

**El comunicador representado: Aproximación a las representaciones sociales del Comunicador Social en actores sociales relevantes para el desarrollo de esta figura profesional en Cuba.**

**Autores:** Lisandra Cordero Durán, Dirección de Mercadotecnia, Cuba y Lic. Yadir González Hernández, Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana, Cuba

[lcduran@cimex.com.cu](mailto:lcduran@cimex.com.cu)

[yglez@fcom.uh.cu](mailto:yglez@fcom.uh.cu)

**Resumen:**

*El comunicador representado* constituye una aproximación a las representaciones sociales del Comunicador Social que poseen los sectores académico, decisor político y profesional –comprendidos entre los actores sociales de relevancia para el desarrollo del comunicador en tanto figura profesional en Cuba. En estas representaciones inciden determinantes socio-históricas como la historia reciente de la configuración de los campos académico y profesional de la Comunicación en nuestro país. Desde una perspectiva cualitativa, la presente investigación intenta acceder a estas estrategias y contenidos representacionales mediante entrevistas semiestructuradas y observación participante, y caracterizarlas a partir del análisis de contenido cualitativo.

**Abstract:** The article presents an approach to the social representations that social agents relevant for the further development of Social Communication as a professional field in Cuba (namely scholars, political decision-makers and other professionals) have construed around the specialist in Social Communication. It is argued that the recent configuration of Communication as both a

professional an academic field in Cuba, among other social and historical determinants, intervenes in the nature of such representations. From a qualitative perspective, including semi-standardized interviews, participating observation, and qualitative content analysis techniques, our study attempts to access the main representational strategies and contents emerging from the above-mentioned social agent's discourse.

**Palabras clave:**

Comunicador social, representaciones sociales, campo académico, campo profesional, Cuba

**Keywords:**

Specialist in Social Communication, social representations, academic field, professional field, Cuba

**Tabla de contenido:**

1. Presentación del estudio
2. Comunicación y comunicador social: campo y figura profesional
3. Representaciones sociales: una teoría en construcción
4. Diseño de investigación
5. Un objeto, varias representaciones
6. Conclusiones
7. Referencias bibliográficas
8. Notas
9. Anexo 1. Definición operacional de la categoría analítica "representación social del comunicador social"
10. Anexo 2. Distribución de las representaciones sociales halladas según los actores sociales estudiados

**1. Presentación del estudio**

El abordaje del tema precisa de un análisis de los campos académico y profesional de la Comunicación en Cuba, cuyo proceso de configuración se halla aún en ciernes. El mismo tiene su génesis en el rescate formal de ciertas prácticas profesionales como la Publicidad y las Relaciones Públicas hace poco más de 15 años.

La labor en pos del reconocimiento del campo de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales (ACCS) y de las instituciones de educación superior destinadas a la enseñanza de la Comunicación Social ha conllevado a una paulatina concientización en los decisores políticos de su significado y valor social. De ello dan fe recientes normativas del Estado cubano, vinculadas fundamentalmente con el proceso de Perfeccionamiento Empresarial.

Tales hechos, a los que se puede sumar la propia inserción en el mercado laboral de comunicadores sociales egresados del curso regular diurno desde 2005 y de las Sedes Universitarias Municipales, han provocado cierto reconocimiento de esta figura profesional emergente, si bien aún insuficiente en extensión y profundidad.

Indagar sobre la representación del comunicador social que poseen los sectores académico, decisor político y profesional, resulta a nuestro juicio sumamente útil, ante todo por la gran influencia que estos actores tienen en el desarrollo de la figura del comunicador y de los campos profesional y académico de la Comunicación Social. Luego, porque en cierta medida determinaría cuán alejadas o no se encuentran las competencias profesionales que intenta formar la academia, de aquellas que otros actores sociales de relevancia para el desarrollo del comunicador identifican como necesarias. Además, los resultados de esta investigación pueden ser clarificadores en un

contexto social donde esta figura profesional no aparece ceñida al marco de los egresados universitarios de la especialidad.

## **2. Comunicación y comunicador social: campo y figura profesional**

Históricamente se ha utilizado el término *comunicación* asociado a una pluralidad de situaciones, así se ha resemantizado una y otra vez:

“su definición ha sido muy variada en matices y perspectivas como diversa su complejidad, toda vez que es fenómeno, pero además es proceso y resultado, práctica o conjunto de prácticas, parte esencial de la cultura y la innovación cultural, soporte simbólico y material del intercambio social en su conjunto, ámbito donde se genera, se gana o se pierde el poder, enlace y registro de agentes, agencias y movimientos sociales, herramienta de interlocución, espacio de conflicto, conjunto de imágenes, sonidos y sentidos, lenguajes y lógica de articulación de discursos, dispositivo de la representación, herramienta de control al servicio de unos cuantos y de exclusión de las mayorías de los beneficios del desarrollo, ámbito diferenciador de prácticas sociales” (Orozco 1997 en Saladrigas 2006, p.12).

Pero la comunicación ha devenido también “espacio profesional, campo académico y objeto de estudio transdisciplinar” (Saladrigas 2006, p. 12) de las Ciencias Sociales. Con la denominación *Comunicación Social* se identifica un campo de reciente configuración donde “la comunicación es entendida como aquello que entrecruza, mantiene y simultáneamente transforma el espacio de lo social” (Zalba & Bustos 2001, p. 37).

El campo de la Comunicación está conformado por una serie de subcampos o esferas de actuación con diferentes niveles de arraigo y desarrollo.

En consecuencia entendemos por **comunicador social** a aquel profesional encargado de la conceptualización, implementación, control y evaluación de estrategias, políticas y productos comunicativos en instituciones, empresas y medios de comunicación masiva sobre la base de investigaciones previas; y que puede desempeñarse en cualquiera de las siguientes especialidades: Relaciones Públicas, Marketing, Publicidad, Propaganda, Comunicación Organizacional, Comunicación en Medios, Comunicación Educativa, Comunicación Comunitaria y docencia en Comunicación; sin importar cual fuere su formación académica.

### **3. Representaciones sociales: una teoría en construcción**

Cierta ambigüedad conceptual ha caracterizado a la *teoría de las representaciones sociales*, desde su propia enunciación. Su creador, Serge Moscovici, propicia tal vaguedad con su deseo de no someter las *representaciones* a límites conceptuales y dejar el campo abierto a otros que enriquezcan sus postulados, pues “si bien la realidad de las representaciones sociales es fácil de captar, el concepto no lo es” (1979: 28). Ello ha provocado que la definición se rescriba constantemente.

Uno de los enunciados más abarcadores al respecto lo ofrece Denise Jodelet –teórica imprescindible de las representaciones sociales– quien las define como: “el conocimiento espontáneo, ingenuo, que se constituye a partir de experiencias y de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y

trasmitimos mediante la tradición, la educación y la comunicación social. Este conocimiento socialmente elaborado y compartido es también un conocimiento práctico, pues orienta nuestra conducta, nos permite dominar el entorno, da sentido a actos y fenómenos que acaban por sernos habituales" (s/f, cit. por Muñoz, 2003: 31).

El hecho de constituir una particular forma de conocimiento y, a su vez, una estrategia de adquisición y comunicación del propio conocimiento es, a juicio de la investigadora María Auxiliadora Banchs (2000), lo que determina el doble carácter de la representación social como contenido y proceso. Las representaciones sociales están conformadas por tres dimensiones:

- Información: Es la suma de conocimientos –con sus particularidades en cuanto a cantidad y calidad- que poseen los sujetos sobre el objeto de la representación. Asimismo hace referencia a la fuente de donde proviene la información.
- Actitud: Constituye el componente evaluativo, conductual y motivacional de la representación. Es, por tanto, una guía para la toma de postura y conductas.
- Campo de la representación: Expresa la organización del contenido de la representación en forma jerarquizada. Se estructura en núcleo figurativo, la parte de mayor estabilidad, y periferia, más flexible.

Vinculando esta categoría al objeto que nos compete, entendemos que la(s) **representación(es) social(es) del comunicador social** están conformadas por un conjunto de consideraciones, reflexiones, valoraciones que se estructuran en informaciones, actitudes e imágenes –campo de la representación- en torno a esta figura

profesional. Para su estudio proponemos un grupo de dimensiones que se pueden consultar en el Anexo 1.

En Cuba las investigaciones sobre representaciones sociales no han alcanzado aún la profusión ni el alcance que mantienen en Europa o en determinados países de Latinoamérica. El interés por la teoría de las representaciones sociales surge aquí tardíamente, más de 20 años después de haber tomado auge en Europa, y luego de aproximadamente diez de haber sido introducida en Venezuela y Brasil. Fue la década del '90 la que marcó el despertar de estos estudios en el contexto nacional.

Destacan es este sentido las Facultades de Psicología, Filosofía y Comunicación de la Universidad de La Habana, donde cada año se registran un número creciente de tesis que abordan esta teoría.

#### **4. Diseño de investigación**

Dar cuenta de la representación social del comunicador social en Cuba, comprendida como producto y proceso en que confluyen condicionantes socio-históricas generales y puntuales –relacionadas con la evolución del campo profesional-, dinámicas grupales y subjetividad individual; comprendida además como construcción simbólica enriquecida por las interacciones comunicativas, exige interpretar el fenómeno a partir de su significación para los grupos implicados y, desde luego, en su marco de referencia.

Este estudio intenta ser una primera aproximación a la complejidad que caracteriza su objeto. De tal manera, se trata de una investigación descriptiva que, si bien se plantea un análisis multilateral, no creemos –ni pretendemos- que agote completamente tal complejidad. A tales efectos consideramos que un diseño

cualitativo puede cubrir los requerimientos metodológicos de esta empresa.

El diseño de esta investigación está determinado por un estudio de casos múltiples inclusivo de tipo descriptivo, por la posibilidad de contrastar las evidencias parciales que brinda la investigación de cada caso.

Basada en el presupuesto de que el mundo social está compuesto de significados y de puntos de vista compartidos, la **etnometodología** se establece como el método adecuado para la investigación en curso.

Las unidades de análisis se circunscriben a los sectores académico, decisor político y profesional que constituyen actores sociales de relevancia para el desarrollo del comunicador social en tanto figura profesional en Cuba. La elección de estos grupos sociales responde esencialmente a un criterio de intencionalidad de los investigadores, basado en la evaluación de la relación de influencia que los grupos sostienen con el comunicador social, su formación y ejercicio profesional.

A los efectos de esta investigación, el sector académico es entendido como el grupo social que conforman las instituciones de la educación superior orientadas hacia la formación de comunicadores sociales, y por consiguiente sus profesionales.

Por su parte, el sector decisor político constituye otro grupo social, compuesto por entidades y funcionarios vinculados a las altas esferas de poder de la nación que concentran las decisiones más trascendentes y regulan el accionar social influyendo, en este caso,

en la configuración y desarrollo de los campos académico y profesional de la Comunicación.

Finalmente, en el sector profesional incluimos, por una parte, a la agrupación profesional del gremio de comunicadores sociales y, por otra, al conjunto de instituciones y sus directivos o funcionarios.

Para el levantamiento de información se aplicaron como técnicas de investigación la entrevista semiestructurada a expertos o informantes claves, así como la observación participante. Para el procesamiento de la información se empleó la técnica de análisis de contenido cualitativo según Philip Mayring (2000).

## **5. Un objeto, varias representaciones**

La representación social contemporánea del comunicador social en Cuba se construye en paralelo con la historia reciente de su desarrollo como figura profesional. El capítulo en curso de esta historia, iniciado en las postrimerías del siglo XX, posee un gran peso en su representación, que dista de ser unívoca –carácter asegurado en cierta medida por las propias indeterminaciones que cualifican al campo de la Comunicación en tanto campo en construcción, a nivel nacional e internacional.

El comunicador representado transita por los relatos personales y grupales, por las condiciones históricas del contexto inmediato: ideológicas, económicas, sociales; y esencialmente por la configuración específica de los campos académico y profesional de la Comunicación en Cuba, cuyos actores constituyen incesantemente con sus prácticas (institucionales, comunicativas) los significados asociados a esta figura profesional.

Estos elementos inciden inevitablemente en la producción de estrategias diversas para representarse al comunicador social y en las diferentes representaciones construidas en el proceso (Anexo 2).

Una de estas representaciones es aquella que lo concibe como un **comunicador institucional**. Esta representación predomina en la asociación profesional del gremio y se localiza también en un grupo de profesores del sector académico.

Esencialmente, identifica al profesional encargado de la gestión de comunicación en instituciones (que comprende los procesos de concepción, planificación, implementación, control y evaluación de estrategias de comunicación acordes a los objetivos organizacionales). Así, calificativos como "brazo derecho de la máxima dirección de la institución" o "estratega de la organización" constituyen definiciones objetivadas de las actividades de planificación y asesoría; mientras otros como el de "generador de confianza y credibilidad" hacen referencia a la posición ética que debe mantener este profesional en su desempeño.

El núcleo figurativo de esta representación parece encontrarse en la imagen de "**integrador de intereses**". Esta describe *grosso modo* la naturaleza de la práctica profesional del comunicador en las instituciones, en relación con la actividad de otros profesionales al interior de la institución, o con la interacción de esta con el mundo exterior.

Asimismo se enfatiza en la **disposición al diálogo** y la **capacidad de escuchar** deseadas en este profesional, como herramientas

indispensables para el desempeño de una labor enmarcada en las relaciones humanas.

Además, se trata de un profesional que debe distinguirse por su **vocación humanista** y su **compromiso social**. Y ello pasa por el sentido de la responsabilidad en relación con los públicos internos y externos de la organización, pero también (desde una perspectiva meso y macro social) con la entidad como institución social y con la sociedad de conjunto.

El comunicador se concibe como un **profesional**, en el sentido de ser egresado de centros de educación superior, con una formación "científica" que le permita desarrollar competentemente las funciones asignadas. Esta percepción se opone al comunicador improvisado, de formación empírica, lo que se relaciona con fuerza con el surgimiento de la carrera de Comunicación Social, que marca un punto de giro en la institucionalización de los campos profesional y académico asociados.

Esta representación social ubica a la figura del periodista en los orígenes del campo profesional de la Comunicación. No obstante, la representación actualizada del comunicador institucional no da cabida al periodista, o sea, el periodista es también *un* comunicador social, pero no *el* comunicador social al que los sujetos se refieren, cuyos límites coinciden con los institucionalmente establecidos (en relación con el desarrollo y denominación de la actual carrera universitaria de Comunicación Social, y no con el desarrollo epistemológico del campo académico). En consecuencia, la definición se establece por exclusión entre dos comunicadores sociales posibles, sólo uno de los cuales se denominará explícitamente como tal.

El perfil institucional del comunicador se circunscribe, en este tipo de representaciones, a las prácticas profesionales que podríamos definir como más "tradicionales" del campo profesional de la Comunicación. A las relativamente conocidas Publicidad, Relaciones Públicas y Propaganda, se suma la Comunicación Organizacional, de reciente desarrollo en los campos académico y profesional. Estas prácticas o especialidades gozan, por ejemplo, de una más clara legitimación en el marco de la asociación profesional del gremio, en relación con otras prácticas de la Comunicación Social como la Comunicación Educativa y Comunitaria, por sólo citar alguna que no parece incluirse en la representación del comunicador de perfil institucional.

El cambio de nombre de la Asociación Cubana de Publicitarios y Propagandistas (1991-2003) a Asociación Cubana de Comunicadores Sociales, propuesto y aprobado en el marco de su III Congreso (2003), evidencia una intención del gremio de ajustar la concepción de esta figura profesional, ampliándola especialmente en el sentido de incluir el área de la Comunicación Institucional. Ello se refleja en la existencia de un círculo especializado de Comunicadores Institucionales al interior de la Asociación, junto a los círculos de Relacionistas Públicos, Creativos (diseñadores, redactores publicitarios y propagandísticos, etc.), e Investigadores de la Comunicación y la Mercadotecnia. Semejante ajuste estaría además en consonancia y/o aprovecharía la coyuntura de la distinción de dos carreras, Comunicación Social y Periodismo, impulsada desde la dirección política del país y el gremio de periodistas en el VII Congreso de la Unión de Periodistas de Cuba (UPEC).

La representación del comunicador de perfil institucional posee un alto grado de estructuración, pero su propia naturaleza denota un acceso, privilegio o adherencia a fuentes de información específicas

de esta zona del perfil profesional. No obstante, no ser a veces especialmente plural, se observan niveles de profundidad y coherencia en la información disponible. El acceso a la información está determinado en gran medida por la propia manera de concebir la especialidad, cuya base epistemológica es enmarcada en la Comunicación Institucional.

Esta representación del gremio y una parte del sector académico, parece ser la representación "hegemónica", la que evidencia mayor grado de consenso en torno a los campos de actuación y el encargo que debe cumplir el comunicador en ellos. Responde, además, a claras lógicas institucionales que establecieron un correlato entre lo que la Asociación en sus *Estatutos* y Círculos Especializados, y la Academia con su Plan de estudio "C" (perfeccionado), habían entendido hasta tiempos recientes como "comunicador social". Sin embargo, tal visión ha experimentado un proceso de actualización, que adelanta representaciones aún "emergentes" (Moscovici diría "emancipadas"), especialmente impulsadas desde la academia.

Entre las representaciones halladas se encuentra, en un grupo de docentes del sector académico, aquella que concibe al comunicador social como un **comunicador de perfil amplio**. Desde su propia definición como productor y socializador de información y significados, esta visión trasciende, y engloba, la del comunicador de perfil institucional.

Basada en la concepción del campo como un sistema (integración de múltiples subcampos académicos y profesionales), esta representación se caracteriza por una mirada holística de los campos de acción del profesional de la Comunicación que intenta complementar las especialidades que lo componen. De esta forma,

engloba imágenes del comunicador que van desde **“transformador social”** a **“cientista social”**, apuntando tanto a profesionales que se desarrollan en el ejercicio práctico (gestores de comunicación), como en la docencia y la investigación. Su núcleo figurativo señala la **integración dialéctica de la diversidad de prácticas profesionales posibles del comunicador social.**

La representación del comunicador de perfil amplio bebe directamente del modelo de profesional formado por las escuelas latinoamericanas de Comunicación. Este modelo comporta la figura del periodista (figura que epistemológicamente es imposible desligar de la configuración del campo tanto profesional como académico de la Comunicación). La representación del comunicador de perfil amplio supone el enfrentamiento de lógicas institucionales (contextuales) y epistemológicas, donde las primeras suponen renunciar institucionalmente a la figura del periodista como comunicador social, y las segundas a jamás haberlo distanciado.

De cierta manera el subcampo educativo de la Comunicación en Cuba durante las dos últimas décadas ha asistido a subsecuentes habilitaciones y restricciones de la figura del comunicador social, relacionadas con las representaciones que de este poseen actores de otros campos (especialmente el campo de la política y aquellos actores que nombramos “decisores políticos”), cuyas prácticas intersecan –y median- los campos académico y profesional de la Comunicación. Ello explica por qué el periodista –institucionalmente- *no puede o no debe* ser considerado *un* comunicador social al menos en el sentido en que estos actores lo comprenden (identificado con *el* comunicador social que gradúa la academia).

El encargo profesional del comunicador, en su acepción de perfil amplio, tiene una naturaleza “pública”, lo que apunta hacia altos niveles de responsabilidad y compromiso social inherentes a su práctica profesional. La actitud ética se establece como requisito *sine qua non*.

El comunicador social, desde esta representación, tiene además un encargo político: está llamado a contribuir a la supervivencia del propio proyecto social cubano. En este sentido puede fungir como facilitador –articulador- del diálogo entre las altas instancias político-administrativas del país y la base. Ello coincide con lo que muchos de los más destacados académicos del campo (Martín Barbero, Marques de Melo, Fuentes Navarro, Sánchez Ruiz, entre otros) trazan como utopía posible, necesaria, para el campo académico y profesional del comunicador en América Latina.

Para su efectivo desempeño, este comunicador debe estar formado en el dominio de las tecnologías de la información y la comunicación, así como de los lenguajes de los medios, sobre todo si se tiene en cuenta el extenso número de prácticas comunicativas tecnológicamente mediadas a las que debe enfrentarse, en las que debe tomar parte, protagonizar.

La representación social de este comunicador de perfil amplio se presenta con contenidos relativamente estructurados aunque, al mismo tiempo, dinámicos: ella se actualiza constantemente en las propias prácticas de los actores que la construyen. No podría ser diferente tratándose de sujetos que se encargan profesionalmente de la formación académica de comunicadores sociales. Este hecho posibilita el acceso expedito al objeto y a diversas fuentes de información autorizada, consensuada, mayormente de corte

científico. Por otra parte, la representación encuentra una coyuntura favorable para evidenciarse en la proyección del nuevo Plan de Estudio "D", en el marco de cuya concepción se ha actualizado o reestructurado como resultado del levantamiento de información documental y de fuentes vivas, así como de las dinámicas de discusión grupal que este proceso ha generado al interior del sector con la participación de actores de todo el país.

Los planes de estudio "C" (perfeccionado) y "D" de la carrera de Comunicación Social expresan sendas representaciones sociales en el sector académico. Cada plan y las prácticas educativas de ellos derivadas (o por derivarse) suponen la institucionalización de una representación. Esto explica por qué al interior del sector existen **representaciones polémicas**: conviven la representación del *comunicador institucional*, actualmente institucionalizada, y la representación hoy emergente de un comunicador de perfil amplio, que si bien no incluye al periodista (como el comunicador de perfil amplio que postuló en sus inicios el Plan de Estudio "C"), sí se actualiza y extiende hacia otros campos de actuación del profesional hasta ahora menos atendidos. Esta representación "emancipada" se encuentra sin embargo en vías de ser institucionalizada.

Otra representación del comunicador identificada es aquella que se estructura en torno a un núcleo figurativo claramente asentado en la imagen del **comunicador social como "trabajador ideológico"**, una representación hegemónica en el sector decisor político, que se concentra en el encargo y formación política del profesional.

Este matiz ideológico que a ojos de estos actores caracteriza de forma priorizada al encargo del comunicador social queda confirmado en el hecho de que sea el propio Departamento Ideológico del Comité

Central del Partido Comunista de Cuba quien se encargue de la ubicación laboral de los egresados de la especialidad de las sedes universitarias centrales.

La importancia asignada a este profesional (entendido como trabajador ideológico) en la sociedad cubana actual radica fundamentalmente en el hecho de poner su labor en función de la defensa de la obra de la Revolución, en macro-escenarios (como facilitador de la interacción entre las altas instancias administrativas y políticas del país y la base), así como en escenarios meso y micro sociales, del ámbito de la Comunicación Institucional: Organismos de la Administración Central del Estado, el sector empresarial, comunitario, los medios de comunicación (especialmente la radio, la televisión y sus áreas de investigación). Sin embargo, aunque todos estos campos se consideren relevantes, se insiste prioritaria y quizás coyunturalmente en el ámbito institucional.

En cualquier caso, debe señalarse como tendencia de futuro, la posibilidad de la emergencia de una transformación en la periferia de la representación del comunicador social que posee el sector decisor político. Ello podría evidenciarse en el replanteo de los límites del campo de acción profesional del comunicador social, específicamente en lo relacionado con el papel de los comunicadores en los MCM. Esta modificación estaría influenciada por el nuevo plan de estudio de la especialidad (Plan "D") recientemente presentado a los actores de este sector.

Mientras tanto, eventos recientes influenciados por un cierto reconocimiento de esta figura profesional por parte de la dirección política del país (el Partido y el Gobierno), se constituyen en factores de presión a la inferencia en un conjunto de empleadores, a saber,

los Organismos de la Administración Central del Estado y las organizaciones en proceso de Perfeccionamiento Empresarial. Los primeros han sido llamados a diseñar estrategias de comunicación con medios, mientras que las segundas deben conceptualizar e instaurar, en un plazo de dos años, el Sistema de Comunicación Empresarial.

Si bien estas disposiciones constituyen factores de peso, resultan demasiado recientes para sustentar la conformación de representaciones sociales adecuadamente estructuradas y organizadas. Además, este tipo de experiencia no encuentra aún, como generalidad, un correlato en el sector "empleadores", si tenemos en cuenta la inexistencia de una tradición sostenida en el ejercicio profesional de la Comunicación "no periodística" en el país. No obstante, sí facilitan la aparición de un conjunto de imágenes, percepciones y estados de opinión a veces más y a veces menos articulados que, como constatamos, no pueden considerarse *per se* una representación social.

Estas visiones pasan por niveles de información desiguales – frecuentemente exigüos- y por las exigencias específicas de cada esfera de actuación. En consecuencia **la figura del comunicador adquiere un significado instrumentalista**, y las expectativas alrededor de su desempeño se mueven en el ámbito de los estereotipos, especialmente relacionados con aptitudes que se refieren a su dominio de ciertas "artes de la persuasión".

La dinámica del mercado laboral, más avocada a la resolución práctica, al "aquí y ahora", supone un reto para el comunicador social de perfil amplio. Cada esfera demanda habilidades y saberes menos generales y más especializados, una formación más verticalizada.

## 6. Conclusiones

En los sectores académico, decisor político y profesional, comprendidos entre los actores sociales de relevancia para el desarrollo del comunicador social en tanto figura profesional, no existe una representación unívoca de éste, sino varias representaciones. Se trata de construcciones diferentes en cuanto a grado de estructuración y jerarquización de sus contenidos.

En esta diversidad inciden el nivel de información, la naturaleza de la relación y la proximidad que estos actores han establecido con el profesional objeto de la representación por la que indagamos. Así, las representaciones del sector académico y de la asociación profesional del gremio presentan un mayor grado de estructuración (el encargo social de estos actores implica un vínculo directo con el desarrollo de los campos académico y profesional de la Comunicación); el sector decisor político posee una representación estructurada, si bien menos compleja; y los empleadores muestran un conjunto de imágenes, percepciones y estados de opinión aún relativamente desarticuladas y poco complejas que no pueden considerarse *per se* como una representación social.

Otras condiciones, como la posición que estos actores ocupan en la estructura social y la propia historia del campo de la Comunicación en Cuba, inciden en el significado que se le atribuye al comunicador. De este modo, se pueden identificar tres representaciones: el comunicador institucional, el comunicador de perfil amplio y el comunicador como trabajador ideológico.

La representación del comunicador de perfil institucional se erige como hegemónica en la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales. En el sector académico se observa una representación polémica en tanto coexisten las representaciones del comunicador social como comunicador institucional y comunicador de perfil amplio. El comunicador entendido como trabajador ideológico constituye la representación hegemónica en el sector decisor político. El significado concedido a esta figura profesional por los empleadores gira en torno a encargos instrumentales.

Estas representaciones evidencian en términos generales un (re)conocimiento del encargo profesional del comunicador social, así como de las funciones que éste puede desempeñar en cada ámbito de actuación. Se concibe entonces al comunicador como una figura necesariamente profesional, esto es, formada en la educación superior y dotada de una serie de conocimientos teórico-aplicados que garanticen la ejecución adecuada de la práctica profesional.

Se manifiesta un alto grado de consenso en torno a dos aspectos que deben caracterizar a esta figura profesional: las aptitudes comunicativas –capacidad de dialogar y de escuchar- y el compromiso social.

Si bien se reconoce la importancia del comunicador social en diferentes campos de acción –espacios comunitarios, ámbito institucional y empresarial, medios de comunicación masiva, centros de investigación, instituciones docentes-, se privilegia el campo institucional, relacionado con las prácticas de Publicidad, Propaganda, Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional.

Los resultados de la presente investigación no poseen un carácter perfectivo, en el sentido de lo acabado. Al contrario, connotan un valor perspectivo en tanto abren la interrogante hacia nuevos focos indagatorios: ¿qué implicaciones pueden traer para el presente y futuro de la figura profesional del Comunicador Social, la existencia de zonas relevantes de disonancia, así como de diferentes grados de estructuración y consenso entre las representaciones sociales de los actores estudiados? ¿Podría producirse a mediano plazo un cambio en torno a las principales causas que inciden en la diversidad de representaciones sociales detectada (la naturaleza de la relación, el nivel de información, y la proximidad que estos actores han establecido con el profesional de la Comunicación Social)? ¿De qué dependería? ¿Propiciaría ello que alguna de las representaciones sociales halladas pueda erigirse como hegemónica? ¿Sería posible lograr una representación social más consensuada?

## 7. Referencias bibliográficas:

1. Asociación Cubana de Comunicadores Sociales 2003, *Estatutos, Código de Ética y Reglamentos*, ACCS, La Habana.
2. Banchs, MA. 2000, "Aproximaciones procesuales y estructurales al estudio de las representaciones sociales", *Papers on Social Representations*, vol. 9, consultado el 18 de diciembre de 2007, <[http://www.psr.jku.at/PSR2000/9\\_3Banch.pdf](http://www.psr.jku.at/PSR2000/9_3Banch.pdf)>.
3. Jodelet, D. 1986, "La representación social: fenómenos, concepto y teoría", en S. Moscovici (comp.), *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*, Editorial Paidós, Barcelona.
4. Mayring, P. 2000, "Qualitative Content Analysis", *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research [On-line Journal]*, no. 1 (2), consultado el 3 de octubre de 2007, <<http://qualitative-research.net/fqs/fqs-e/2-00inhalt-e.htm>>.
5. Ministerio de Educación Superior s/f, *Plan de Estudio de Comunicación Social. Curso regular diurno*, MES, La Habana.
6. Moscovici, S 1979, *El psicoanálisis, su imagen y su público*, Editorial Huemul, Buenos Aires.
7. Muñoz, R. 2003, "La tierra prometida. De cómo algunos jóvenes habaneros imaginan Cuba: el deseo o la certeza de país", tesis de licenciatura, Universidad de La Habana, La Habana.
8. Perera, M. 2005, "Sistematización crítica de la teoría de las representaciones sociales", tesis doctoral, Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas, La Habana.
9. Saladrigas, H. 2006, "Coordenadas cubanas para un fenómeno complejo", tesis doctoral, Universidad de La Habana, La Habana.

10. Tembrás, R. 2006, "La Escuela Cubana de Periodistas en la Hora Crucial del Periodismo Nacional", tesis de licenciatura, Universidad de La Habana, La Habana.
11. Zalba, E. & Bustos, J. 2001, "Problemas y desafíos de la formación académico-profesional ante la diversidad de los actuales escenarios de la comunicación social", *Diálogos de la Comunicación*, no. 62, pp. 34-41.

## **9. Anexo 1. Definición operacional de la categoría analítica “representación social del comunicador social”**

### **1. Información**

- 1.1. Fuentes de información sobre el comunicador social
  - 1.1.1. Identificación de la fuente
  - 1.1.2. Variedad de fuentes
- 1.2. Contenidos
  - 1.2.1. Actitudes del comunicador social
  - 1.2.3. Competencias profesionales o aptitudes del comunicador social
  - 1.2.4. Campos de acción que son asociados al comunicador social
  - 1.2.5. Funciones asignadas al comunicador social en cada campo de acción
- 1.3. Cantidad de información
  - 1.3.1. Extensión
  - 1.3.2. Profundidad/exhaustividad
- 1.4. Calidad de la información
  - 1.4.1. Pertinencia/Coherencia

### **2. Actitud**

- 2.1. Contratación o inserción de comunicadores sociales
- 2.2. Lugar que le es asignado al comunicador en la estructura institucional
- 2.3. Contactos con instituciones relacionadas directamente con el comunicador social (Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, Asociación Cubana de Comunicadores Sociales)
- 2.4. Consulta de publicaciones especializadas
- 2.5. Valoración sobre el rol del comunicador social en la sociedad cubana
- 2.6. Campo de acción al que se le concede mayor importancia

### **3. Campo de la representación**

3.1. Núcleo figurativo (elementos centrales –los más potenciados y recurrentes en los argumentos presentados)

3.2. Periferia (elementos periféricos –contenidos secundarios o subordinados a los elementos centrales. Pueden estar vinculados a determinantes individuales, lo que particularizaría la representación)

## 10. Anexo 2. Distribución de las representaciones sociales halladas según los actores sociales estudiados

