

Significación de las prácticas profesionales en el campo académico de la comunicación social

Emilio Barreto
Universidad de La Habana
Cuba

ebarreto@uh.cu; emiliobarreto@fcom.uh.cu



Profesor universitario, periodista, ensayista y crítico. Licenciado en Periodismo por la Universidad de La Habana en 1990. Diplomado en Educación a Distancia y Nuevas Tecnologías por la Universidad de La Habana en el 2007. Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, donde imparte las asignaturas Teoría de la Comunicación y Estética. Ha incursionado en la crítica cinematográfica y literaria, así como en la culturología. Sus trabajos han aparecido, entre otras, en las siguientes publicaciones: Cartelera (semanario de divulgación del Ministerio de Cultura), revista Revolución y Cultura, Foro (revista de la UPEC que circuló a fines de los ochenta), revista Unión, de la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC), revista digital Cubaliteraria, del Instituto Cubano del Libro (ICL) y el diario Granma. Ha sido editor y prologuista del libro Asomado al mundo de Eliseo Diego, de Mauricio Abreu, publicado por la Editorial Urbe-Artex, La Habana, 1994. Ha publicado crítica literaria en la antología Hijo de estas islas de Romualdo Santos, editada por Letras Cubanas en el año 2005. Ha impartido conferencias en eventos académicos nacionales e internacionales. Actualmente realiza una investigación doctoral en ciencias de la comunicación social por la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

1

ABSTRACT

El campo académico de la comunicación social se nos va mostrando como un gran espacio en el cual de inicio conviven, luego se complementan y por último se funden la pedagogía universitaria, la investigación y la incursión en el campo profesional. Pero esa convivencia existe porque es un Sistema que, sin el más mínimo de los complejos, le rinde tributos a la Academia, o sea, es una gestión desde la cual la Universidad está llamada a desempeñar el liderazgo más notorio.

PALABRAS CLAVE

Prácticas profesionales, ideologías profesionales, mercado laboral, campo académico, comunicación.

I

Para la Universidad cubana, una de las ideas rectoras del proceso de formación plantea el vínculo del estudio con el trabajo. Esta idea hunde sus raíces en una máxima del pensamiento de José Martí, apóstol de la patria cubana, quien no concebía un modo alternativo para la educación. La naturaleza de este enfoque radica en certificar, desde el diseño curricular de las carreras, el conocimiento de los modos de actuación¹ en cada una de las profesiones, así como las competencias que consignan la existencia de un profesional preparado para retribuir a la sociedad el tiempo y los recursos invertidos en el proceso docente-educativo. Para conseguirlo, es menester que el estudiante lleve a cabo empeños laborales propios de la profesión en la cual se prepara. Si esa posibilidad se piensa, se gesta y se materializa desde el inicio de la carrera, pues mucho mejor (Houirritiner, 2006: 26-27).

A mi juicio, el establecimiento de un vínculo entre el estudio y el trabajo requiere de un doble reconocimiento: el que facilita una mirada legitimadora a la disciplina principal integradora de la carrera y el que admite de muy buen grado las necesidades del mercado laboral. A la disciplina principal integradora, en el caso de la Licenciatura en Comunicación Social, me referiré a su debido tiempo. Ahora considero apropiado un acercamiento propositivo al estilo de las prácticas pre-profesionales que en cada curso académico, al finalizar el primer semestre, realizan durante cuarenta y cinco días los estudiantes de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

En el caso de la Licenciatura en Comunicación Social que extiende la Universidad de La Habana desde la Facultad de Comunicación, con un alcance nacional, el diseño de una estrategia para esta clase de negociación quizás solicite de una mayor atención a las cuestiones epistemológicas que están mediando la configuración evolutiva del campo académico de la comunicación social. La propuesta tiene un doble objetivo absolutamente factual: el primero consiste en disponer, como telón de fondo, el debate epistemológico en asuntos de teoría de los campos. (Eso, cediendo a uno y otro jalón académico en torno a la cuestión de re-pensar el campo de la comunicación en busca de una teoría autónoma de la comunicación social, esto es, de una ciencia de la comunicación.) Y el segundo emerge en la posibilidad, la necesidad y la certeza de que, desde el debate epistemológico, la Facultad de Comunicación de la UH puede ayudar en el desarrollo del campo profesional de la comunicación social y, por ende, participar en el asesoramiento de las estrategias que decida llevar a cabo el mercado laboral. Este enunciado —es preciso aclararlo— contiene un criterio exclusivamente personal y no el de la Academia. Con él persigo, únicamente, dar una muestra de la capacidad real que tiene la Universidad, donde quiera que se halle, de hacer más flexibles los rumbos neopositivistas que inundan las consideraciones y los raseros del Mercado Laboral que rige el campo profesional de la comunicación social, sobre todo en un país como Cuba², cuya mentalidad positivista se afina desde la reforma educacional realizada a inicios del siglo XX y llega hasta nuestros días todavía con mucha fuerza. Del mismo modo, en aceptación del reto desde la axiología, asumo que si bien la Facultad de Comunicación está en condiciones de asesorar al Mercado Laboral, es justo admitir que la propuesta en cuestión promueva las bondades de ese asesoramiento desde la convicción de ver el positivismo como una opción humanista y, por tanto, legítima. Pero, al mismo tiempo, dejando bien establecido que los rumbos de esta Modernidad, ya imbuida de los rigores del tránsito por el siglo XXI de la civilización occidental, requieren del diseño de políticas destinadas a la aproximación de las sociedades a los desafíos que impone la Globalización neoliberal, cuya base es la sociedad del conocimiento: una ingeniería sociocultural que se fragua en el montaje del mundo sobre las autopistas de la información. Hoy los problemas del orbe —que ya están planteados como complicaciones para el futuro—, se pueden tocar desde la cultura e *ipso facto* desde la comunicación. El

¹ Modos de actuación: “Conceptualización, implementación, control y evaluación de estrategias, políticas y productos comunicativos en instituciones, empresas, organizaciones y medios de comunicación sobre la base de investigaciones previas” (Plan de Estudio “D”, Licenciatura en Comunicación Social, 2008).

² Me refiero a la Reforma Educacional diseñada y llevada a cabo a inicios del siglo XX por el notable intelectual cubano Enrique José Varona, cuyo pensamiento se hallaba muy cercano al positivismo de Augusto Comte.

gran meollo del positivismo como conflicto del presente se revela en la aparición de las trampas antiéticas que ha creado la crisis sistémica del capitalismo de fines de esta primera década del siglo XXI, aupadas por el crack financiero, la crisis alimentaria, el calentamiento global y el desbalance del mundo en la introducción de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. He aquí el nuevo escenario sobre el cual se percibirá el empoderamiento del Mercado Laboral. De ahí, entonces, igualmente la justeza de que aspiremos a tener Facultades de Comunicación más humanistas, con planes de estudio jugosos en asuntos de ilustración y sociología del conocimiento. Así, los estudiantes buscarán más dentro de sí mismos y la Universidad tendrá bases antropológicas y sociológicas aún más sólidas para sostener ante el Mercado Laboral un diálogo precisamente de carácter propositivo.

II

Un reciente trabajo de diploma de Licenciatura en Comunicación Social, defendido en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, abundaba en las ideologías profesionales del relacionista público. El objetivo de la investigación era averiguar si en Cuba las Relaciones Públicas cuentan o no con un gremio profesional. En esa aproximación, un número notable de profesionales dijo estar convencido de que el campo profesional es constitutivo del campo académico y que, por extensión, la Universidad puede ser considerada el resorte propicio para “informar y preparar a los profesionales que enfrentan el futuro de la profesión, desde donde hay que actualizar y reciclar en materia no solo de teoría sino también de práctica. Se señala como positiva la impronta de la Facultad de Comunicación de la UH de insertar estudiantes en las organizaciones para ir fomentando en ellos las propias dinámicas que se respiran en el ámbito organizacional” (Ojeda, 2009).

Ciertamente, el campo académico de la comunicación social se nos va mostrando como un gran espacio en el cual de inicio conviven, luego se complementan y por último se funden la pedagogía universitaria, la investigación y la incursión en el campo profesional. Pero esa convivencia existe porque es un Sistema que, sin el más mínimo de los complejos, le rinde tributos a la Academia, o sea, es una gestión desde la cual la Universidad está llamada a desempeñar el liderazgo más notorio³ (Barreto, 2009). Puedo dar una señal de esa visibilidad: excepto las ideologías profesionales de los periodistas, que ya eran abultadas cuando surgió el campo profesional de la comunicación social, la generación y consolidación de las ideologías profesionales de todas las especialidades de la comunicación social fue un todo propiciado cuando resultó definitivamente planteada la comunicación como disciplina académica e investigativa. En otras palabras: las ideologías profesionales del comunicador social surgieron como ideologías profesionales del periodista⁴ (Tembrás, 2006). Con la elevación del talante

³ Siguiendo a Raúl Fuentes Navarro, por campo académico “entendemos, entonces, bastante más –de hecho otra cosa– que el conjunto de instituciones en que se estudia la comunicación a nivel superior. Incluimos en él a la teoría, la investigación, la formación universitaria y la profesión, y centramos el concepto en las prácticas que realizan actores o agentes sociales concretos –sujetos individuales y colectivos como nosotros– con el fin de impulsar proyectos sociales específicos. [...] De ahí que cuando se especifica ‘campo académico’, no es a las prácticas sociales de comunicación (masivas o no) a las que se hace referencia, ni a las instituciones que se han especializado en su ejercicio y en su control social, sino a aquellas que toman a estas como su referente, es decir, las que son realizadas principalmente por académicos (universitarios), con el propósito general de conocer, explicar e intervenir en la transformación intencionada de las prácticas sociales de comunicación...” (Fuentes, 1997).

Luego, a “la comunicación podemos verla como un proceso complejo, como una disciplina tanto académica como de investigación, que no sólo forma profesionales sino que, además, reorienta hacia el campo de la comunicación social a otros profesionales que viajan desde campos en ocasiones no muy afines, pero los reorienta dotándolos de suma eficacia para las prácticas no sólo por la instrumentalización sino por los valores. Esa es la más alta dimensión del campo académico: la posibilidad de erigirse en zona de discernimiento y de solución de conflictos por ser centro irradiador de la axiología. Y, por último, la comunicación es un campo profesional que exige profesionales bien calificados sin saber, a derechas, a quiénes y exactamente cuanto y cómo puede aprovecharlos. Se trata de un terreno de sumatoria en el que intervienen liderazgos, tensiones, diálogos y convivencias que no pueden ser observados desde la praxis sino desde el campo contiguo que, estimo, debe ser el anterior: el de la formación y la superación de postgrado. Entre ambos campos hay un cristal. Solo que cuando desde el campo profesional se mira al cristal la visión es de espejo. Sin embargo, desde el campo académico el cristal funciona como tal y permite apreciar, en toda su magnitud, tanto el crecimiento como las limitaciones al interior del campo profesional”.

⁴ El campo de la comunicación surgió desde la práctica del periodismo, que entonces no era una práctica profesional, sino de oficio de nivel medio superior. Entonces, los periodistas se titulaban en la Escuela de Periodismo “Manuel Márquez Sterling”, cuyo Plan de Estudio tenía una duración de dos años. La Licenciatura en Periodismo surgió en 1962. Como consecuencia de ello, el campo de la comunicación comenzó a ganar

académico, que nutrió los modos de actuación del resto de las prácticas comunicativas profesionalizadas, es de creer que ya vayan dejando de ser amorfas las ideologías profesionales de los grupos de especialistas que incursionan en los demás modos de actuación inherentes al campo del profesional de la comunicación social. Me atrevo a hablar estrictamente en tono de sospecha porque, con total seguridad, desde la comunicología podemos focalizar únicamente las ideologías profesionales del periodista, del publicista, del gestor de información y del relacionista público. Todavía no sabemos cómo se comporta esta categoría analítica al interior del área de desempeño de los mercadólogos, de los editores, de los analistas de medios, de los diseñadores gráficos y en la de los docentes e investigadores.

De cuanto acabo de reseñar, se puede extraer la necesidad académica de continuar investigando acerca de las ideologías profesionales del comunicador social en cada una de sus áreas de desempeño. La categoría ideología profesional “contiene el sistema de representaciones de cada individuo, y media el conjunto de presupuestos, las prácticas creadas con los quehaceres cotidianos y definidas a través de las relaciones intergeneracionales, las creencias, actitudes, los símbolos, las imágenes, los códigos, subcódigos y sentimientos que son inmanentes al pensamiento individual en plena interacción con la sociedad. Las ideologías profesionales se han adjudicado la tarea de fijar los puntos del comportamiento individual y social, e influir de manera determinante tanto en las rutinas productivas como en la armonía familiar” (Ojeda, 2009).

A la categoría ideologías profesionales es imprescindible añadir otras dos: *profesionalismo* y *cierre social de mercado*. El *profesionalismo* puede ser dilucidado como una ideología que “ve en el saber experto” la garantía adecuada para influir especialmente “en ciertos asuntos, porque se basa en ideas, investigaciones o experimentos sistemáticos y continuados, y en el caso de los individuos, en la acumulación de experiencia en la realización de un trabajo especializado para el que fueron larga y apropiadamente formados” (Freidson, 2003). En tanto, *cierre social de mercado* “hace referencia a la formación de grupos que excluyen a todos aquellos que no tienen alguna característica importante de sus miembros. (...) El cierre social puede estar basado en ciertos criterios –tenencia de propiedad, ascendencia común, género, raza, casi todo en teoría” (Collins 1979:59, cit. por Freidson, 2003: 69) Para Freidson, “sin cierre social no pueden existir disciplinas”. El desarrollo de un *corpus* especializado en conocimiento y habilidades formales requiere un grupo de personas con ideas afines que aprendan y practiquen dicho *corpus*, se identifiquen con él, lo distingan de otras disciplinas, se reconozcan unas a otras como colegas en virtud de su formación común y de su experiencia con un conjunto similar de tareas, de técnicas, de conceptos y de problemas laborales, y se sientan inclinadas a buscar la compañía mutua, aunque sólo sea para discutir unos con otros” (Collins 1979: 134, cit. por Freidson, 2003: 71).

Las ideologías profesionales convocan a la Academia a un reconocimiento utilitario en el centro del debate epistemológico. Es preciso reconocerlas para llevar a cabo la observación del comportamiento del campo profesional de la comunicación social. Si la Academia asume como tarea pertinente la observación del comportamiento del campo profesional puede pensar seriamente en llevar a cabo la asesoría del campo profesional. Al mismo tiempo, el campo profesional alcanzaría una conciencia libre de las hojarasca del neopositivismo para decidir los actores profesionales que necesita en las diferentes áreas de desempeño.

III

Este es el instante en el cual se yergue la necesidad de atender única y exclusivamente a la disciplina principal integradora, delineada a partir de un trazado académico distinguido por la distancia que guarda “de la lógica de una o varias ciencias”; en todo caso “responde a la de la profesión”. La disciplina

fuerza desde lo académico e, ipso facto, desde lo investigativo. Pero antes ya se trataba de un oficio que se había institucionalizado y, por tanto, exhibía muy bien gestadas sus ideologías profesionales.

principal integradora busca y consigue apoyatura en las contribuciones de las demás “disciplinas de la carrera y las asume en su integración para dar respuesta a las exigencias del quehacer profesional, asegurando el dominio de los modos de actuación esenciales” en cada profesión (Hourrutiner, 2006: 41).

La Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad de La Habana comenzó a implementar el pasado curso académico el Plan de Estudio “D”: una visión renovada del ser y el deber ser del profesional de la Comunicación Social. A diferencia del Plan de Estudio anterior (el “C” Perfeccionado, ya en vías de liquidación), el cual está regido por una sola salida profesional –la del Comunicador Institucional–, el Plan “D” forma al futuro y a la futura profesional en cuatro salidas, estas son: la Comunicación Institucional, la Gestión en los Medios de Comunicación, la Comunicación para el Desarrollo, y la Docencia y la Investigación.

Un vistazo rápido y podrá apreciarse la vocación social del nuevo Plan de Estudio, el cual procura el emplazamiento académico en el centro de los problemas del desarrollo social. Se trata de un desarrollo social que es lógico insista en mirar de frente los rigores –acaso las tensiones de la Globalización neoliberal. La relación rigor-tensión requiere del apresto de un comunicador social que controle, a modo de facilitador, los flujos de información *ad intra* y *ad extra* de las empresas. Pero, por otra parte, desde ya no tan lejos se apresura la dinámica voraginosa del montaje del mundo sobre las autopistas de la información. Ello entrañará, en breve, tal y como ya está siendo, la espectacularización de la vida diaria⁵ (Debord, 1967): se trata del enseñoreamiento de los medios de comunicación, protagonistas e irradiadores de la estetización difusa de la posmodernidad⁶ (Brea, 2007): un proceso que ha zarandeado, tal vez hasta la flagelación, los conceptos de cultura y arte, un par de nociones que han ido a parar al tuétano de las prácticas diarias, es decir, a la mismísima génesis de los comportamientos individuales y sociales. Luego, es no sólo legítimo sino inteligente en el diálogo Academia-Mercado Laboral, y viceversa, que pueda erigirse la figura profesional del comunicador social habilitado para dotar de su impronta los tirones mediáticos que relativizan la existencia del ser humano de la posmodernidad. A la formación del comunicador social especialista en medios de comunicación le es inmanente el conocimiento y el manejo hábil de la axiología. El empeño es de carácter absolutamente humanista. Hablo del profesional de los medios al cual se refieren Jürgen Habermas y Frederic Jameson⁷: ese que intente y consiga revertir, al menos en algo, y desde su radio de acción, la avalancha nefasta de la carnavalización de la vida⁸, liderada y protagonizada por la publicidad comercial desmedida que disecciona los sentimientos individuales, cualesquiera que estos sean, frente a las cámaras de la televisión (Ravelo, 2005).

Si la importancia del comunicador social en los medios masivos se dibuja como de nivel macro, a tenor de la estetización difusa de la posmodernidad, pues al mismo nivel es preciso articular la

⁵ Dice Guy Debord en su libro *La sociedad del espectáculo*: “Toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como la mera acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta como una representación. [...] El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizadas por imágenes”. El espectáculo es, por tanto, y siguiendo a Guy Debord, “una visión del mundo que se ha objetivado”.

⁶ Citando a Salizzoni, dice José Luis Brea en su ensayo “La estetización difusa de las sociedades actuales –y la muerte tecnológica del arte”: “La referencia a la estetización de las sociedades actuales” designa en efecto “el tránsito de rasgos de la experiencia estética a la experiencia extra-estética, al mundo de vida, a aquella que es definida *tout-court* como la realidad, contrapuesta de esta manera al mundo de la belleza y el arte”.

⁷ Habermas y Jameson sostienen, respectivamente, dos de las cuatro posturas en torno al debate de la posmodernidad. El alemán Jürgen Habermas desea la reanimación del aliento del ochocientos eurocentrista. Habermas cree que se puede revertir la deslegitimación de los metarrelatos con la ayuda de los medios de comunicación, a los que de paso, con total acierto, considera responsables de la ligereza con que es asumida la vida de la modernidad agónica. Si se sistematiza el pensamiento de Habermas, al menos en la vertiente de lo estético, que ahora nos ocupa, se llegará en retrospectiva a los teóricos de Frankfurt, de quienes Habermas es hijo legítimo. Luego veríamos de frente a Marx, más tarde a Hegel y, por tanto, a Kant. Si Habermas, aunque liberal, es hijo legítimo de los frankfurtianos, es bueno recordar que a fines de la década de los treinta del siglo XX, una vez constatadas las propuestas de la industria cultural en los Estados Unidos de América, los fundadores de la Escuela de Frankfurt, e iniciadores de la Teoría Crítica, se proponían una revigorización del marxismo. Esa sistematización es prudente traerla entonces al presente, con el pensamiento de Frederic Jameson.

⁸ Carnavalización de la vida: El término viene de la estética como disciplina académica. Es muy llevado y traído en el interior del debate de la posmodernidad. El término intenta aglutinar la crítica –acaso grotesca–, de la cual son objetos (y no precisamente sujetos) los políticos en los medios masivos de comunicación.

corporeización del comunicador social en la gestión del Desarrollo Local. Aquí se trata de promover desde el liderazgo el empuje de la comunidad en la concertación de la cooperación para el desarrollo sostenible. Los comunicadores sociales destinados a la comunicación comunitaria son figuras profesionales con las cuales cuenta la Universidad para participar en esa gestión que entraña una hegemonía nueva y novedosa. Finalmente, se deja ver la formación pedagógica y metodológica del comunicador social. Esta salida profesional, estimo, será preciso constituir la tomando muy en serio la definición de *vocación*⁹. A partir del universo académico-profesional reseñado es que en el presente análisis me planteo como única necesidad la observación de las prácticas pre-profesionales diseñadas dentro del Plan de Estudio “D”.

IV

En las primeras prácticas laborales diseñadas por la Academia y consensuadas con el Mercado Laboral en y para el Plan de Estudio “D”, o sea, las que se realizaron en el curso académico 2008-2009, los estudiantes tuvieron la oportunidad de explorar tres de las cuatro salidas profesionales contempladas en este nuevo diseño curricular de la Licenciatura en Comunicación Social: la comunicación institucional, la gestión del comunicador en los medios y los centros de cultura comunitaria. Las Prácticas en el universo de la comunicación institucional fueron negociadas con Empresas cuya dinámica productiva ha sido enrumbada por los derroteros del Perfeccionamiento Empresarial. Aquí la tarea radicaba en realizar diagnósticos de comunicación interna. Razones de límite de espacio me impiden abordar las tres experiencias de las primeras Prácticas Profesionales del Plan de Estudio “D”. Me limitaré a las Prácticas realizadas para la salida profesional del comunicador social en las instituciones, específicamente en el sector empresarial. Con ellas intento simbolizar el compendio total de las Prácticas, las cuales se conformaron mirando a la comunicación, únicamente, como un proceso complejo. Es decir, quedó fuera la mirada a la comunicación como disciplina académica e investigativa. No hago este señalamiento por pura gestión burocrática. Me atrevo a sentenciar de la siguiente manera: para unas Prácticas Profesionales bien articuladas en el Plan de Estudio “D”, será preciso evaluar también al futuro egresado de la Licenciatura en Comunicación Social como docente e investigador más allá de las labores realizadas por la figura pre-profesional que conocemos como el alumno ayudante. Por tanto, las prácticas docentes y de investigación están llamadas a ser distintas y diversas en el tiempo y en el espacio.

La Cuba del presente tiene una nueva misión: el perfeccionamiento empresarial. Se trata de una tarea capital que con paso recto se propone estimular las neuronas de la sociología del trabajo y al mismo tiempo revitalizar el dinamismo de las prácticas profesionales y de oficios en todo el sector

⁹ La *vocación* es una mediación para visualizar al trabajador profesional de aquel que vive del desempeño de un oficio. Se trata de un término que convida a una disquisición en la cual se funden la filosofía y la teología. Para perfilar esta noción, me valdré del fragmento de una disertación académica pronunciada en febrero de 2009.

“La *vocación*, como noción, aparece dibujada en la sociología de Max Weber, sobre todo en dos textos de factura memorable: La ética protestante y el “espíritu” del capitalismo y La política como *vocación*. Weber llegó a conceptualizar la *vocación* traduciendo a Martín Lutero, el fundador del protestantismo. Max Weber tradujo al Lutero traductor de La Biblia. Para ello detuvo fijamente tanto la mirada como la conciencia en un pasaje de la Primera Carta de San Pablo a los Corintios (Cor. 7-29). Dice un fragmento del pasaje bíblico según la traducción de Martín Lutero:

“Que todos permanezcan en la profesión en la que han sido llamados. Si eres llamado como siervo, no te preocupes por ello; pues puedes ser libre y mejor que aproveches mucho de esto. Pues quien haya sido llamado como siervo, es un liberto del Señor; y lo mismo, quien es llamado libre es un siervo de Cristo. Cada cual, queridos hermanos, que se quede con Dios allí donde haya sido llamado” (Cor. 27-29).

“A partir de su labor como traductor, Martín Lutero deslizó una mirada amorosa a la unión entre la faena como sentido no sólo de progreso social, también de vida, de espiritualidad individual. Luego, el trabajo adquiere en Lutero un sentido religioso, o sea, se constituye en llamamiento divino. Algo parecido sucede en la espiritualidad de Max Weber quien, jubilosamente, acepta y concluye el trabajo iniciado por Lutero. Para Max Weber, Martín Lutero enarbola una dimensión religiosa del trabajo cotidiano, porque se trata de algo sagrado, o sea, del compromiso ante los deberes que le son consustanciales a los oficios o profesiones profanas. El gran aporte de esta consideración busca asidero en un estandarte luterano: la asunción responsable del trabajo abre senderos para la vida en santidad. En otras palabras: las labores productivas son fuente de virtud. Y las virtudes, por tanto, son un modo de llevar una existencia cristiana cada vez más perfectible” (Abellán, 2007, cit. por Barreto, 2009).

institucional. Y, para ello, resulta imprescindible sistematizar, en plenitud de armonía, cuanto esfuerzo deba producirse en proyectos de control interno y diagnóstico de comunicación. Las Prácticas Profesionales en el universo del perfeccionamiento empresarial constituyeron el doble reconocimiento que esboqué al inicio de esta ponencia (Barreto, 2009). Entonces hablaba de la exploración que la Academia puede realizar en los puntos de mayor ebullición dentro del campo profesional, al tiempo que el campo profesional puede aspirar a recibir de la Academia la posibilidad de asesoramiento en asuntos de teoría y eficacia llevadas ambas al terreno de lo utilitario (Barreto, 2009). Esa relación pudiera fructificar aún más: el asesoramiento de la Academia puede llegar incluso hasta el establecimiento de un diálogo con el Mercado Laboral. Este diálogo consistiría en la sublimación del cierre social del Mercado Laboral. En Cuba, la relación campo académico-campo profesional-mercado laboral está liderada, al menos ahora, por la eficacia del campo académico, el cual ha sabido focalizar, en su propio escenario, los futuros actores profesionales con las competencias y las potencialidades requeridas. Basta una mirada a los profesores instructores formados en la propia Facultad de Comunicación de la UH y se tendrá un ejemplo fehaciente. Si la Facultad de Comunicación ha podido crear una estrategia académica para fraguar a su interior una cantera profesional es porque ha sabido dirigir muy bien la metodología de la dimensión desarrolladora (Hourritiner, 2006) que consiste precisamente en la vinculación del estudio con el trabajo —en la figura del alumno ayudante— más la capacidad de estricta observancia que el claustro ejerce sobre el estudiantado en cada uno de los centros laborales durante las Prácticas Profesionales.

Las Prácticas Profesionales al exterior del campo académico, o sea, en las diferentes esferas incluidas en el campo profesional, es la etapa en la cual los futuros profesionales de la comunicación social disponen el conocimiento para la creación de productos comunicativos. La disciplina Prácticas Profesionales está sirviendo no sólo como módulo de espacio y tiempo para la ejercitación, para la eficacia, para la adecuación individual y grupal al interior de las diversas culturas organizacionales. Pero también han servido para que los estudiantes lleven la metodología universitaria a los centros laborales y para que muchos de nuestros futuros profesionales descubran vocaciones especializadas al interior de las áreas de desempeño. A partir de ahí, y con el recurso de la investigación, los estudiantes tienen la oportunidad de nutrir sus vocaciones. Las Prácticas Profesionales son propicias para decidir y llevar a cabo la propuesta de diseños de investigación para trabajos de diploma precisamente en los mismos centros en los cuales, años antes, los estudiantes-investigadores realizaron diagnósticos de comunicación, o concibieron e impulsaron estrategias de comunicación, entre otras tareas.

La historia que la Academia habanera de comunicación ha escrito en relación con las Prácticas Laborales es absolutamente positiva y tiene una enorme importancia. A pesar de ello, el saldo más significativo que va dejando en profesores y estudiantes es la formulación de un gran *corpus* de interrogantes promovidos sobre la base de cuánto queda por hacer y cuánto podemos explorar. Y no es para menos, pues en ello va el talante universitario. La Universidad es maestra en humanismo y experta en cincelar vocaciones. De ahí que se especialice más en la enseñanza de habilidades para la formulación de preguntas que en el hallazgo de respuestas.

REFERENCIAS

Hourritiner Silva, Pedro (2006). *La Universidad cubana: el modelo de formación*. La Habana: Editorial Félix Varela.

Ojeda, Miriam (2009). *Las ideologías profesionales del relacionista público*. Trabajo de Diploma. Tutora: M Sc. Magda Rivero. La Habana: Facultad de Comunicación de la UH.

Tembrás, Rudens (2006). *La hora crucial del periodismo cubano*. Trabajo de Diploma. Tutora: Dra. Hilda Saladrigas Medina. La Habana: Facultad de Comunicación de la UH.

Freidson, Eliot (2003). "El alma del profesionalismo" (pp. 67-91). En *Sociología de las profesiones. Pasado, presente y futuro*. Coordinado por Mariano Sánchez Martínez, Juan Sáez Carreras y Lennart Svensson. Murcia, España: Diego Marín Librero-Editor.

Brea, José Luis (2007). "La estetización difusa de la postmodernidad –y la muerte tecnológica del arte". Documento digital en *Revista Criterios* (Mil y un textos circulados libremente por el Consejo Editorial). La Habana, consultado: abril de 2008.

Ravelo Cabrera, Paul (2005). "Modernidad, posmodernidad y posmodernismo en América Latina" (pp. 56-87). En *Estética. Enfoques actuales*. Colectivo de autores. La Habana: Edit. Félix Varela.

Barreto, Emilio (2009). *Movimientos al interior de una epistemología para una teoría autónoma de la comunicación social*. Disertación académica en opción de la Categoría Docente de Profesor Auxiliar y para la obtención del derecho al Acto de Predefensa de una tesis doctoral en Ciencias de la Comunicación Social (Texto inédito). La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Barreto, Emilio (2009). *Informe de Tutoría de las Prácticas Profesionales realizadas en la Empresa de Grabaciones y Ediciones Musicales (EGREM)*. La Habana: Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana.

Abellán, Joaquín (2007). "Estudio preliminar" (pp. 11-35). En *Weber, Max. La política como profesión*. Madrid, España: Edit. Biblioteca Nueva. Colección Clásicos del Pensamiento, dirigida por Jacobo Muñoz.

Fuentes Navarro, Raúl (1997). "Campo académico de la comunicación. Desafíos para la construcción del futuro" (pp. 41-50). En: *Revista Signo y pensamiento*.