

**EL CAMINO Y LA RECOMPENSA: TRAYECTORIAS PROFESIONALES DE LOS EGRESADOS DE COMUNICACIÓN DE LA UDELAR.**

**PATH AND REWARD: PROFESSIONAL TRAJECTORIES OF UDELAR COMMUNICATION GRADUATES.**

Alberto Blanco Llerena

[alberto.blanco@fic.edu.uy](mailto:alberto.blanco@fic.edu.uy)

Facundo Franco Prioro

[facundo.franco@fic.edu.uy](mailto:facundo.franco@fic.edu.uy)

Martín Martínez Puga

[martin.martinez@fic.edu.uy](mailto:martin.martinez@fic.edu.uy)

Sabrina Martínez Rodríguez

[sabrina.martinez@fic.edu.uy](mailto:sabrina.martinez@fic.edu.uy)

Renée Polla Peralta

[renpol@gmail.com](mailto:renpol@gmail.com)

Observatorio de las Profesiones de la Comunicación. Facultad de Información y Comunicación. Universidad de la República. Uruguay.

Recibido: 15 de febrero de 2021

Aceptado: 03 de Mayo de 2021

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/dwrsu6mf8>

**Resumen:**

El artículo indaga en las trayectorias de los egresados de Comunicación de la Universidad de la República (Udelar) de Uruguay, con énfasis en los procesos de inserción y consolidación profesional. El estudio se enmarca en un proyecto de investigación del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (OPC) de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Udelar. En concreto, estudia el campo profesional de la comunicación con una propuesta metodológica cuanti-cualitativa desde una perspectiva interpretativa y con un diseño exploratorio y descriptivo. El artículo muestra la alta presencia de prácticas profesionales durante la carrera o cercanas al egreso y su buena valoración, ya que se relacionan fuertemente con lo vocacional. En tanto procesos de socialización profesional, también sirven para visualizar algunas tensiones entre la

formación y el mundo del trabajo. En este sentido, el estudio muestra que los egresados más recientes, y en particular quienes pasaron por el Plan de Estudios 2012 de la Licenciatura en Comunicación, señalan una menor distancia de la formación académica con el campo profesional en relación a quienes egresaron hace más tiempo y cursaron el anterior Plan de Estudios 1995. Una vez lograda la inserción, marcada por la ansiedad de entrar al campo profesional, la consolidación de los comunicadores no tiene una única significación y presenta múltiples dimensiones: mejora del salario, delimitación adecuada del rol, la designación en roles de responsabilidad o coordinación, conocer las reglas de juego del campo, o lograr un trabajo deseado sin tener miedo a perderlo, entre otros. Los cambios transcurridos en el campo profesional hacen que algunos egresados no solo se sientan consolidados, sino también constructores de subcampos específicos o profesionales con perfiles híbridos.

**Palabras Clave:** profesión, formación profesional superior, educación universitaria, comunicación.

|2|

**Abstract:**

This paper investigates the trajectories of Communication graduates from the Universidad de la República (Udelar) of Uruguay, with emphasis on the processes of insertion and professional consolidation. The study is part of a research project of the Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (OPC) from the Facultad de Información y Comunicación (FIC) of Udelar. Specifically, it studies the professional field of communication with a quantitative-qualitative methodological proposal from an interpretive perspective, with an exploratory and descriptive design. This article shows the high presence of professional practices during the career or close to graduation and the good evaluation, since they are strongly related to vocation. As a process of professional socialization, the practices also serve to visualize tensions between education and work. In this sense, the study shows that the most recent graduates, and in particular those who went through Plan de Estudios 2012 of the Licenciatura en Comunicación, indicate a shorter distance between professional training and the profession in relation to those who graduated longer ago with Plan de Estudios 1995. Communicators' professional consolidation presents multiple dimensions: salary improvement, adequate delimitation of the role, designation in roles of responsibility or coordination, knowing the rules of the field game, achieving a desired job without fear of losing it, among others. Changes that have taken place in the professional field make some graduates feel not only consolidated, but also creators of new fields or with hybrid profiles.

**Key words:** profession, higher professional training, university education,

communication.

## Introducción

Desde que la Udelar asumió la formación de estos profesionales, el campo de la comunicación en Uruguay se constituye como un objeto de estudio y de indagación que incorpora las prácticas y trayectorias de formación de los comunicadores en la coyuntura nacional, en procesos de institucionalización disciplinar y de legitimación social como profesión.

La formación universitaria en comunicación en América Latina se desarrolló en tensión entre perspectivas críticas y demandas del mercado laboral (Kaplún, 2013), en un campo no homogéneo, con límites complejos y con subcampos (periodismo, publicidad, audiovisual, comunicación organizacional, comunitaria, multimedia, etc.) que reconocen la heterogeneidad de las trayectorias de los profesionales. Estos trayectos se desarrollan en “mercados laborales diferenciados, algunos emergentes y otros decadentes, más formalizados unos y precarizados otros” (Kaplún, 2014, p. 3).

Varios estudios latinoamericanos han encontrado divergencias y rupturas entre los procesos educativos a nivel superior y el mundo del trabajo, entre las universidades y el campo profesional y laboral (Meditsch, 2012; Kaplún, 2012; Blanco, 2017; Deharbe, 2019). Además, con instituciones universitarias que parecen ofrecer definiciones del campo profesional más o menos contestes con las que provienen del mercado de trabajo, pero sustentadas en marcos teóricos críticos con herramientas funcionalistas para el desarrollo profesional, a veces contradictorias o por lo menos en tensión (Kaplún, 2013; Meditsch, 2012).

La relación entre la formación universitaria en comunicación y la inserción, desarrollo, consolidación, prácticas e identidades profesionales en Uruguay se configura como un problema-tema de investigación que requiere profundizar en su estudio, en un campo profesional en constante transformación, con un espacio de formación universitario público único y a la vez diversificado (por áreas profesionales) que necesita comprender la pertinencia de la formación y de las diferentes especialidades.

A partir de 2014, desde el Departamento de Especializaciones Profesionales del Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación (FIC) de la Udelar se comenzó a constituir el Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (OPC). Su propósito es “contribuir a una comprensión crítica del campo profesional de la comunicación en el Uruguay” (Kaplún, 2014) y apunta a desarrollar estudios en el país que vinculen el campo profesional y la formación superior en comunicación. Uno de sus proyectos, denominado “Trayectorias profesionales”, se enmarca en el propósito general del OPC y también en algunos de sus lineamientos específicos, que apuntan a atender la

|3|

relación formación, profesión y trabajo (Kaplún, 2014).

### **Marco conceptual y metodológico**

La construcción del marco conceptual del proyecto “Trayectorias profesionales” del OPC de la FIC incorpora enfoques de diverso origen disciplinar y estudios de otros contextos nacionales sobre el campo profesional de la comunicación, basándose en el instrumental teórico-metodológico utilizado por el OPC (Kaplún, 2014). En él se encuentran aportes desde lo sociológico para la configuración de los campos profesionales y la revisión de estudios latinoamericanos sobre el campo de la comunicación y su relación con la educación superior, que incorporan nociones sobre la formación universitaria de las profesiones. Asimismo, se integran las perspectivas críticas de la sociología de las profesiones, con conceptualizaciones sobre las trayectorias que permiten analizar categorías socio-profesionales, procesos de inserción en el campo profesional y mercados de trabajo, así como los ajustes y relaciones entre formación y trabajo (Panaia, 2004 y 2008).

El marco conceptual se articula en torno a los conceptos de “campo” y “profesión”. Se parte del concepto de campo de Bourdieu (1998), entendido como espacio de juego en el que se disputa capital material y simbólico, en que solo se puede entrar y permanecer respetando las reglas que lo constituyen. Los eventuales cambios en estas reglas pueden partir de movimientos internos y/o externos que lo reconfiguran, por eso interesa entender las reglas hoy predominantes y los movimientos de transformación dentro del campo profesional de la comunicación y en relación con otras profesiones.

Otro concepto clave es el de profesión, entendido como el “conjunto de relaciones estables entre hombres con necesidades y hombres con la capacidad de satisfacerlas” (Fuentes Navarro, 1991, p. 3). En ese marco de relaciones se constituyen prácticas sociales y se configuran identidades profesionales. Relaciones que, por otra parte, están siempre tensionadas entre la estabilidad y el cambio: las necesidades a las que responden y los modos de darles respuesta se van transformando, algo particularmente acentuado en el campo profesional de la comunicación actualmente.

Finalmente, importa pensar el papel de la universidad en la constitución y transformación del campo profesional, “en tanto reguladora de prácticas sociales” (García y Rodríguez, 2011, p. 298) y constructora de identidades profesionales. Las universidades forman para un mundo profesional, pero también construyen ese mundo al ofrecer un repertorio determinado de competencias, saberes y ciertas formas de organizarlas que, por ejemplo, delimitan subcampos y especializaciones, relaciones entre ellos y con otros campos.

El proyecto plantea una propuesta metodológica cuanti-cualitativa desde una perspectiva interpretativa, con un diseño exploratorio y descriptivo que habilita a construir dimensiones de análisis a partir del estudio de casos. En referencia a los métodos de recolección de datos y las técnicas de relevamiento, se utiliza el principio de “triangulación de fuentes” (Gallart, 1992) que, a partir del relevamiento documental, bibliográfico-teórico y el trabajo de campo, posibilita la construcción de categorías y la

definición de las dimensiones de análisis.

El material cuantitativo surge de la “Primera Encuesta a Egresados de Comunicación de la Udelar”, realizada mediante un formulario autoadministrado en línea enviado a una base de datos disponible de 851 personas (un tercio del total de graduados) y respondida por 531 (62%), representativos del universo de acuerdo a varios parámetros controlados (OPC, 2016). Los datos cualitativos recopilados provienen de entrevistas en profundidad con profesionales egresados e informantes calificados (docentes de la formación profesional), testimonios de profesionales en cursos de grado y en los seminarios de intercambio del OPC, así como grupos de discusión y talleres de investigación-implicación (de Gaulejac *et. al.*, 2012) en los que se trabaja principalmente con historias de vida en grupo.

Para estos abordajes se partió de una taxonomía sobre la conformación del campo profesional a partir de las orientaciones ofrecidas por la carrera de Comunicación de la Udelar, que se supone responde a un conocimiento sobre los perfiles profesionales posibles en el contexto local actual, pero con atención a “los avatares del comunicador complejo y fluido” (Massoni, 2016).

Dentro de las fuentes y técnicas utilizadas se incluyen:

- Informe de la “Primera Encuesta a Egresados de Comunicación de la Udelar” (OPC-FIC, 2016).
- Informe “Principales características del Censo de Egresados del Cluster A Generación 2012” del Programa de Seguimiento de Egresados (DGP-Udelar, 2017).
- Relatorías de los Seminarios I, II y III del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (OPC-FIC, 2015, 2016 y 2017)<sup>1</sup>.
- Relatorías de los talleres “Trayectorias profesionales de los comunicadores uruguayos: aprendizajes y desafíos” realizados con graduados en el marco de los Seminarios del OPC (OPC-FIC, 2015 y 2016).
- Procesamiento y sistematización de las presentaciones de los egresados-profesionales realizadas en los cursos de grado de la carrera de comunicación de la FIC: “Universidad y Campo Profesional” (2016 y 2017) e “Introducción a las Profesiones de la Comunicación” (2019) de las distintas áreas profesionales (desarrolladas como trayectorias e itinerarios profesionales).
- Relatorías de los grupos de discusión sobre “Inserción profesional” y “Consolidación profesional” realizados con graduados de la carrera (egresados del Plan 95 y del Plan

---

<sup>1</sup> Las relatorías están disponibles en <https://fic.edu.uy/opc>

20122).

- Entrevistas en profundidad semiestructuradas con graduados de la carrera (egresados del Plan 95 y del Plan 2012).
- Entrevistas en profundidad con docentes de las áreas profesionales de la carrera y con la Coordinación de la carrera de comunicación de la FIC-Udelar.

### Apuntes del campo profesional y la formación

Hasta 2015, los egresados de Comunicación de la FIC tienen un nivel de ocupación similar al de la media nacional, ya que en ese año superaba levemente el 90% entre ellos. Más de la mitad de los graduados realizan tareas vinculadas a su profesión y 34% declara desarrollar tareas que no están o están poco relacionadas con la titulación universitaria obtenida. Entre los egresados que desarrollan tareas en alguna medida relacionados a su profesión, 40% percibe todos sus ingresos por esas actividades y 20% percibe dos tercios de sus ingresos de trabajos relacionados con la profesión. En referencia al primer trabajo relacionado al título obtenido, casi la mitad de los encuestados expresan que lo obtuvieron antes de terminar la carrera, mientras que uno de cada cinco egresados dijo haberlo encontrado en menos de un año luego de haberse recibido. Quienes encontraron su primer trabajo en comunicación después del primer año de egreso pero antes del segundo año sólo representan el 13% y quienes lo hicieron después de dos años son el 20% restante (OPC-FIC, 2016).

La formación universitaria recibida en comunicación parece ser importante en la inserción laboral de los egresados, porque dos de cada tres consideran que fue relevante o muy relevante para conseguir el empleo actual. Al relacionar la formación y la satisfacción con la ocupación actual, los egresados se sienten mayoritariamente conformes: dos de cada tres está satisfecho o muy satisfecho. Dos de cada tres graduados piensan que deberían realizar otro trabajo donde desarrollar mejor sus competencias profesionales, del mismo modo que cuatro de cada cinco egresados considera que debería estar ganando más por las competencias profesionales adquiridas.

Más de la mitad de los encuestados entendió que las razones que dificultan el acceso al empleo en el campo profesional de la comunicación tienen que ver con características del propio campo, como empleos que no están bien remunerados y la existencia de poco trabajo en el área profesional. La falta de práctica profesional y la elevada competencia fueron los motivos que marcó alrededor de un tercio de los graduados para explicar la dificultad para encontrar empleo. Una quinta parte respondió que esas dificultades tuvieron que ver con carencias en la formación, 15% con la falta de conocimientos de idiomas y otro 15% porque consideró que contaba con una titulación inadecuada para la

---

<sup>2</sup> Universidad de la República, Ciencias de la Comunicación (2012). Plan de Estudios Lic. Comunicación 2012. Facultad de Información y Comunicación, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (1995). Plan de Estudios LICCOM. Disponibles en: <https://fic.edu.uy/index.php/ensenanza/grado/lic-en-comunicacion>

oferta laboral. En suma, más de la mitad de los consultados habría optado por la misma carrera en la misma universidad si pudiera volver a elegir y menos de 20% habría realizado una carrera diferente en la misma o en otra universidad. En referencia a la valoración de la formación recibida en la carrera, los graduados indican que valoran bastante o mucho la solidez teórica y la capacidad para formarse opinión propia, mientras que la aplicabilidad para el desempeño laboral y la inserción rápida en el mercado de trabajo fueron consideradas mayoritariamente con poco o ningún valor.

Si estos datos son complementados con información del Censo de Egresados del Cluster A Generación 2012 del Programa de Seguimiento de Egresados de la Udelar (2017), que integró a los 159 graduados de la FIC de 20.123, 70% de los egresados ocupados declararon que su título se encuentra relacionado con su trabajo actual (57% bastante o muy relacionada y 13% más o menos relacionada), aunque con porcentajes un poco por debajo de egresados censados de otras profesiones. Con respecto a la elección de la carrera como opción profesional, sólo 39,7% de los graduados en 2012 elegiría la misma carrera en la FIC, 11% optaría por la misma carrera pero en otra universidad, 33,1% por una carrera diferente en la Udelar y 15,4% optaría por una carrera diferente en otra universidad. Si se observa la valoración de la solidez teórica en la formación, 76,4% de los graduados de la FIC la valora positivamente. No obstante, la valoración desciende a 35,3% cuando se consultó por su aplicabilidad para el desempeño laboral, variable que cuenta con 30,1% de valoración negativa por parte de los graduados. En referencia a la formación para continuar aprendiendo y la capacidad para formarse opinión propia, el promedio de valoración de la formación recibida es de 3,67 y 4,09, respectivamente, para valores que van de 1 (muy negativo) a 5 (muy positivo).

|7|

### **Análisis de la inserción profesional de los comunicadores**

Para el análisis de la inserción profesional de los comunicadores se pone especial énfasis en los momentos próximos al egreso de la carrera, el ingreso al campo y el inicio de las trayectorias en el mundo del trabajo. Se toman como insumos los relatos de las primeras experiencias laborales, de las prácticas profesionales previas al egreso y de las expectativas y decisiones de los graduados en relación a las elecciones en sus procesos de formación y áreas de inserción profesional.

Al analizar los relatos de inserción de los licenciados es importante la noción de socialización profesional (Berger y Luckman, 1986) como modo de hacer y representar la profesión. En vínculo con la formación, las primeras experiencias profesionales despliegan “espacios de socialización y de transmisión de herencias y legados que moldean el vínculo de cada uno con la actividad profesional”, además de que generan significativos “efectos formativos que las prácticas producen en el plano identitario” (Andreozzi, 2011, p. 106).

Si bien cada uno de los subcampos de la comunicación presenta realidades particulares,

---

<sup>3</sup> 158 de ellos fueron egresados de Comunicación.

en el inicio de las trayectorias de los profesionales hay puntos en común en todas las áreas. Entre los egresados de distintas cohortes y de diferentes áreas profesionales se vuelve frecuente una entrada al campo no bien remunerada, marcada por el multiempleo y la multitarea, con poco margen para la libre elección. Particularmente, consideran importante contar con la “oportunidad de entrar”, sin importar demasiado el cómo. En algunos casos la oportunidad de ingreso al campo profesional está dada por la propia universidad, ya sea a través de pasantías y prácticas o por las redes de contactos generadas en el pasaje por la carrera. En otros casos, esta oportunidad se gesta a partir de redes de vínculos propios o gracias a la iniciativa personal.

Los relatos de los profesionales van en el mismo sentido de los datos de la encuesta a egresados de la carrera, que señala que 37% accedió a su primer trabajo relacionado con la comunicación a través de contactos, 19% lo hizo por concursos, 17% gracias a prácticas o pasantías y 16% a través de avisos (OPC-FIC, 2016).

Las primeras oportunidades generadas dentro del campo suelen ser precarias, lo que hace que en la etapa inicial de la trayectoria los profesionales busquen otros trabajos -relacionados o no con la comunicación- como complemento para lograr un mejor ingreso. La necesidad y posibilidad de “sostener los comienzos”, menos remunerados y reconocidos, es común en el ingreso a la profesión, ya que se visualiza como un puente a la consolidación profesional. Esta se logra gracias a estrategias posteriores que profundizan la inserción a partir de nuevos procesos de formación y especialización, de “aprender el oficio”, de reconstruir y resignificar los roles a la interna del primer trabajo y/o construir una trama vincular mayor que habilita otras alternativas -remuneradas o no-, pero que se acercan a las proyecciones imaginadas por los egresados.

Al mismo tiempo, esa precariedad es un obstáculo para muchos que pretenden ingresar al campo. Entre los graduados que no trabajan en comunicación, 45% aceptó un empleo no vinculado con sus estudios porque no pudieron conseguir algo mejor, 26% porque gana más de lo que ganaría en el campo, 24% lo hizo debido a que su empleo les ofrece seguridad y 17% porque le da flexibilidad horaria (OPC-FIC, 2016).

### **Importancia y tensiones de la formación**

A pesar de la heterogeneidad de las experiencias de inserción profesional que relatan los egresados, se encontró una fuerte presencia de prácticas profesionales durante la carrera o muy cercanas al egreso: “visitas”, becas, pasantías, prácticas curriculares o por fuera del currículo, “suplencias”, experiencias honorarias y remuneradas. Al mismo tiempo, estas prácticas no siempre son documentadas, pueden ser “formales” o “precarias”, con o sin evaluación, institucionalizadas o conseguidas por interés del estudiante/egresado, ya sea por la presentación de currículum o envío de producciones propias, o gracias a contactos o recomendaciones.

En suma, se apreció una alta valoración de estas primeras experiencias y el reconocimiento de que han sido claves en las trayectorias de los graduados. Las prácticas tienen sentido para “que te conozcan”, “adquirir experiencia”, “aprender”, “mostrar y

mostrarme”, “acumular currículum”, generar contactos y vínculos, tener prácticas “documentadas” o confirmar la “orientación” y la “vocación”.

Justamente, los egresados relacionan lo vocacional con el ingreso al campo. En los relatos aparece “la pasión”, una entrada al “camino profesional que quería hacer” y “áreas de interés” profesionales “no pensadas antes de la práctica”, “durante la carrera” o “luego de egresar”. Estas primeras experiencias van redirigiendo posibilidades, alimentando “la vocación y el interés” por alguno de los oficios de la comunicación, muestran la posible complementación “con la formación en otras áreas” dentro del campo o la confirmación de que el aprendizaje está en la práctica profesional: “Ser becario fue la mejor escuela”.

Pero en los discursos de los profesionales también aparecen tensiones entre la formación académico-profesional y el mundo del trabajo. Los relatos que son recurrentes respecto al aprendizaje del oficio “en la práctica” y señalan un fuerte acercamiento al campo “directamente en el trabajo”, suelen coincidir en que la formación no aportó “herramientas concretas”.

Cuando reflexionan sobre los inicios de sus trayectorias profesionales, los egresados valoran algunos aspectos de la formación de la carrera, sobre todo en relación “al bagaje teórico” o con “herramientas para pensarse en la profesión”. La formación en comunicación en la Udelar es considerada “diferente a la de las universidades privadas”, como “la posibilidad de pensar la comunicación (...) de forma más crítica, integral” y con una “diversidad teórica que permite saber algo de muchas cosas”. También mencionan a la formación universitaria como “necesaria para tener un bagaje de cultura general” y académica, pero no frente a “lo práctico”, que algunos señalan que fue adquirido con otras formaciones o “en el desarrollo laboral”.

Estos discursos están más presentes en los relatos de egresados de generaciones que cursaron la carrera hace más tiempo, cuando “no tenía orientaciones específicas” de salida e ingresaron en áreas profesionales difusas o medianamente nuevas, como comunicación organizacional o multimedia y TIC. En varios de estos relatos se habla de un ingreso “precoz” al campo laboral que parece “alargar” las carreras de grado, con egresos “tardíos” o con “alejamiento de la carrera” para lograr desarrollarse en lo profesional y luego tener que “reenganchar para terminar” y obtener el título.

En suma, el ingreso al campo muchas veces plantea nuevos desafíos a los profesionales en materia de formación, con actualizaciones, complementaciones o incorporación de competencias específicas en otras áreas de la comunicación. Algunas de ellas son realizadas en la propia Facultad, pero también en otras carreras en Udelar (en simultáneo a la FIC), en otras instituciones (la carrera técnica pública de Comunicación Social o estudios en universidades privadas), o “con estudios de posgrado posteriores”, porque se considera “esencial formarse después del egreso”.

### **Tendencias y novedades en los graduados más recientes**

En los relatos de los egresados de generaciones más recientes aparece con más frecuencia

un ingreso al campo “a partir de oportunidades que brinda la facultad”, que son señaladas como significativas y van desde las “prácticas del seminario-taller” (curriculares), pasando por “ser colaborador honorario”, becario o “la pasantía”. Ello parece relacionarse con una mejor valoración de las primeras experiencias de inserción como parte de procesos de socialización profesional (Lucarelli *et. al.*, 2007). A su vez, se confirma lo recogido en la encuesta a egresados (OPC-FIC, 2016), que señala que las posibilidades de ingreso al campo en las últimas generaciones ha aumentado y que se vislumbra a la FIC como “otra” posibilidad de inserción, a lo que se agrega la alternativa que brindan las prácticas pre-profesionales de inserción y conocimiento del mundo del trabajo.

Estos egresados reconocen cada vez más a la FIC y a la Udelar como un espacio de oportunidad para realizar las primeras prácticas profesionales que dan la posibilidad de producir profesionalmente. “Para conseguir trabajo” en buena parte de las áreas profesionales de la comunicación, contar con esa posibilidad resulta “más importante que enviar currículums”. En este sentido, se observan interesantes diferencias en relación a cambios curriculares registrados en la FIC en los últimos años, tanto a través de la puesta en marcha del Plan de Estudios 2012 o de la actualización del Plan de Estudios 19954 realizada en 2009.

|10|

Los graduados más recientes reconocen una vinculación más cercana del campo profesional con los procesos de formación y una de las formas en que se manifiesta es a través de las primeras prácticas profesionales, que aparecen como claves en las trayectorias de los graduados, sobre todo las curriculares o incorporadas a los procesos de formación. En particular, esto es algo señalado con énfasis por los egresados del Plan de Estudios 2012. Esto hace que se ponga en discusión “el supuesto según el cual las prácticas” y primeras experiencias de inserción “se presentan como espacios de ‘aplicación’ de saberes teóricos y procedimentales al campo del desempeño profesional”; por el contrario, aparecen como “vías regias de aproximación al universo material, simbólico e imaginario de la profesión elegida” (Andreozzi, 2011, p. 113-114).

Desde el punto de vista de los planes de estudios, los graduados que cursaron el Plan 1995 tienen una peor percepción del vínculo entre la formación recibida y el campo profesional respecto a quienes cursaron con la actualización que se aplicó en 2009 a dicho plan, que posibilitó desarrollar más dispositivos y espacios curriculares orientados a lo profesional. A su vez, los graduados del Plan 1995 parecen tener una peor imagen de las posibilidades de inserción profesional que les dio la formación si se los compara con los egresados del Plan 2012. Estos últimos señalan que desde etapas iniciales de la carrera los estudiantes pueden optar por cursos enfocados al campo profesional y a las distintas áreas de especialización, que facilitan el ingreso al mundo del trabajo. Al cotejar los discursos de los graduados con otros estudios desarrollados por el OPC y la Udelar, los cambios curriculares contribuyeron a acortar la brecha entre formación académica y campo

---

<sup>4</sup> Universidad de la República - Ciencias de la Comunicación (2009) “Propuesta de ajustes al Plan de Estudios 1995”. LiCCom-Udelar.

profesional, especialmente en la dimensión de inserción en el mundo del trabajo.

Los graduados y algunos docentes de la carrera definen al Plan 95 como “muy académico”, “generalista” y “muy alejado del mundo profesional”, y reconocen una baja presencia de prácticas curriculares como dispositivos de vinculación con el campo. En cambio, el Plan 2012 aparece en sus representaciones con una “buena relación” con lo profesional, “más próximo”, con una “mayor relación con el campo” -a partir de una mejor valoración de la inserción- y una presencia mayor de prácticas curriculares en la formación (Blanco, 2020).

No obstante, en varios estudios (Udelar, 2017; OPC-FIC, 2016; Blanco, 2020) los graduados presentan una acotada valoración de la inserción profesional frente a otras dimensiones ya mencionadas de la formación recibida. Los graduados del Plan 95, que se reconocen formados en un proyecto curricular con un carácter más generalista, teórico, académico y crítico del campo, se corresponden con una baja valoración de la dimensión de inserción profesional. Sin embargo, dicha valoración también está presente en los discursos de los graduados del plan 2012, más allá de que entienden que su cursada estuvo en una relación más cercana al campo profesional. Por lo tanto, aparecen desfasajes entre el campo profesional, el mercado de trabajo y la formación en comunicación recibida, que son más profundos para los graduados más antiguos (Blanco, 2020).

|11|

### **La consolidación profesional**

A la hora de abordar la etapa de la consolidación de los egresados de Comunicación se vuelve clave saber qué define la identidad profesional en comunicación y, en particular, cómo se relaciona con la formación universitaria recibida y el campo laboral. A partir de Max Weber y Carr-Sanders y Wilson, Gómez y Tenti (1993) plantean tres dimensiones del ser profesional: la acreditación, las prácticas y la remuneración. En primer lugar, plantean que ser profesional implica contar con una acreditación que se otorga al obtener un título universitario o por lo menos al egresar de una institución de formación terciaria. Para los autores, esta dimensión pone en juego saberes académicos y el desarrollo del pensamiento crítico. Pero además, la dimensión profesional implica la formalización de determinadas prácticas, en tanto es el saber-hacer sistemático de determinadas tareas que se realizan en relación a un cargo en una determinada área. Finalmente, ser profesional implica percibir una remuneración, ya que los diferencia de lo *amateur*.

La satisfacción con la profesión del egresado de Comunicación de la Udelar está en relación con el trabajo, el título, la remuneración y el prestigio profesional. Entre quienes “trabajan exclusiva o mayoritariamente en comunicación”, 57% se encuentra satisfecho con su trabajo y el 26% muy satisfecho (OPC-FIC, 2016). No obstante, si se analiza a los egresados de la FIC en 2012, están entre los niveles más bajos de satisfacción con su ocupación actual si se los compara con otras facultades de la Udelar. En suma, son los que en un mayor porcentaje (69,7%) consideran que deberían estar en otro trabajo donde pudieran desarrollar mejor sus competencias profesionales (Udelar, 2017).

Con respecto a la relación entre la remuneración y el ejercicio de la profesión, los

egresados de comunicación que tienen más años de egreso y, por lo tanto más experiencia, son los que ganan más (OPC-FIC, 2016). Sin embargo, 88,5% de los graduados de la FIC en 2012 considera que debería estar percibiendo un salario mayor y si se los compara con otros profesionales egresados de la Udelar, son los que perciben que cuentan con un prestigio profesional más bajo -4.0 en una escala del 1 al 10-. En cuanto al prestigio social que los propios egresados otorgan a su título universitario, los graduados en comunicación también obtuvieron el nivel más bajo (5,1) (Udelar, 2017).

### **El proceso de consolidación según subáreas profesionales**

La consolidación profesional también tiene algunas particularidades según los distintos subcampos de la comunicación y se observan algunas tendencias al respecto en los relatos de los graduados. Por ejemplo, en el campo del periodismo se plantea una tensión entre los universitarios y quienes ejercen el oficio de forma autodidacta o con formación en otras disciplinas. En sus testimonios, los graduados periodistas señalan que la construcción de la legitimación se realiza “en la cancha” y se logra principalmente a través del reconocimiento de los colegas. En este sentido, la consolidación aparece principalmente ligada a la legitimidad y, según los testimonios, se logra a través de diversos caminos. Por ejemplo, con la construcción de una agenda de contactos en alguna área temática, integrándose a equipos de trabajo, obteniendo lugares de responsabilidad y reputación o consolidando un lugar en la estructura del medio en el que trabajan.

|12|

En la publicidad los egresados consideran que su formación es valorada y perciben, en concreto, que entre una persona que estudió la Licenciatura en Comunicación y otra que no “todas las agencias del país eligen a una formada”. De todas formas, no fue algo natural sino una “batalla” que “llevó 25 años”. La publicidad aparece como un campo con un doble desafío: por un lado, la necesidad de revisarse frente a los cambios tecnológicos, por otro -y en consecuencia-, la necesidad de contar con profesionales polivalentes que puedan “solucionar problemas integrales”. Por eso, la consolidación se asocia con sentirse profesional en todas las áreas “del oficio” y en buena medida por la posibilidad de desarrollar trabajos “integrales” que incluyan a todos los rubros de la publicidad.

En los relatos de egresados que trabajan en el área audiovisual la legitimación aparece como algo en constante construcción. En particular, se da una zona de tensión entre el sector del cine, asociado al arte y entendido como un espacio para “hacerse un nombre”, y el área publicitaria, a la que muchos profesionales recurren porque “se gana más”. En este sentido, poder lograr ingresos que permitan vivir del ejercicio de la profesión aparece como una preocupación para quienes desarrollan tareas principalmente en este campo, al que no todos pueden dedicarse en exclusividad por ese motivo. Otro aspecto que tiene incidencia en esa incertidumbre es la propia lógica del trabajo en el sector, que mayormente se estructura en base a proyectos que “empiezan y terminan”. En casi todos los casos se hace un poco de todo y la fuente de ingresos más estable e importante parece ser el trabajo audiovisual dentro de la publicidad. Tanto en el subcampo del audiovisual como en el de la publicidad parece existir una mayor dificultad para que los egresados se sientan consolidados debido a obstáculos relacionados con la permanencia del trabajo y

la retribución.

Los testimonios de egresados que trabajan en la comunicación educativa y comunitaria expresan que la legitimación es dada por los espacios laborales y profesionales. La formación de origen es considerada como una base para ir conformando su profesión, que luego se complementa con los trabajos por los que pasaron y los estudios que realizaron luego de culminar la carrera. En particular, se destacan los aportes que encuentran en el propio campo profesional por parte de los otros actores con los que se vinculan, ya que el trabajo en equipo es una característica del sector. Esto, que puede hacer que algunas veces se diluya la especificidad del trabajo de los comunicadores educativos y comunitarios, los lleva a reflexionar activamente al respecto, muchas veces para marcar límites en las tareas que desarrollan.

El campo de la comunicación organizacional presenta varias similitudes con el de la comunicación educativa y comunitaria en cuanto a la consolidación de los profesionales. Además de valorar la legitimación dada en el propio campo profesional, algunos egresados plantean que los conocimientos y habilidades requeridas en esta área son muchas y variadas: diseño gráfico, gestión de prensa, buena escritura, conocimientos de sonido, de publicidad y de tecnologías de la información, entre otros. Ello tiene que ver con el amplio abanico de roles que cumplen a la interna de las organizaciones, que van desde acompañar a otros funcionarios en la gestión dentro de diferentes áreas temáticas, participar en la definición de la visión, misión y valores de la organización, realizar la gestión de planes de calidad de vida, implementar cambios analizando resistencias, fortalezas, debilidades, o generar mecanismos de participación.

Más allá de las particularidades de los distintos subcampos, los relatos de los egresados dicen que un aspecto común a todo el campo profesional de la comunicación es que, en ningún caso, tener un título implica necesariamente una legitimación. Ello es más marcado en áreas con oficios más desarrollados como el periodismo o el audiovisual, donde el título no habilita el ejercicio de la profesión. Pero contar con titulación es un factor relevante -y muchas veces excluyente- en llamados en el sector público, para desarrollar tareas en diferentes organismos y políticas públicas. Si se observa la influencia de la titulación en los actuales empleos de los graduados de Comunicación de la FIC, para uno de cada cuatro el título universitario en comunicación es una exigencia para llevar adelante la tarea y para más de un tercio fue determinante a la hora de ocupar el cargo; la suma de ambas categorías expresa que para 60% de los egresados con trabajos relacionados a la profesión la influencia de la titulación fue determinante o una exigencia.

Fernández (2016) plantea que la legitimidad tiene que ver con la autoridad profesional, la relación con el conocimiento lego y la pertinencia y calificación de la demanda. En este sentido, la autoridad profesional se entiende como el “reconocimiento de la legitimidad para proponer enunciados válidos sobre un área del conocimiento, a veces en forma monopólica”. Actualmente, el comunicador continúa construyendo su rol, lo que implica que muchas veces deba defenderlo explícitamente, por ejemplo, en relación a las tareas que otros pretenden que realice (Blanco y Toledo, 2016).

Este trabajo plantea a la consolidación como síntesis de los procesos de legitimación,

retribución, formación y permanencia en el trabajo, que se construye de manera individual, con trayectorias personales marcadas por diversas elecciones y procesos de formación, y por caminos que va planteando el propio campo profesional. Por lo tanto, la consolidación tiene significaciones variadas: para algunos se logra por la mejora del salario, para otros a través de una adecuada delimitación del rol del comunicador o al obtener roles de responsabilidad o coordinación. A su vez, otros se sienten consolidados por conocer el campo profesional y sus reglas de juego, o por trabajar en lo que les gusta sin tener miedo a quedarse sin hacerlo. En algunos casos tiene que ver con lograr ser contratados por su especificidad, lo que muchas veces lleva a que se conciben como profesionales de un subcampo antes que como comunicadores. Al mismo tiempo, quienes presentan más dificultades para visualizar esa dimensión consideran a la consolidación como “una búsqueda que nunca termina”.

Los cambios transcurridos en el campo profesional hacen que algunos egresados no solo se sientan consolidados, sino también constructores de campos específicos. Se argumenta que los cambios tecnológicos y las políticas públicas han generado nuevas y diferentes prácticas, roles y acciones en el campo comunicacional.

[14]

### **Comunicadores híbridos en un campo en constante transformación**

Definida como “el espacio común compartido entre el individuo, su entorno profesional y social y la institución donde trabaja” (Bolívar, Fernández-Cruz y Molina, 2005, p. 3-4), la identidad profesional del comunicador se forja a partir de la formación académica, las posibilidades y experiencias de inserción, las oportunidades de consolidación, los imaginarios profesionales de graduados, docentes y empleadores. Estos están en una relación constante y compleja con un mercado laboral cambiante, vertiginoso e innovador, pero a la vez precarizado y utilitarista. El modo en el cual las trayectorias profesionales son narradas por los comunicadores permite visualizar prácticas, estéticas, desempeños y elecciones éticas singulares de cada uno, a la vez que contribuyen a escenificar un panorama colectivo de lo que implica trabajar en comunicación.

El campo profesional de la comunicación describe, delimita, legitima y da prestigio, no sólo a quienes se desempeñan en él, sino también a la comunicación como campo disciplinar. Los comunicadores, en tanto individuos socializados -profesionalmente- como “fragmentos hablantes y caminantes de una sociedad dada, son fragmentos totales; es decir, encarnan -en parte efectivamente, en parte potencialmente- el núcleo esencial de las instituciones y de las significaciones de su sociedad” (Castoriadis 1997, p. 3).

En este espacio complejo de interacción de particularidades y sentidos compartidos, también se redefinen los subcampos de la comunicación. Las decisiones y legitimidades profesionales se tensionan entre lo esperado, lo imaginado y lo posible, construyendo continuidades, nuevas dinámicas precarizantes, pero también nuevos campos de incidencia y de “autoridad profesional”. Las formas de realizar periodismo o comunicación organizacional se transforman y, a su vez, se constituyen trayectorias profesionales que transforman, recorren o mezclan las acciones y definiciones más

tradicionales sobre lo que son y hacen los comunicadores. Ya no son transformaciones de los subcampos tradicionales sino construcciones propias que permiten el surgimiento de nuevas figuras, como la del comunicador híbrido.

Esta denominación, aún en construcción, incluye diversas realidades de los graduados de Comunicación en Uruguay y, a su vez, en su análisis permite desnaturalizar los intersticios entre lo imaginado, lo posible y lo realizable del campo profesional actual. Constituye un camino, entre otros posibles, para pensar sus transformaciones y el rol de la universidad como actor parte de su configuración.

Visualizar las hibrideces no permite pensar en espacios “entre”, ya que incluso no admiten purezas entre ellas. Para algunos es algo que nace como un deseo, pero también como una oportunidad de comprender la complejidad de los procesos comunicacionales, destacarse, o insertarse profesionalmente. Para otros, cumple con una necesidad de adaptarse a una demanda del mundo del trabajo. Inclusive, ante inicios no deseados de inserción profesional, en ocasiones se construyen trayectorias híbridas posteriores, que son muy valoradas en los relatos de los graduados. Para algunos significa trabajar en más de un subcampo profesional, ya sea en el multiempleo o en el cumplimiento de múltiples tareas. Este tipo de hibridación se observa en la encuesta a egresados ya citada, en la que muchos profesionales indican que trabajan por lo menos en dos subcampos, y en el análisis de las trayectorias, sobre todo en la etapa de inserción.

[15]

Otra hibridación observada es la que se da con campos “vecinos”, cuando tanto las tareas como los objetivos se hermanan con áreas cercanas. Por ejemplo, esto ocurre con los productores audiovisuales y otros perfiles técnicos, con comunicadores organizacionales y administradores, o con comunicadores educativos y comunitarios y educadores o trabajadores sociales. En estos casos, existe una adquisición de conocimientos y abordajes de otras especialidades que terminan impregnando fuertemente la práctica profesional del comunicador con otro campo disciplinar extranjero que se puede ver muy beneficiado por su estrechamiento.

Finalmente, se observa una hibridación “hiperespecializada”. Generalmente, aquí el campo disciplinar híbrido se constituye como resultado de una experiencia multidisciplinaria que luego se consolida en un perfil profesional que cuenta con un acumulado de conocimiento destacado y exhaustivo sobre una temática de interés. Allí encontramos los vínculos entre comunicación y derecho, comunicación y salud, o comunicación y desarrollo, entre otros.

El fenómeno de la hibridación parece un efecto de la era contemporánea, sin embargo, hay “superespecializaciones híbridas” (Kaplún, Martínez y Martínez, 2020) de larga trayectoria, por ejemplo, en el ejercicio del periodismo económico y cultural. Además, la transversalización de perspectivas entendidas tradicionalmente como de otros campos aparece de manera instituyente en el ejercicio profesional de la comunicación. Este es el caso de los estudios de género, de desarrollo o de ambiente.

Más allá de sus repercusiones en el quehacer profesional y en la generación de “nuevas identidades” de los comunicadores, la hibridez plantea una multiplicidad de variantes de

la relación empleo-empleabilidad-mundo del trabajo. El contexto socioeconómico y ciertas transformaciones de las condiciones de empleabilidad como el auge del teletrabajo o la inclusión de tecnologías en los procesos comunicacionales siembran campos fértiles para el aumento de estos perfiles. Al mismo tiempo, naturalizan decisiones que exponen a los trabajadores a vivencias de precarización laboral: reducción del capital humano, exigencia de manejo de múltiples herramientas, énfasis en la comunicación instrumental o imposibilidad de participar en la planificación de los procesos.

A su vez, la hibridez existe por iniciativa de los profesionales de la comunicación al encontrar nuevos espacios de trabajo, incorporar la perspectiva comunicacional a diversas problemáticas sociales, al recorrer caminos creativos donde la comunicación puede jugar un papel fundamental, o construyendo nichos laborales y espacios de reconocimiento profesional. Nombrar y delimitar las hibrideces resulta clave para el diálogo crítico con el campo profesional, porque hace visibles las nuevas lógicas y desigualdades en el campo laboral. También permite apreciar recientes construcciones identitarias que permiten visualizar las fronteras, siempre difusas, entre los diferentes subcampos profesionales, e incluso nuevas configuraciones donde ser comunicador es casi la única definición en común.

[16]

El abordaje de la inserción profesional, la consolidación y las múltiples trayectorias, entre ellas las híbridas, resultan imprescindibles para comprender el mundo del trabajo de la comunicación desde su complejidad. Al mismo tiempo, son importantes para construir diálogos críticos que problematicen las desigualdades y la precarización, y para interpelar el rol que juega la universidad. El análisis de las prácticas y relatos de los profesionales son claves para que las instituciones que los forman puedan comprender e intentar transformar un determinado campo profesional y, de esa forma, abrir un debate político sobre el papel de la universidad y sus graduados.

### Referencias bibliográficas

- Andreozzi, M. (2011). Las prácticas profesionales de formación como experiencias de pasaje y tránsito identitario. *Archivos de Ciencias de la Educación*, 4 (5). Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de La Plata.
- Berger P. y Luckmann T. (1986). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Blanco, Alberto (2020). *Pertinencia curricular y campo profesional: la formación universitaria en comunicación de la Udelar* (Tesis de la Maestría en Enseñanza) Universitaria de la Universidad de la República, Uruguay.
- Blanco, A. y Toledo, M. (2016). Taller de trayectorias profesionales. En F. Franco, *Relatoría II Seminario Observatorio de las Profesiones de la Comunicación, FIC-Udelar*. Disponible en: <https://fic.edu.uy/index.php/OPC>
- Blanco, Cecilia (2017). Campo mediático, condiciones laborales, representaciones sociales y demandas en la ciudad de Córdoba. En M. Panaia, (Coord.), *De la*

*formación al empleo: El desafío de la innovación.* Buenos Aires: Miño y Dávila.

- Bolívar, A., Fernández-Cruz, M. y Molina, E. (2005). Investigar la identidad profesional del profesorado: una triangulación secuencial. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 6 (1). Recuperado de: <https://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/download/516/1117/0>
- Bourdieu, P. (1998). *Meditaciones pascalianas*. Barcelona: Anagrama.
- Castoriadis, C. (1997). El Imaginario Social Instituyente. *Zona Erógena*, 35.
- Deharbe, D. C. (2019). Las valoraciones de los graduados en Comunicación Social sobre su formación. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, 30 (58), 96-124. Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina.
- de Gaulejac, V.; Hanique, F. y Roche, P. (Dir.) (2012). *La sociologie clinique. Enjeux théoriques et méthodologiques*. Paris: Erès.
- Dirección General de Planeamiento (2017). *Principales características del censo de egresados del Cluster A Generación 2012*. Programa de Seguimiento de Egresados. Universidad de la República.
- Fernández, J. (2016). *La construcción de la autoridad profesional en el campo de la comunicación* (ponencia). II Seminario del Observatorio de las Profesiones, FIC-Udelar.
- Fuentes Navarro, R. (1991), Prácticas profesionales y utopía universitaria: notas para pensar el modelo de comunicador. *Revista Diálogos de la comunicación*, 31.
- Gallart, M. A. (1992). La integración de métodos y la metodología cualitativa. En F. H. Forni; M. A. Gallart. e I. Vasilachis de Gialdino, *Métodos cualitativos II. La práctica de la investigación*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
- García, P. y Rodríguez, L. F. (2011) Sobre profesiones, prácticas y oficios de la comunicación. *Revista Signo y Pensamiento*, XXXI (59), 298-306.
- Gómez Campo, V. y Tenti Fanfani, E. (1993). *Universidad y profesiones*. Buenos Aires: Miño y Dávila.
- Kaplún, G., Martínez, M. y Martínez, S. (2020). “Comunicadores híbridos: campo profesional y formación universitaria”, ponencia presentada en XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), noviembre, Medellín.
- Kaplún, G. (2014). *Observatorio de las profesiones de la comunicación*. Departamento de Especializaciones Profesionales. FIC-Udelar.
- Kaplún, G. (2012). Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional. *Revista Diálogos de la comunicación*, 83.
- Kaplún, G. (2013). Viejas y nuevas tradiciones en la comunicación latinoamericana.

*Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación, 18.*

- Lucarelli, E.; Calvo, G.; Del Regno, P.; Donato, M.; Finkelstein, C.; Gardey, M.; Nepomneschi, M.; Solberg, V. (2007). La formación en la profesión: la problemática de los aprendizajes complejos en la universidad. *Praxis Educativa, 11*, 31-37.
- Massoni, S. (2016). *Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires*. Quito: CIESPAL.
- Meditisch, E. (2012). *Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir. A função social da Universidade e os obstáculos para sua realização*. Florianópolis: Insular.
- Observatorio de las Profesiones de la Comunicación FIC-UDELAR (2016). *Primera encuesta a egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República*. II Seminario del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación, julio de 2016.
- Panaia, M (2004). El aporte de las técnicas biográficas a la construcción de teoría. *Espacio Abierto, 13* (1), 51-73. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12201303>
- Panaia, M. (2008). *Una revisión de la sociología de las profesiones desde la teoría crítica del trabajo en Argentina*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Universidad de la República - Ciencias de la Comunicación (2009). *Propuesta de ajustes al Plan de Estudios 1995*.
- Universidad de la República - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (1995). *Plan de Estudios LICCOM-UdelaR*.
- Universidad de la República–Ciencias de la Comunicación (2012). *Plan de Estudios LicCom 2012*. Facultad de Información y Comunicación, Udelar.