

La Comunicación: Ciencia u Oficio

*José A. Mayobre M. **

Resumen

Se presenta una reflexión originada en las aulas de clase y con la participación de los estudiantes sobre la práctica profesional de la comunicación social. La función del comunicador social es en primer lugar un oficio, pero no puede ser sólo un oficio, pues implica una enorme responsabilidad que requiere conocer y manejar, más allá de la técnica, un cuerpo doctrinal metódicamente formado y ordenado, por lo que en este sentido la comunicación constituye también una ciencia.

Abstract

In this text, a reflection on the professional practice of social communication originated in the classrooms with the participation of the students is presented. The social communicator function is, firstly, an occupation, but it can not be only an occupation, because it implies a huge responsibility which requires to know and handle, beyond mere technical means, a "doctrinal corpus methodically formed and ordered"; therefore, communications is also a science.

Résumé

Cet article est le fruit d'une réflexion menée en classe avec les étudiants sur la pratique professionnelle de la communication sociale. La fonction du communicateur est en premier lieu un travail pratique mais ne peut être entendu seulement comme tel en raison de l'énorme responsabilité que suppose la reconnaissance et la manipulation —au delà de l'utilisation des techniques— d'un "corpus doctrinaire formé et ordonné de façon méthodique" qui fait de la communication sociale également une science.

* Profesor de la Cátedra "Información internacional" en la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

Para esta sesión, habíamos acordado discutir el dilema aparente que se plantea en relación a si la comunicación es un oficio o una ciencia. Para esto, cada uno de los grupos de trabajo en que se ha dividido este curso abordaría internamente el tema y traería a la clase algunas conclusiones o, más modestamente, algunas apreciaciones y sugerencias al respecto.

Antes de pasar a ese debate me gustaría compartir con ustedes algunas reflexiones generales sobre el tema que —si bien las formulo aquí por primera vez— son desde luego el resultado de casi toda una vida dedicada al estudio y práctica de la comunicación y por lo tanto, inevitablemente, de un cuestionamiento continuo y permanente sobre lo que somos los comunicadores profesionales, por qué lo somos, cómo lo somos y en especial, con qué efectos lo somos.

Creo que es buen momento para esta reflexión, además, porque ya hemos tenido al menos un pequeño lapso de tiempo para conocernos y para conversar sobre algunos elementos, definiciones y paradigmas básicos de la comunicación, tal como se la entiende académicamente y que es como debemos necesariamente abordarla en esta cátedra.

Dije al principio que la discusión se refería más bien a un “dilema aparente” y lo reitero, porque a mi entender esta diferenciación es rebuscada y la comunicación es, al mismo tiempo, ciencia y oficio. Pero es también —simultáneamente— una función natural, una función social, un arte y una vocación. Y esta última característica, la vocacional, implica también que es —necesariamente— una posición ante la vida que conlleva enormes satisfacciones pero igualmente muchos riesgos, frustraciones y, finalmente, una inmensa responsabilidad para con nuestra sociedad y para con nosotros mismos.

II

Vamos a tratar de aclarar todo esto en alguna medida.

La comunicación es, primero que nada, una función natural de todos los seres vivos. De diversas maneras, algunas todavía inexploradas e incomprensibles, todos —hombres, animales, plantas, cosmos— nos comunicamos. Nos comunicamos tanto entre las especies como de una especie a otra. Es esa comunicación —y sólo esa comunicación— la que nos permite de diversas maneras sobrevivir y hasta progresar.

En el caso específico del ser humano, comenzamos a comunicarnos desde antes de nacer. De diversas maneras, el hablar de una madre o su caricia al feto que carga en el vientre constituyen un proceso de comunicación que según algunos psicólogos afectará posteriormente al ser.

El niño confirma su existencia con el primer llanto que anuncia su llegada a este mundo. De ahí en adelante con ese mismo llanto, en diversas

modalidades que tendrán diferentes significados, con la risa, con el gesto de afecto, de miedo, de ternura o de rechazo, posteriormente con la palabra, reafirmaremos nuestro ser y nuestra identidad. Crearemos nuestros propios códigos y aprenderemos los de otros. Concertaremos lenguajes comunes para poder entendernos.

Nos estaremos comunicando.

Lo que somos. Lo que creemos. Lo que sabemos. Lo que sentimos. Lo que tememos. Todos eso es comunicación. Es su producto y es su reflejo. Es lo que nos caracteriza como seres vivos y, en nuestro caso, como seres humanos.

La comunicación es pues una función tan natural —y tan esencial— como respirar, como comer, como temer o como amar. Las expresiones gestuales, más ampliamente la expresión corporal, que a veces se nos escapan son también formas naturales de comunicación.

Y la comunicación es también una función social. Sin procesos y mecanismos de comunicación, una sociedad —en cualquiera de sus formulaciones— no puede existir. El hombre es por naturaleza un ser social. Sólo puede sobrevivir y progresar apoyándose en otros seres similares a él y siendo solidario con ellos. Para lograr esto necesita asociarse con ellos y para hacer esto tiene que comunicarse. Es decir, poner en común lo que se tiene, lo que se quiere y lo que se sueña.

Las instituciones, la historia, los mitos, las creencias, los sueños, las metas de todo hombre y de toda sociedad son producto y efecto de la comunicación. La comunicación nos da nuestra identidad y nos fija nuestros paradigmas y nuestros ideales. Una sociedad es una comunidad. Y una comunidad implica una comunicación.

La comunicación humana es entonces un fenómeno natural al hombre y la comunicación social es inherente al proceso de agrupación de los seres.

III

Todo conglomerado social se define por la asociación de sus integrantes para apoyarse, defenderse, ayudarse y —finalmente— plantear objetivos e ideales comunes a alcanzar.

Así, la sociedad crea los mecanismos que necesita para comunicarse de manera eficiente y en ese proceso, inevitablemente, asigna también a algunos de sus miembros la tarea de elaborar y asegurar esa comunicación.

La música, la poesía, los ritos, desde luego la historia y las religiones son todas formas de comunicación social que requieren de quienes las transmiten el manejo de formas de comunicación.

Pero en tanto que la sociedad humana se ha hecho más grande, más compleja y más extendida en el tiempo y en el espacio, esa labor de comunicar se ha hecho también proporcionalmente más compleja y más especializada. Surge así, inevitablemente, la figura especializada del comunicador profesional.

Y ese comunicador profesional se va convirtiendo a su vez, y cada vez más, en el presentador e intérprete de la "realidad" y al hacer eso —de diversos modos— se va convirtiendo igualmente en el creador de esa realidad.

En esa creciente complejidad de la sociedad, se crean y desarrollan también los instrumentos artificiales que permiten al comunicador profesional alcanzar mejor y con más claridad a las audiencias y se crean las tecnologías que dan pie a la aparición de los medios de difusión masiva de informaciones.

La sociedad, inicialmente, crea los medios de comunicación que necesita para organizarse, consolidarse, crecer y prosperar. Los moldea a su imagen y semejanza. En la medida en que crece, sin embargo, y se hace más compleja, más depende de esos medios de comunicación para poder funcionar y en esa misma medida son entonces esos medios los que comienzan, ellos, a moldear a su imagen y semejanza a la sociedad. El monstruo del Doctor Frankenstein cobra vida.

La responsabilidad de controlar de alguna manera a ese monstruo para que no se desboque, para que cumpla una labor constructiva y no destructiva corresponde al comunicador profesional. Ese comunicador profesional enfrenta entonces primeramente la obligación de conducir eficientemente al monstruo y para ello debe conocer sus posibilidades y sus limitaciones.

La profesionalidad del comunicador se va igualmente ampliando y especializando al abrirse nuevas formas de comunicación y al aparecer nuevas y más elaboradas tecnologías para comunicar. Las diferencias entre las diversas ramas se hacen mayores y más complejas. La práctica de la difusión masiva de informaciones se convierte en una industria altamente tecnificada donde el producto final —el mensaje— es resultado de la labor conjunta y coordinada de un equipo y no del esfuerzo de un individuo, por muy dotado que éste sea.

Así, si la comunicación es una función natural del hombre y una función social en el conglomerado, la función del comunicador profesional se hace en primer lugar un oficio.

Es un oficio en cuanto es una ocupación habitual que requiere de ciertas destrezas, técnicas y habilidades específicas dentro de un campo relativamente delimitado y que utiliza instrumentos de trabajo generalmente peculiares a esa actividad particular.

El oficio del comunicador es transmitir información. Poner en común conocimientos, experiencias, ideas y opiniones que permitan a otros

formarse una idea fiel y acertada de una o más realidades. En ese proceso de transmisión, el comunicador tiene inevitablemente que recopilar, analizar, seleccionar, interpretar, sintetizar y procesar enormes cúmulos de información que deberá convertir en un reflejo válido, creíble y cierto de lo que ha observado.

Su papel asignado es el de intérprete de la realidad y en ese sentido, al interpretarla para quienes sólo la conocerán a través de él, también la crea y, al crearla, la legitima.

La responsabilidad de recrear e interpretar esa realidad obliga entonces al comunicador profesional a buscar siempre la más alta fidelidad en el esbozo de lo que transmite, y ello implica el conocimiento detallado y preciso de los instrumentos, mecanismos y técnicas con los que cuenta para retratar fiel y honestamente lo que desea o debe dar a conocer.

Esa obligación profesional de conocer y utilizar adecuada y eficazmente los instrumentos del trabajo es lo que hace entonces de la comunicación profesional un oficio y una carrera técnica. Pero esto no es suficiente y el comunicador profesional debe ir más allá de lo puramente técnico.

Al mismo tiempo, por la misma y enorme responsabilidad que implican sus funciones, la comunicación profesional no puede ser sólo un oficio. Es y debe ser también una ciencia.

La comunicación es una ciencia en tanto que ya actualmente, cumpliendo con las definiciones de la Real Academia de la Lengua, es "un cuerpo de doctrina metódicamente formado y ordenado, que constituye un ramo particular del humano saber" y de alguna manera implica un "conocimiento..." al menos relativamente "...cierto de algunas cosas por sus principios y causas".

Es una ciencia igualmente en cuanto que el comunicador profesional requiere de diversas maneras ese "conocimiento" de las cosas y ese "cuerpo de doctrina metódicamente formado y ordenado" para poder ejercer adecuada y responsablemente su labor.

No basta que el comunicador sepa claramente cómo comunicar algo y cuáles son los instrumentos idóneos para hacer esa comunicación de manera clara y eficiente. De hecho, eso es tan peligroso como irresponsable si no se tiene una idea cabal de "qué" se va a comunicar, "por qué" se va a hacer y qué posibles efectos tendrá esa comunicación sobre los receptores.

La ciencia de la comunicación busca entonces entender y conocer mejor las técnicas y procesos para mejorar y garantizar al máximo la fidelidad y transparencia de los mensajes que se transmiten. Busca y debe buscar al mismo tiempo el conocimiento y hasta la sabiduría que permitan asumir con claridad la selección inevitable de los mensajes que se van a transmitir y la responsabilidad de los efectos que esa transmisión produzca.

Es bueno recordar aquí que la comunicación profesional no es sólo lo que se transmite, sino igualmente y hasta tal vez más importante en muchos casos, lo que se deja de transmitir. La selección entonces de lo que se dice y por ende de lo que se deja de decir es fundamental en la profesión de comunicador, como lo es igualmente la comprensión del mosaico global que armamos con lo dicho.

IV

Y, ciencia y oficio, la comunicación es también arte. Es arte porque, siempre ateniendonos a las definiciones de la Real Academia, implica un "conjunto de preceptos y reglas necesarios para hacer bien una cosa", requiere igualmente de un "acto o facultad mediante los cuales, valiéndose de la materia, de la imagen o del sonido, imita o expresa el hombre lo material o lo inmaterial y crea copiando o fantaseando" y, finalmente, es "cautela, maña y astucia".

Comunicar bien profesionalmente requiere esfuerzo, requiere imaginación, requiere disciplina y requiere talento, elementos todos indispensables en el arte. La elaboración de un mensaje y en especial lograr su aceptación por el receptor exige llamar la atención, captar el interés y de diversas maneras entretener. Lograr eso, y lograrlo cotidianamente presupone creatividad, pero una capacidad de creación organizada y metódica.

Finalmente, la comunicación es también y por sobre todo una vocación. Comunicar profesionalmente no es fácil ni evidente. Algunos teóricos enfatizan con razón que la difusión masiva de informaciones sigue siendo un proceso unidireccional y autoritario y que los intentos por dar a esa transmisión de información un carácter dialógico no han dado resultado hasta ahora.

En ello radica precisa y posiblemente el gran reto que se enfrenta en esta profesión. En la práctica, todavía, no se es en realidad sino "transmisor de informaciones a través de medios masivos" y no "comunicador", pero la obligación, la necesidad y la responsabilidad que involucra ese transmitir informaciones obligan a que más que transmitir busquemos "comunicar".

La comunicación es entonces, más que la definición de la labor que hacemos, el reto constante que se nos plantea. Algunos "comunicadores" profesionales alcanzan cierta fama, alguna gloria e inclusive la fortuna, pero son escasos y no siempre llegan a ello por las razones adecuadas. Todos, sin embargo, de diversas maneras, tienen influencia sobre lo que ocurre en su entorno y eso es indiscutiblemente una manifestación concreta de poder.

Alcanzar ese poder requiere constancia y conocimiento. Detentar y administrar ese poder con equidad y alguna medida de sabiduría requiere vocación. Esa vocación implica igualmente que la comunicación profesional

moderna es y debe ser concebida por encima de todo como un servicio público, tal vez el más importante de todos los servicios públicos.

Por presuntuoso que pueda sonar, el comunicador profesional —que trabaja básicamente con el medio masivo— es cada vez más el responsable de la forma en que se desarrolle su sociedad y, muy en especial, en que esta evolucione.

Los medios de difusión masiva son a la vez fuente de formación y de educación continua. El niño y el adulto pasan hoy más tiempo frente a esos medios que en posiblemente casi cualquier otra actividad. Y cada vez más son esos medios los que le fijan pautas y le dictan patrones de conducta.

Se dice al mismo tiempo que el comunicador profesional tiende a la larga hacia el cinismo. Algo de eso hay. Y por eso mismo sus reservas de idealismo y de romanticismo deben ser enormes y renovadas constantemente.

Ser comunicador profesional y cargar con la inmensa responsabilidad que ello implica sobre los hombros no es fácil, ni necesariamente agradable todo el tiempo y en la inmensa mayoría de los casos no es tampoco especialmente bien remunerado. Es por ello que se requiere de una gran vocación para hacerlo y ese hacerlo, y esa vocación, implican responsabilidad, capacidad permanente de trabajo, humildad, perspectiva y sentido del humor para ejercer la profesión.