, María Cristina. **Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación.** www.comminit.com/la

Villamayor, Claudia. **La comunicación como perspectiva y como dimensión de los procesos sociales.** Una experiencia de participación en las Políticas Públicas. PSA FORMOSA. www.alaic.net/ponencias

Uranga Washington. **Planificación y gestión de procesos comunicacionales.** Una propuesta académica con la mirada puesta en las prácticas sociales. FPyCS, La Plata. 2001

Uranga Washington. **Mirar desde la comunicación.** Una manera de analizar las prácticas sociales. www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga

Uranga, Washington. **Comunicación, poder y política.** www.pagina12.com.ar/diario/elpais

Uranga, Washington. **Prospectiva estratégica desde la comunicación. Una propuesta de proceso metodológico de diagnóstico dinámico y planificación.** Buenos Aires. Mayo 2008.

www.catedras.foc.uba.ar/urnaga/prospectiva_comunicacion_mayo_08.doc