

COMUNICADORES Y COMUNICADORES:

UNA PROFESIÓN EN PERMANENTE CONSTRUCCIÓN QUE DESAFÍA A LA FORMACIÓN

Sol Benavente

Universidad de Buenos - Argentina

solmariabenavente@gmail.com

Washington Uranga

Universidad de Buenos Aires / Universidad Nacional de La Plata - Argentina

wuranga@wuranga.com.ar

|1|

Recibido: 15 de febrero de 2021

Aceptado: 03 de Mayo de 2021

Identificador permanente (ARK): <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/r9xp2lvaq>

Resumen:

La comunicación y la profesión de comunicadores y comunicadoras se hacen como el camino, al andar. Toda vez que nos estemos refiriendo a una de las profesiones en comunicación, cuales quiera de ellas que sea, estaremos hablando de una práctica profesional que supone un necesario recorte de lo que entendemos amplia y completamente por comunicación. El desafío que hoy se nos plantea consiste en encontrar regularidades, rasgos comunes y hasta diferencias para poder precisar no solo las características de la acción y el modo de incidencia político-cultural que es parte de la tarea de comunicadoras/es, sino también distinguir los desafíos que se presentan a la formación académica y profesional. Los comunicadores y comunicadoras somos científicos sociales y trabajadores/as. Frente a la compulsión del mercado y las nuevas formas productivas que la digitalización impuso, el desafío es reconocer la permanente construcción del desarrollo profesional sin perder de vista los sentidos y principios sobre los que se forjó nuestro campo: el derecho a la comunicación entendido como habilitante de otros derechos, el ejercicio de la escucha y la multiplicación de la palabra.

Palabras clave: comunicación - profesiones - formación - universidad

COMMUNICATORS AND COMMUNICATORS:

A PROFESSION IN PERMANENT CONSTRUCTION THAT DEFIES TRAINING

Summary:

Communication and the profession of communicators are made like the road, when walking. Whenever we are referring to one of the communication professions, whatever it may be, we will be talking about a professional practice that supposes a necessary cut of what we understand broadly and completely by communication. The challenge that we face today consists of finding regularities, common features and even differences in order to specify not only the characteristics of the action and the mode of political-cultural incidence that is part of the task of communicators, but also distinguish the challenges that arise in academic and professional training. The communicators are social scientists and workers. Faced with the market's compulsion and the new productive forms that digitization imposed, the challenge is to recognize the permanent construction of professional development without losing sight of the senses and principles on which our field was forged: the right to communication understood as enabling of other rights, the exercise of listening and the multiplication of the word.

|2|

Keywords: communication - professions - training - university

Introducción

La revolución no se dice, se hace, como el camino. Se despiertan los hombres y se ponen en marcha con todo lo que son. Hombres reales, porque lo arriesgan todo en la aventura de recrearlo todo, incluso "la teoría". La teoría necesaria va naciendo al ritmo de la marcha; no antes, no por fuera. Desde dentro, desde la decisión y la aventura. Lo fácil es copiar, pero no vale. Como tampoco vale la sola voluntad, imponente frente al cerco brutal de la opresión.

Jesús Martín - Barbero, 2018

La comunicación y la vida de comunicadores y comunicadoras es siempre un camino en construcción. Porque la ciencia de la comunicación, a pesar de su constante desarrollo, aún no logra consolidarse de manera suficiente para dar explicaciones satisfactorias a los fenómenos



sociopolíticos y culturales que los sistemas comunicativos generan. También porque, entre otros motivos, el desarrollo tecnológico es creciente y vertiginoso y modifica en forma constante los modos de hacer comunicación. De tal manera que eso que llamamos la profesión no solo se redefine en forma permanente sobre sí misma, sino que abre de manera constante nuevas aristas, otras posibilidades y, en consecuencia, traza otros desafíos.

Así, la comunicación y la profesión de comunicadores y comunicadoras se hacen como el camino, al andar. Acompañando también a las prácticas sociales, de las que son parte, y que constituyen la esencia de procesos políticos culturales. A lo largo de la historia quienes hacen comunicación tuvieron incidencia decisiva en la construcción de la historia de las comunidades, pero, a su vez, la misma profesión fue adquiriendo volumen y personalidad a la luz de esos cambios.

Y este derrotero es acompañado –en algunos casos, impulsado– por los procesos de formación que oscilan entre humanismo y tecnicismo, entre las demandas del mercado y los requerimientos de una interpretación compleja de la comunicación en relación con la sociedad y la cultura contemporánea. Estas tensiones son las que también configuran debates entre quienes están a cargo de la formación con las diferencias que surgen por los distintos recorridos profesionales y personales de las y los docentes. Parte de ellos y de ellas solo se desempeñan en el terreno de la enseñanza y, en la investigación. Los menos completan su experiencia sumando a ello el trabajo profesional, para obtener de esta manera una mirada más completa y más compleja sobre el campo profesional, su agenda, sus desafíos y sus demandas.

Por ese motivo es necesario profundizar en este tipo de estudios porque la formación universitaria en comunicación precisa abarcar el tema de manera integral, articulando investigación, enseñanza, experiencia profesional, con el aporte de todas y todos los protagonistas del campo. Aún reconociendo que ello implica involucrarse en un escenario de tensiones y debates de no fácil discernimiento y resolución.

El campo profesional y su diversidad

Resulta prácticamente imposible, por las razones antes apuntadas, hacer un mapa de las profesiones en comunicación. Mucho más modestamente se puede avanzar en una topografía que, lejos de la idea de un trazado rígido y permanente, pretende apenas situar referencias en un territorio, comprendido como un lugar habitado, plagado de zonas, accidentes, intersticios, atajos y elevaciones que orienten a quien lo transita para encontrar los modos de atravesarlo, vivirlo y desentrañarlo.

Todo lo anterior también porque, sin perder la rigurosidad que demanda el análisis científico y académico, no podemos desprendernos de nuestras implicancias. Somos parte de ese campo como analistas, investigadores e investigadoras, pero también como trabajadores y trabajadoras de la comunicación. En este cruce entre saberes, profesión y trabajo emergen cuestiones para tener en cuenta y que las anotamos así no formen parte directamente de este texto.

Si bien no es difícil reconocer en el periodismo el dato más antiguo y relevante de lo que hoy entendemos como la profesión del comunicador y la comunicadora, no menos cierto es que resulta

necesario referir a la diversidad que hoy enfrenta el campo. Para adentrarse en este tema, la idea de campo de Pierre Bourdieu resulta fértil. El mexicano Raúl Fuentes Navarro sostiene que "el concepto de campo nos permite reconocer las tensiones y los desfases entre los actores que lo constituyen con sus prácticas". Desde esta perspectiva propone encarar el campo de la comunicación que "está constituido por el conjunto de instituciones que estudia la comunicación superior, la teoría que la sustenta, la investigación, la formación universitaria y la profesión". Abordarlo desde esta noción implica centrarnos "en las prácticas que realizan los actores o agentes sociales -sujetos individuales y colectivos como nosotros- con el fin de impulsar proyectos sociales específicos: en este caso, estructuras de conocimiento y pautas de intervención sobre la comunicación social" (Fuentes Navarro, 1995, p. 70).

El investigador boliviano Alfonso Gumucio Dagrón en su texto "Comunicación para el cambio social: El nuevo comunicador", recogía una referencia surgida de un organismo internacional en la que, de alguna manera, sintetiza lo anterior.

Al principio de la década de los noventa UNICEF se dio cuenta de que sus funcionarios encargados de información y comunicación eran contratados bajo unas cincuenta categorías diferentes, que iban desde el directo (explícito) encargado de comunicación o de información, hasta funcionarios de movilización social, abogacía, comunicación de apoyo al desarrollo, movilización de la comunidad, mercadeo social, comunicación para el desarrollo, medios, relaciones externas, relaciones públicas (Gumucio Dagrón, 2003, párr. 3).

Esta realidad se constata todavía hoy no solo en los organismos internacionales, sino también en el Estado, en las empresas y en las organizaciones. A ello deben agregarse todas las categorías propias de quienes trabajan en los medios de comunicación, desde periodistas y productores y productoras, hasta animadoras y animadores y estrategas de contenidos (*community manager*), más quienes se desempeñan en la publicidad con figuras diversas, en los procesos educativos o en el trabajo comunitario. Casi que resulta inabarcable la mención de todas las tareas que, respondiendo siempre al registro identitario de la comunicación, realizan comunicadores y comunicadoras de manera transversal en las prácticas sociales.

La diversidad de acepciones que incluye la condición de comunicador y comunicadora habla además de la vastedad del campo profesional y plantea la dificultad para precisar el objeto del debate sobre este punto. Si bien hay raíces comunes, las trayectorias, los recorridos, pero también las prácticas fueron adquiriendo modalidades, generando especializaciones, difíciles de contener bajo una misma denominación.

En el trasfondo de estas diferencias hay tradiciones que contienen, al mismo tiempo, las diversas concepciones de la comunicación que están en juego y que disputan tanto en la teoría como en la construcción del campo profesional. Respecto de estas perspectivas pretendemos adelantar algunas ideas en el acápite de este texto.

Un riesgo que debe ser evitado es caer en la mirada que solo repara en el mercado e intenta dividir las profesiones desde la única perspectiva de la división del trabajo y, en consecuencia, de las

capacidades y habilidades que se demandan en función de la producción. Se trata de una reducción que simplifica y genera falsas tensiones porque si bien por un lado, (el comunicador, la comunicadora) debe ser capaz de enfrentar y resolver situaciones propias de su campo, también debe dominar los medios tecnológicos del momento, y por otra parte, debe ser idóneo al momento de afrontar situaciones de interacción social y cultural, es decir, 'no es un simple mediador o escriba', ni un *management*, sino alguien capaz de analizar, interpretar, diagnosticar, gestionar, planificar y ejecutar, con pertinencia y pericia, en los diversos contextos que lo requieran (Zalba E. y Bustos, J., 2001, p.40).

Del ejercicio de la profesión deviene necesariamente una complejidad que se refleja también en las formas de conocimiento.

Las claves entonces de las nuevas figuras de razón –asegura Jesús Martín-Barbero- se halla en la interfaz y el hipertexto, en cuanto dispositivos de articulación de múltiples tipos de lenguajes, saberes y escrituras, que hacen parte de un nuevo ecosistema comunicativo entrelazador de medios audiovisuales, telecomunicaciones y computador, y destabilizador de las instituciones tradicionales del saber. Lo que está produciendo una fuerte diseminación de saberes que, en su forma mosaico, emborronan y desbordan tanto los lugares, como los tiempos del aprender (Martín-Barbero, 2005, párr. 4).

|5|

La comunicación como profesión

Aproximarse al campo profesional y preguntarse por las incumbencias del comunicador en estos tiempos demanda retomar aportes y preocupaciones planteados desde hace más de tres décadas por importantes referentes de la comunicación en América Latina. Partimos de la idea que propone Fuentes Navarro retomando a Pablo Lapatí Serra: "una profesión cualquiera, no es la prestación de un servicio de un individuo a otro individuo. Es un conjunto de relaciones estables entre hombres con necesidades y hombres con la capacidad de satisfacerlas. Por esto las profesiones adquieren modos de funcionamiento acordes con la formación social en que están insertas. Por esto son estructuras sociales" (Fuentes Navarro, 2007, p.2).

Frente al amplio desarrollo del campo profesional existe la necesidad de fijar márgenes de intervención de los comunicadores y las comunicadoras. Primero para no restringir la labor al trabajo del periodista, menos aún al buen uso de las herramientas y técnicas. Segundo, para tomar en cuenta que los avances tecnológicos borran rápidamente las difusas fronteras erigidas. Héctor Schmucler ya había alertado respecto de la formación y alegaba que "el estudio de la comunicación se convierte, con frecuencia, en el aprendizaje del uso de instrumentos o en la evaluación de las consecuencias del uso de determinadas tecnologías. En uno u otro caso, el instrumento aparece como un mediador más o menos neutro" (1984, p.7). Y Martín-Barbero advierte que "si bien en las escuelas de comunicación el que predominó durante mucho tiempo fue el modelo humanista (...) asistimos a su desplazamiento, pero no por el modelo racionalista sino por el tecnicista" (2008, p.17).

Lo significativo en este desafío es reflexionar sobre la actuación de las y los profesionales de la comunicación para disponer de algunas pistas acerca de sus competencias tomando el reto de no "subordinar la formación universitaria a las demandas, explícitas y tácitas, de los empleadores, es decir, de quienes controlan el 'mercado' ", y tampoco resignar "la utopía de un ejercicio comunicacional democrático y democratizador" (Fuentes Navarro, 2007, p.1).

Sin perder de vista tampoco que la exponencial concentración de los medios de comunicación impone seguir pensando acerca de las circunstancias en las que se desarrolla el ejercicio profesional y la condición en tanto trabajadores y trabajadoras de quienes lo llevan a cabo. En este contexto no es posible ejercer la libertad de expresión (siempre declamada desde los medios hegemónicos) o referirse a la libertad del ejercicio de la tarea profesional. No podemos soslayar la profunda relación que existe entre los medios de comunicación (o conglomerados de medios o empresas periodísticas) con los poderes económicos. Este escenario es cada vez más complejo y como consecuencia resulta cada vez más difuso separar la tarea del comunicador y de la comunicadora de los intereses de los dueños de los capitales y de la incidencia que esta realidad tiene en la práctica profesional expresada en presiones y condicionamientos que restringen la autonomía, la libertad y hasta ponen en riesgo la integridad física de las personas.

En la complejidad de estas realidades se encuadra la responsabilidad de comunicadoras y comunicadores, puesto que trabajamos con los sentidos, somos mediadores y productores de sentidos sociales. Para enmarcar este enfoque recurrimos a la filósofa española Adela Cortina, cuando señala que "el buen profesional es el que da cuenta de que su profesión sirve a las personas (...) que son las que se benefician con la actividad" (2008, p.19).

El desafío que hoy se nos plantea consiste en encontrar regularidades, rasgos comunes y hasta diferencias para poder precisar no solo las características de la acción y el modo de incidencia político-cultural que es parte de la tarea de comunicadoras y comunicadores, sino también distinguir los desafíos que se presentan a la formación académica y profesional.

¿Comunicación? ¿De qué estamos hablando?

Profundizar acerca de las profesiones de la comunicación requiere como escala previa precisar de qué estamos hablando cuando decimos comunicación y esto implica ingresar en el terreno de un debate aún no saldado entre investigadores, investigadoras y profesionales. Varias razones confluyen para generar una zona de conflicto respecto de la cuestión. La primera es, sin duda, epistemológica y está claramente relacionada con lo que todavía puede considerarse como la "juventud" del campo. El terreno de saberes comunicacionales abreva en diferentes disciplinas preexistentes y se ha nutrido de ellas para construir, no sin dificultades, un compendio de conocimientos y una axiología propia que hasta hoy continúa en construcción. Una segunda razón tiene que ver con la enorme diversidad de prácticas que emanan de los saberes de la comunicación y que, precisamente, dan motivo a este trabajo. Y una tercera, cuando menos, está vinculada con el desarrollo tecnológico acelerado que produce nuevos saberes, dando lugar al surgimiento de otras capacidades y habilidades.

Todo lo anterior va configurando un abanico de modos de ser y actuar atribuibles a quienes se autodenominan y son reconocidos como comunicadores y comunicadoras.

Pero volviendo al planteo central de este apartado. Para referirnos a las profesiones necesitamos clarificar a qué nos referimos cuando decimos comunicación por lo menos en lo atinente a este trabajo.

Desde una perspectiva humanista y basada en la tradición latinoamericana de los estudios comunicacionales, que Jesús Martín-Barbero (2002) recoge de manera magistral en *Oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, definimos la comunicación como interacción social y producción de sentidos en la sociedad, que contribuyen a la construcción colectiva de claves de interpretación que son base de la cultura. Decimos entonces que la comunicación es un proceso social que involucra no solo a quienes son reconocidos como profesionales del campo sino al conjunto de actores que interactúan para producir, intercambiar y negociar formas simbólicas que son parte integral del sujeto actuante en el escenario de las prácticas sociales (Uranga, 2016).

La comunicación expresa el entramado de la relación productiva en la sociedad, que es además fundamento de la cultura, pero también de la institucionalidad colectiva para establecer coordenadas comunes que terminan configurando los modos de ser y actuar en la sociedad.

Teniendo en cuenta también el riesgo sobre el que alerta Martín-Barbero cuando afirma que “la comunicación ha dejado en suspenso su verdadera naturaleza, el diálogo”. Porque “cuando dos hombres ‘comunican’, lo esencial es que el lenguaje está ahí como forma humana, indispensable, implicada en toda situación, en todo horizonte, en toda posibilidad de presencia del hombre en el mundo de cara a los otros” (2018, p. 99).

“Todo es comunicación” se puede llegar a escuchar en el lenguaje cotidiano y en algunos ámbitos académicos no afines al campo específico. Es una forma poco ajustada pero reveladora de conceder que la comunicación es inherente a la condición humana y que se trata primero de una relación humana antes que una profesión en los términos que antes expusimos. Por ese mismo motivo la aceptación de que la comunicación es esencial a la condición humana no hace sino complejizar el acercamiento a las profesiones que de allí se derivan.

Sin embargo, problematizar la cuestión relativa a las profesiones en comunicación no debería hacer perder de vista este punto de partida. No hay ninguna profesión dentro de la gama de las relacionadas con la comunicación, que pueda dar cuenta de toda la complejidad del fenómeno comunicacional en sí mismo. Toda vez que nos estemos refiriendo a una de las profesiones en comunicación, cuales quiera de ellas que sea, estaremos hablando de una práctica profesional que supone un necesario recorte de lo que entendemos amplia y completamente por comunicación. De allí también que, como veremos más adelante, nos encontramos que asiduamente quienes ejercen la profesión lo hacen en varias de sus acepciones e incluso simultánea y complementariamente en varias de ellas. Sin perder de vista esa otra categoría que parece sintetizar todo lo anterior en la figura de los “comunicadores híbridos” como lo mencionan en sus trabajos Kaplún, Martínez y Martínez (2020) en la Universidad de la República, Uruguay.

Prácticas profesionales en movimiento

Tal como se describió con anterioridad el campo de la comunicación y sus inserciones profesionales ha ido modificándose a lo largo del tiempo. Desde la sociología del trabajo, Marta Panaia y Delfino A. sostienen que "la inserción profesional designa a la vez un proceso y un resultado de ese proceso" (2019, p.28). No corresponde ni resulta útil en consecuencia, pretender el armado de tipologías puras o delimitaciones taxativas de tareas. Vale en cambio la pregunta acerca de cuáles son los trabajos de comunicadores y comunicadoras y las características de cada uno de ellos como modo exploratorio hacia una aproximación al tema.

Las prácticas comunicativas en la sociedad son muchas y muy diversas. No existe un modelo dentro del cual se las pueda encasillar, porque responden a la esencia misma del ser humano como sujeto libre, de condición humana compleja y social. Tales prácticas se recrean por los hábitos propios de la cultura, que van generando nuevas ritualidades, por el desarrollo de técnicas y tecnologías de comunicación, y por el entrelazamiento y la interacción de ambos campos en el ámbito de la vida cotidiana de las personas. Puede decirse, por ejemplo, que las redes sociales, y en general Internet, crean nuevos hábitos comunicacionales. Por este camino las prácticas comunicativas promueven otras necesidades sociales. También la falta de acceso al mundo cibernético de Internet, sus hábitos y sus habilidades, puede leerse hoy como una forma de exclusión social.

Las prácticas sociales implican procesos de significación y producción de sentido. Los sujetos, emisores y receptores, se constituyen ellos mismos en el espacio discursivo. En esto va la complejidad de las tareas profesionales a las que nos estamos refiriendo.

No resulta ajeno a lo anterior que la convergencia posibilitada por los procesos de digitalización articuló una compleja red de interacciones entre los sistemas técnico, industrial, cultural y social, transformando la cadena productiva de la comunicación y creando nuevas necesidades en los trayectos formativos. También la idea de que comunicadores y comunicadoras dan cuenta de una multiplicidad de tareas, que, si bien todas ellas están vinculadas de alguna manera a la comunicación, son diferentes entre sí. A ello se agrega la superposición de estas labores en una misma persona, en un mismo profesional.

A continuación, presentaremos algunos datos obtenidos a través de una encuesta realizada a graduados y graduadas de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Esta búsqueda fue impulsada por la Carrera y por el DERCOM (Observatorio de comunicación y derechos: gestión, políticas, estrategias y desarrollos profesionales).

Se trató de un estudio exploratorio y se implementó a través de una encuesta virtual autoadministrada enviada por los canales institucionales de la Carrera durante los meses de septiembre y octubre de 2018. La encuesta recogió 719 respuestas, obtenidas mediante la técnica de bola de nieve o avalancha. Si bien no se trata de una muestra representativa, el número de casos corresponde a un porcentaje significativo de los, aproximadamente, 5.000 egresados/as de la licenciatura y el profesorado.

Tal como lo definió la coordinadora técnica de la Carrera, Silvia Hernández, “La encuesta es un insumo clave para reflexionar sobre los puntos fuertes de la formación y sobre los desafíos futuros, de cara a la esperada implementación de nuestro nuevo plan de estudios (varado sin razón en el Rectorado de la UBA cinco años después de su aprobación en la Carrera y en la Facultad)” (2019).

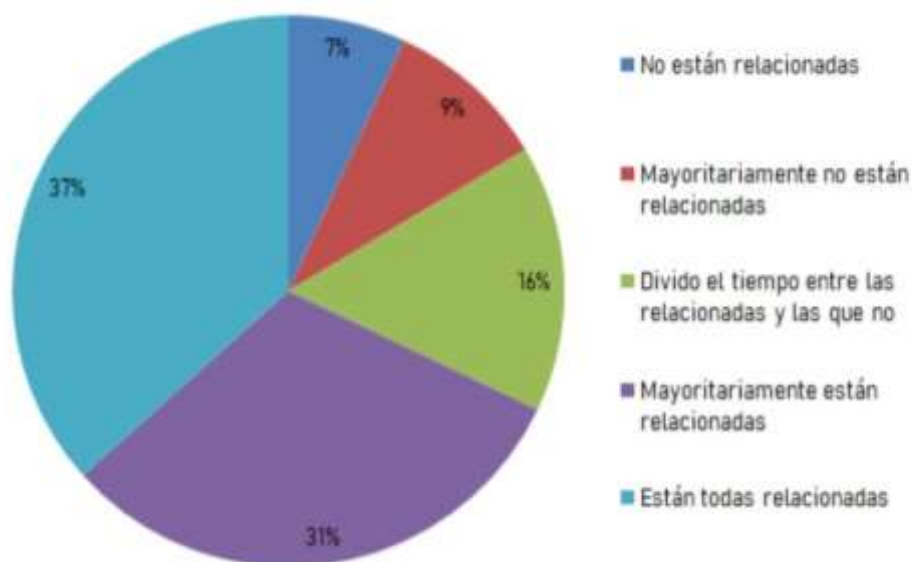
Aunque no es posible realizar generalizaciones, estos datos nos permiten, a partir del estudio de caso, sustentar algunas de las caracterizaciones del campo profesional que fuimos señalando en las páginas anteriores.

Como primer acercamiento al universo que respondió la encuesta, destacamos que el 91% son menores de 46 años, una carrera joven con graduados/as jóvenes, y el 75% son mujeres.

Por otra parte, del total de 719 respuestas, el 95% refiere tener trabajo (este porcentaje incluye el 3% que se definió como becario/a). De ese 95% que trabaja, el 37% manifestó que las tareas que realiza en su empleo están relacionadas mayoritariamente con la comunicación, un 31% señaló que todas las tareas que realizan están relacionadas con comunicación y un 16% que divide el tiempo laboral entre las que están y las que no están relacionadas con comunicación, lo cual suma un total de 84% de graduados y graduadas que “hacen comunicación” en sus trabajos (Benavente y Vargas, 2020).

|9|

Gráfico N°1 –Tareas remuneradas en relación al campo de la comunicación



Fuente: Encuesta 2018 Graduados y Graduadas Carrera Cs. De la Comunicación - Todas las personas que respondieron que tenían trabajo

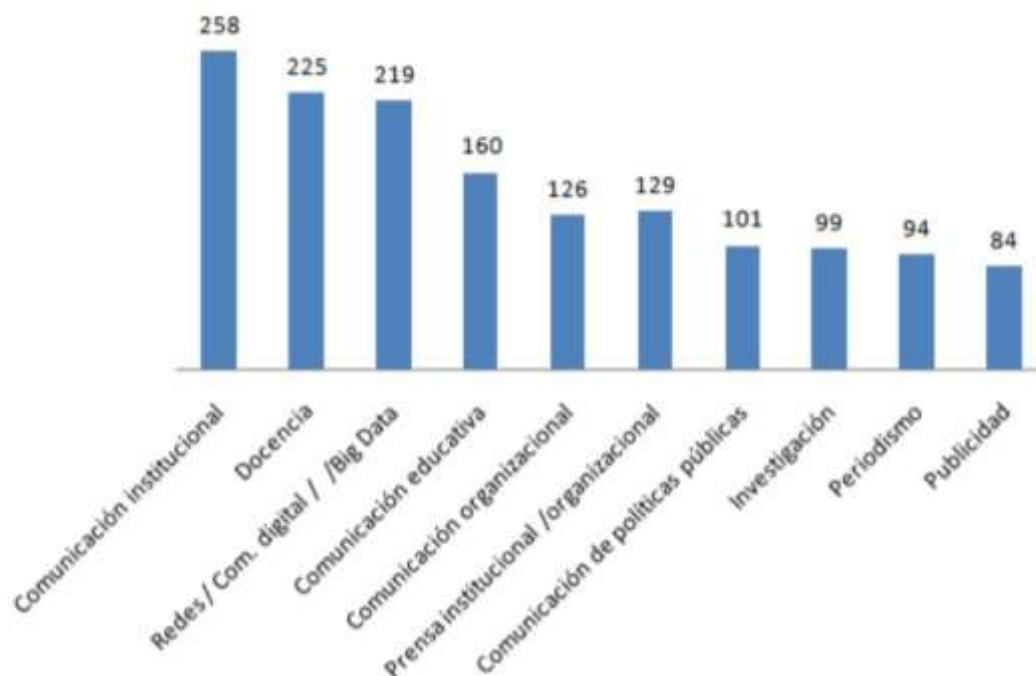
Ante una lista desplegable de 19 opciones y con la posibilidad de elección múltiple que contemple todas las tareas que reconocían en su quehacer profesional al momento de responder, pocos fueron los encuestados y encuestadas que seleccionaron sólo una actividad. Por el contrario, la multiplicidad de prácticas fue el rasgo predominante. No obstante, es posible reconocer zonas de interés que implican desplegar determinadas capacidades y habilidades y la posibilidad de especializarse aún en el marco de la transdisciplina que atraviesa el campo.

Desde el Observatorio de las Profesiones de la UDELAR (Universidad de la República, Uruguay) denominan este perfil como “comunicador híbrido”: “Lo híbrido refiere en realidad a varios fenómenos diferentes. Por un lado, muchos comunicadores trabajan en más de un subcampo profesional, bajo la forma del multiempleo (varios trabajos) o de la multitarea (tareas diferentes en un mismo lugar de trabajo)” (Kaplún, Martínez y Martínez, 2020, p. 5).

Retomando el estudio de la Universidad de Buenos Aires, las cinco tareas más mencionadas dentro de su hacer profesional cotidiano fueron: comunicación institucional; docencia; redes/comunicación digital /marketing digital; comunicación educativa; comunicación organizacional. Le siguen, en orden de menciones entre el puesto seis y el diez: prensa institucional; comunicación de políticas públicas; investigación; periodismo; publicidad.

[10]

Gráfico N°2 –Tareas profesionales desempeñadas en el empleo actual



Fuente: Encuesta 2018 Graduados y Graduadas Carrera Cs. De la Comunicación - Todas las personas que respondieron que tenían trabajo

Si bien, se trató de una investigación exploratoria y delimitada a la Universidad de Buenos Aires, el listado permitió reconocer en el escenario profesional el desplazamiento en el campo al que hicimos referencia en las primeras líneas de este texto y al mismo tiempo, describir algunas de las actividades que los trabajadores y trabajadoras de la comunicación asumen en estos tiempos. El periodismo se ha corrido del centro de la escena profesional frente a tareas vinculadas a la comunicación institucional, y la intervención en procesos comunicacionales va mucho más allá de los medios de comunicación, aunque ese imaginario siga operando.

Algunos de las y los consultados, en esa ocasión, aseguró hacer “comunicación institucional” y describió entre sus tareas actividades diversas: redacción de contenidos, estrategias de campaña, presentaciones, redes sociales; elaboración de informes y reportes, relación con periodistas, envío de *newsletters*, organización de eventos, gestión de redes sociales; analista de reclamos; selección de contenidos, edición de video y coordinación de radio; edición de materiales institucionales, política de calidad del organismo, y gestión de proyectos con organismos internacionales.

La docencia (tanto en niveles secundarios como universitarios) aparece con una fuerte preeminencia, aunque no se asocia habitualmente a la labor de los comunicadores y las comunicadoras. Tal como afirma Bettina Martino, la enseñanza de la comunicación en el nivel secundario es una de las primeras oportunidades de inserción laboral para graduados y graduadas de comunicación, incluso antes de obtener el título. Este escenario presenta desafíos específicos para los espacios de formación superior y para los propios comunicadores que van delimitando su campo de actuación (2020, p.43).

Mientras tanto, la comunicación digital y las redes parecieran ocupar todo el espacio comunicacional, desplegando nuevos lenguajes, nuevas temporalidades y demandando al mismo tiempo otras habilidades y herramientas. Más allá de los análisis desde la economía política de la comunicación, en términos laborales las redes también han implicado precarización y explotación. En los últimos tiempos, distintos equipos de investigación han empezado a estudiar y denunciar la “plataformización” como modelo productivo y sus consecuencias en el trabajo de los comunicadores y las comunicadoras (Figaro, Nonato, Grohmann, 2013).

Como decíamos, no tendría sentido realizar una clasificación de tareas porque su multiplicidad y yuxtaposición no lo permiten, pero sí es posible reconocer zonas diferenciales de desarrollo profesional. En ese sentido, parece necesario incluir la comunicación comunitaria comprendida como prácticas de fortalecimiento de la trama comunitaria y que se proponen potenciar la voz de quienes no tienen visibilidad en la escena pública. Esta definición simplificada de todo un campo de actuación reconoce también los debates en torno a la noción de comunidad que forman parte y de los diversos modos de intervención asociados.

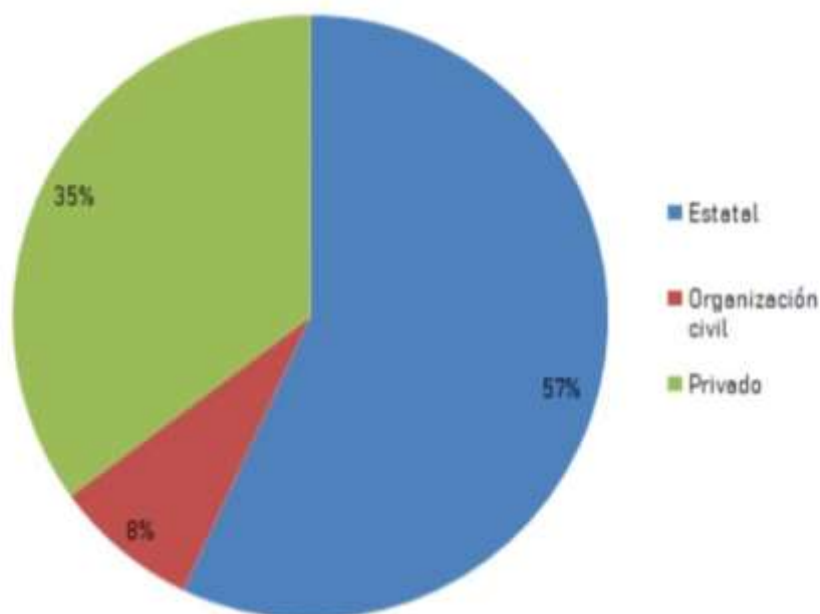
María Cristina Mata, retomando una provocación propuesta por Jesús Martín-Barbero para comunicadores y comunicadoras de Colombia, plantea que el desafío para quienes se desarrollan en el campo de la comunicación comunitaria es: “...poner aquel país roto a contar”. Y remarcaba que al término contar lo usaba “en un doble sentido: tanto en el sentido de narrar, de contar qué somos, quiénes somos, qué queremos y qué buscamos; como en el sentido de ser tenidos en cuenta” (Mata, 2009, p.34).

En el marco de la encuesta de la Universidad de Buenos Aires, quienes plantearon realizar tareas profesionales en comunicación comunitaria, señalaron actividades tales como promoción, evaluación y seguimiento de proyectos de economía social y solidaria; realización de talleres de radio; coordinación de implementación de programa nacional de alfabetización digital en el nivel municipal; asesor en distintas comisiones de la legislatura; referente territorial en programas de empleo independiente.

Indagando acerca de las distintas tareas profesionales, encontramos también que no se trata sólo de lo qué hacen sino “dónde” lo hacen y que esto define perfiles e identidades profesionales diferenciales. Sector público, privado o "tercer sector"; desde grandes conglomerados de medios a medios independientes o alternativos; organizaciones sociales; sindicatos; organismos de cooperación internacional; editoriales; consultoras; agencias de publicidad; empresas multinacionales o pymes locales. Incluso, si nos referimos al Estado, no es lo mismo trabajar en universidades o escuelas; en centros de salud o centros culturales; en ministerios nacionales o en organismos municipales; en el Poder Judicial o en el Poder legislativo.

[12]

Gráfico N°3 –Ámbito de trabajo



Fuente: Encuesta 2018 Graduados y Graduadas Carrera Cs. De la Comunicación - Todas las personas que respondieron que tenían trabajo

Orlando Aprile en *La publicidad puesta al día* (2012) sostiene que la publicidad está instalada básicamente en el mundo de los negocios y mueve en todo el mundo miles de millones de dólares, no obstante, no está jerarquizada a nivel académico. Al igual que en otras áreas de comunicación, Aprile señala que cada vez que apareció un nuevo medio de comunicación, las reglas del juego

de la publicidad tuvieron que revisarse y reestructurarse. En esa dirección, también la industria publicitaria presenta una acentuada concentración del negocio, así como la diversificación de las comunicaciones de marketing que ya no se reducen a los medios tradicionales.

Entre quienes señalaron a la publicidad como una de sus principales áreas de inserción profesional en la investigación de la UBA, dieron cuenta de las siguientes tareas: comercialización digital de pauta publicitaria de un medio de comunicación; manejo de redes, diseño de campañas de *marketing*, relación con vendedores locales; analista de medios, de datos, investigación sobre consumos culturales; desarrollo de campañas de comunicación del sitio a cargo y su amplificación en medios digitales (*email*, redes sociales, *adwords*, diarios digitales, etc.); publicidad de gobierno; investigación de mercado, análisis, informes, codificación, etc.; preparación de cuestionarios, bases de datos e informes sobre innovaciones listos para salir al mercado.

El cruce entre comunicación y educación es también un ámbito que habilita innumerables desarrollos profesionales y tareas, como bien lo ha señalado Jorge Huergo en “Comunicación/educación: itinerarios transversales” (Huergo, 2000). Se trata de tareas profesionales que muchas veces tensionan entre el acento en lo pedagógico y el abordaje tecnicista pero que sin embargo tienen una especificidad propia que ha ido moldeando también una práctica de comunicadores y comunicadoras.

En América Latina, la comunicación comunitaria y la comunicación educativa tienen bases epistemológicas comunes que parten de pensar la comunicación como diálogo. Retomando los postulados de la educación popular de Paulo Freire, Mario Kaplún (1998) uno de los principales precursores de la comunicación educativa o educomunicación, proponía que, así como debía trabajarse en una educación liberadora frente a una educación bancaria, también era necesario promover una comunicación liberadora frente a una comunicación bancaria.

Quienes se definieron como profesionales dentro de la comunicación educativa en la encuesta de la UBA, la mayoría se reconocieron como docentes. Además, destacaron tareas tales como autora y editora de textos escolares; investigadora; diseño de talleres, cursos virtuales, video tutoriales y otros materiales de formación para el Estado; guía y asistente en el área de curaduría de arte; capacitación a docentes; coordinación de grupos multidisciplinares de profesionales para la educación y para la salud, redacción de contenidos educativos dirigidos a la comunidad; gestión integral de los procesos de seguimiento y ejecución de los programas de becas; coordinación de equipos de capacitación y promoción; supervisión de equipo de trabajos territoriales y acompañamiento y asesoramiento a titulares/ beneficiarios de programas sociales.

Por último, quienes en la misma investigación destacaron el periodismo como tarea profesional, precisaron que sus acciones, - tanto en medios de comunicación como en otras instituciones - estaban vinculadas a: productor ejecutivo del noticiero, gestión de medios, cobertura y notas periodísticas, manejo de redes, prensa institucional, redacción de comunicados/gacetillas, relación con medios/periodistas, seguimiento y asesoría de comisiones legislativas, entrevistas y redacción de notas, coberturas de eventos y eventualmente, informes especiales, producción de contenido audiovisual.

Más allá de la posibilidad de detallar con mayor precisión las tareas en cada una de estas subáreas de desempeño laboral, resulta importante destacar al Estado como nuevo ámbito privilegiado de inserción profesional. Según la misma encuesta a graduados y graduadas de comunicación en la Universidad de Buenos Aires, un dato relevante es que entre quienes manifestaron tener trabajo, el 57% se desempeña en el ámbito estatal, el 35% en el privado y el 8% en organizaciones sociales convirtiéndose el Estado en un espacio central de desempeño para comunicadoras y comunicadores. Sin duda, en Argentina este escenario fue posible por el avance durante doce años (2003-2015) de un Estado que reconoció en la comunicación un aporte fundamental para la construcción de la ciudadanía y la mediación entre las políticas públicas y sus destinatarios.

Un trabajo de la investigadora Nadia Koziner (2009) reconoce otra clasificación posible y seis áreas temáticas para el ejercicio de la profesión en las cuales subyacen cuatro tradiciones teórico-epistemológicas: funcionalista, crítica, culturalista y alternativista tomadas a partir de la revisión de los planes de estudio de Carreras de Comunicación y Periodismo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y en la Provincia de Buenos Aires. En relación con éstas, se identifica el modelo de periodista, intelectual y comunicólogo, comunicóloga como posibilidades para el ejercicio de la profesión, a saber:

- a. Análisis y planificación de políticas relativas al campo de la comunicación;
- b. Comunicación institucional en organismos públicos y/o privados;
- c. Diagnóstico, planificación y ejecución de campañas y materiales de comunicación, difusión y capacitación;
- d. Creación y gestión de proyectos comunicacionales y periodísticos;
- e. Ejercicio del periodismo;
- f. Investigación académica y teorías del Periodismo y/o la comunicación. Análisis crítico de medios y procesos comunicacionales.

Esta caracterización se cruza con otras antes planteadas, pero no hace sino seguir complejizando las características de esta intrincada topografía de las profesiones que aquí venimos desarrollando.

Universidad, formación profesional y comunicación

La universidad ha sido históricamente una institución legitimadora de saberes y prácticas, productora de conocimientos y constructora de proyectos de ciencia y técnica para los países. No obstante, en las últimas décadas, tal como lo explica Boaventura de Sousa Santos (2007), atraviesa tres crisis interrelacionadas: una crisis institucional, una crisis de hegemonía y una crisis de legitimidad. A esto refería también Raúl Fuentes Navarro cuando afirmaba que:

La universidad misma, como institución social, ha sido puesta en crisis, desde las esferas financieras hasta las ideológicas, ya que parecen haberse desarticulado gravemente sus relaciones y funciones sociales y disminuido drásticamente la calidad de su aportación académica en todos los campos. Las políticas de “modernización” neoliberales imperantes ahora en la actuación de la mayoría de los gobiernos latinoamericanos han agudizado aún más el debate no sólo en y acerca de las instituciones públicas, sino también en muchas de las privadas. Las maniqueas distinciones entre unas y otras tienden al mismo tiempo a

disolverse en la práctica y a revitalizarse en el discurso, ante los rápidos cambios contextuales (1991, p. 1).

Estas crisis, generadas por viejos y nuevos condicionamientos, se han visto agravadas por el avance neoliberal que reconoce en el sistema educativo un potencial mercado, promoviendo su des-financiación y erosionando así su sentido público. Esta tensión atraviesa la formación profesional en tanto es ésta una de las misiones de la universidad. De un lado quedan las exigencias del mercado, buscando imponer herramientas, ritmos y lógicas en pos de la maximización de las ganancias. Del otro, la potencialidad de formar profesionales críticos, que, desde una perspectiva situada, puedan leer su contexto y buscar y construir con otros y otras estrategias de intervención para la resolución de problemas.

Este devenir en el terreno de las carreras de comunicación fue descrito por Raúl Fuentes Navarro quien ya en la década del noventa señalaba:

El futuro de la carrera como disciplina universitaria será redefinido desde las reformulaciones de la articulación universidad - sociedad que prevalezcan en cada institución y en cada país o región. También, en este sentido, la carrera como profesión (entendida como estructura social) es muy probable que sufra transformaciones, no sólo en el nivel de los mercados de trabajo o las “elasticidades” de la oferta y la demanda de servicios profesionales, si no en la propia función (justificación) social de su existencia o al menos de algunas modalidades de su ejercicio” (Fuente Navarro, 1997, p.42).

Esta disputa se expresa en la configuración del campo profesional a través de reconocimientos, remuneraciones, prácticas instituidas e instituyentes, delimitación de nuevas áreas de inserción, desplazamientos y resistencias. En el campo de la comunicación este tironeo es aprovechado y hegemonizado por las grandes empresas de comunicación y sus multimedios que no sólo precarizan a sus trabajadores y trabajadoras, sino que además monopolizan la construcción de sentidos y bienes culturales en los distintos países. Ante esto y no como respuesta a lo anterior, sino como resultado de una exigencia de época, el Estado se ha convertido en un espacio privilegiado para la inserción profesional de comunicadores y comunicadoras, y esto requiere fortalecer un perfil profesional que reconozca en su rol un aporte a lo público. Esto implica, no sólo aportar “herramientas” como se suele demandar, sino, especialmente, problematizar las nociones de comunicación en juego y los conocimientos que se producen desde esas perspectivas y para qué:

No le podes pedir a la Carrera cosas que tenés que aprender en la calle o en el laburo. Además de comunicadores/as, somos trabajadoras/es... No hay que formar *community manager* hoy porque es lo que hoy, hace cinco minutos, pide el mercado y a los diez minutos va a dejar de pedirlos. No negarlo, no pelearse con eso, que estén a disposición las herramientas que cada uno precise en sus recorridos, pero con una mirada a largo plazo y política, para entender cuál es el rol del comunicador, cómo nos vamos repensando en estas épocas y participando de lo que pasa” (docente e investigadora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA, Argentina, testimonio obtenido para este trabajo, 22 de noviembre de 2017)

A la par, y como otra arista para ser tenida en cuenta en relación con el interrogante central de este trabajo, se puede constatar que durante las últimas décadas la oferta académica de formación en comunicación y periodismo en América Latina creció significativamente tal como lo expuso Fuentes Navarro (2016) en su texto: “Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina”. Solo en Argentina, según lo consignó Martín Strah en su tesis de doctorado en 2017 existían “91 carreras de grado en periodismo y comunicación en 67 instituciones universitarias. Este dato refleja que el 51% de las universidades argentina dictan carreras de periodismo y/o comunicación” (2017, p. 121). Según lo consigna el mismo autor en base a datos publicado por la revista *Chasqui* en 1980 en Argentina funcionaban veinte carreras de comunicación (Strah, 2019, p.128).

El hiato que existe entre la formación académica y el campo profesional es un territorio de disputas a ocupar y construir desde las universidades.

[16]

Espacios para la reflexión crítica sobre la profesión

Una de las cuestiones que quedó en evidencia en la encuesta realizada en la Universidad de Buenos Aires, es que, desde distintas trayectorias laborales, graduados y graduadas destacaron la falta de espacios para abordar y conceptualizar las propias prácticas, poniéndolas en diálogo con el conocimiento teórico que recibieron en la universidad. Al mismo tiempo reclamaron por la falta de acompañamiento de la institución universitaria a quienes han pasado por las aulas y hoy requieren ámbitos para debatir sobre su labor profesional.

“Faltan muchos espacios para reflexionar sobre las propias prácticas que uno va haciendo.... Fui comprendiendo, eso me lo dio la Carrera, que la comunicación no son sólo los medios y que es muy importante la tarea del comunicador para contribuir a la construcción de sentidos, eso sí es una tarea que hacemos desde el área de comunicación de Abuelas de Plaza de Mayo...” manifestó una de las entrevistadas que hoy se desempeña como Coordinadora del Área de Prensa y Comunicación de uno de los más importantes organismos defensores de derechos humanos de la Argentina.

“Gracias a la carrera conocí los medios comunitarios. Encontraba una gran diferencia entre lo que se veía en la carrera y lo que se discutía en Radio FM La Tribu. Es muy fuerte en esta Carrera la idea de que el conocimiento se construye y somos copartícipes de ese proceso de construcción, eso también nos desafía a nosotros a seguir vinculados a la investigación, a la extensión”, fue el testimonio de otra docente, investigadora y militante del movimiento de radios comunitarias.

“Tenemos formación para analizar y proyectar contenidos. Encontré un hiato cuando empecé a trabajar en el noticiero público. Lo que estudiamos sobre medios públicos, no tenía nada que ver con lo que veía todos los días que pasaba en la TV Pública”, manifestó otro comunicador que ocupó un importante cargo en la gerencia de noticias de la Televisión Pública Argentina.

Los testimonios antes señalados hablan, por una parte, del reconocimiento que los graduados tienen respecto de la formación universitaria, pero también de ciertas desconexiones entre formación y ejercicio profesional y, más allá de ello de la carencia de ámbitos que puedan dar continuidad a la formación a partir de los desafíos que plantea el ejercicio de la profesión en diferentes ámbitos.

"Las ciencias avanzan mientras los problemas sociales se acumulan". Con esta provocadora cita de Carlos Matus, María Bonicatto presenta el histórico desafío en torno a la producción de conocimiento enraizada en su comunidad, en las necesidades y urgencias que los contextos presentan. Si bien, su reflexión en torno al ejercicio profesional es desde el Trabajo Social, sus inquietudes también forman parte de los debates sobre el rol de comunicadores y comunicadoras sociales porque nos ubican en la trama como trabajadores y trabajadoras y como científicos sociales. Se trata de dos identidades distintas que necesitamos asumir los comunicadores y comunicadoras. Desde ese doble rol podemos poner en diálogo esas dos experiencias, esas dos gramáticas, para reflexionar sobre nuestras propias prácticas, las de las instituciones de las que formamos parte y su sentido político. "Implica también estar abiertos y participar de la construcción de nuevas categorías que den cuenta de la complejidad de la escena y que permitan recrear, problematizar, generar otras posibilidades de análisis e intervención en lo social" (Bonicatto, 2010, p.43)

|17|

Desafíos para la formación

La universidad necesita traspasar sus propios muros, las teorías sin cuerpos y dejarse interpelar por la sociedad de la que forma parte en tanto actor en situación. La preocupación insistente para la formación de comunicadores y comunicadoras sobre las tecnologías y herramientas parece olvidarse de las personas, los procesos y los vínculos. Tanto desde una dimensión pedagógica como desde una dimensión institucional, la formación universitaria necesita entonces ser integral, articulando la investigación, la enseñanza y la extensión en el acto educativo, integrando actores sociales y sus saberes, donde todos y todas pueden aprender y enseñar, trabajando a la "intemperie del aula" (Tommasino et al, 2010).

"Siempre tuve una pata adentro y una pata afuera de la Facultad. Sigo pensando qué pasa ahora, qué cosas, desde el punto de vista de las y los docentes, tenemos que empezar a pensar a lo público, en torno a cómo formamos trabajadoras y trabajadores, cómo vamos a formar para el trabajo institucional, cómo pensar algunas realidades del momento para saber en qué formamos" (profesora e investigadora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación UBA, testimonio obtenido para este trabajo).

Al aludir a la formación de las y los profesionales de la comunicación hacemos referencia a procesos y prácticas que se dan en los contextos de interrelación entre la cultura y la política. En este sentido, sería posible sostener que el objeto de este campo es la articulación entre formación de sujetos y producción de sentidos.

Por todo lo antes mencionado el Estado aparece no solo como un dador de trabajo, sino como un espacio vinculado a la gestión de las políticas públicas que requiere de saberes y capacidades estrechamente relacionadas con el diseño de estrategias de comunicación que tomen en cuenta la labor estratégica del Estado desde una perspectiva macro.

Y al mismo tiempo la complejidad de la cadena productiva de la comunicación, cualquiera que sean los espacios, demanda también generar conocimientos que atiendan a multiplicidad de tareas.

La formación de comunicadores y comunicadoras puede pensarse entonces como la formación profesional de trabajadores y trabajadoras que contempla metodologías clásicas y emergentes; la formación científica que promueva la construcción de conocimiento crítico y situado; y la formación política que ponga en el centro de la escena a los sujetos y su capacidad de transformación. En esa tensión entre producción de conocimiento, articulación de antiguos y nuevos saberes y ejercicio profesional atravesado y complejo tiene que moverse la formación académica de la comunicación y, en consecuencia, la investigación correspondiente que debe servirle de sustento.

Tenemos por delante el reto de asumir esta identidad flexible, híbrida, anfibia, propia de la práctica profesional de comunicadores y comunicadoras, reivindicando a su vez, la especificidad de nuestro propio campo.

Al mismo tiempo, frente a la compulsión del mercado y las nuevas formas productivas que la digitalización impuso, el desafío es reconocer la permanente construcción del desarrollo profesional sin perder de vista los sentidos y principios sobre los que se forjó nuestro campo: el derecho a la comunicación entendido como habilitante de otros derechos, el ejercicio de la escucha y la multiplicación de la palabra.

Bibliografía

Aprile, O. (2012). *La publicidad puesta al día*. La Crujía

Bonicatto, M. (2010). La producción de conocimiento en trabajo social y sus aportes a la intervención. *Escenarios. Revista Institucional de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Nacional de La Plata*, (15).

Benavente, S; Vargas, T. (2020). Trabajar en comunicación. Primeros resultados de la Encuesta a Graduados y Graduadas de Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, Observatorio DERCOM.

<http://dercom.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/73/2020/06/Trabajar-en-comunicaci%C3%B3n.-Primeros-resultados-Encuesta-a-Graduadxs-CCOM.pdf>

Cortina, A. (2008). Ética de los medios y construcción de ciudadanía. *Comunicación, Ciudadanía y Valores: re-inventando conceptos y estrategias*, OCLACC / UTPL.

- Figaro, R; Nonato, C; Grohmann, R. (2013). *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*. Atlas.
- Fuentes Navarro, R. (2016). Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"* 9, (2).
<https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511552709002/index.html>
- (2007). Prácticas profesionales y utopía universitaria: notas para repensar el modelo de comunicador". *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS, (74).
- (2000). La formación universitaria de profesionales de la comunicación y su renovación como proyecto social. *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS, (59/60).
- (1995). La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones. En Galindo, J.; Luna- Cortes, C.E. (coord.), *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes /ITESO
- (1991). Prácticas profesionales y utopía universitaria: notas para repensar el modelo de comunicador. *Diálogos de la Comunicación*. FELAFACS, (31).
- Gumucio Dagrón; A. (2003). Comunicación para el cambio social: El nuevo comunicador.
<https://www.comminit.com/es/node/150367>
- Hernández, S. (8 de mayo de 2019). Qué va a ser de ti lejos de casa. *Página/12*.
<https://www.pagina12.com.ar/192327-que-va-a-ser-de-ti-lejos-de-casa>
- Huergo, J. (2000). Comunicación/Educación: Itinerarios transversales. En *Comunicación - Educación: Coordenadas, abordajes y travesías*. Siglo del Hombre Editores.
<https://doi.org/10.4000/books.sdh.183>.
- Kaplún, G; Martinez, M; Martinez S. (2020). *Comunicadores híbridos: campo profesional y formación universitaria*. En Grupo de Interés "Comunicación y Trabajo". XV Congreso ALAIC 2020.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre
- Koziner, N. (2019). Tradiciones teóricas y modelos de graduados en los planes de estudio de las licenciaturas en Comunicación y Periodismo. *Revista Temas y Problemas de Comunicación*, (17).
<http://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/TyPC/issue/view/61>
- Martín-Barbero, J. (2018). *La palabra y la acción*. Editorial Javeriana

----- (2005). Transdisciplinariedad: notas para un mapa de sus encrucijadas cognitivas y sus conflictos culturales, en Jaramillo, J. (comp.) (2005) *Culturas, identidades y saberes fronterizos*. CES.

<http://www.debatecultural.net.ve/Observatorio/JesusMartinBarbero2.htm>

----- (2002). *Oficio del cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica

Martino, B (2020). Enseñanza de la comunicación como salida laboral: entre el reconocimiento y el desconocimiento. *Revista Argentina de Comunicación*, (11)

Mata, M. (2009). Comunicación comunitaria en pos de la palabra y la visibilidad social. *Construyendo comunidades. Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria*. La Crujía - UNER

Panaia, M. y Delfino, A. (2019). *El estallido del tiempo. De la formación al trabajo y el empleo*. Miño y Davila Editores

Salazar Gómez, M. y Sepúlveda, R. (2012). Perspectivas y proyección profesional de la comunicación social. *Signo y Pensamiento*, (59), (194-209).

<https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp31-59.pppc>

de Sousa Santos, B. (2007). *La Universidad del Siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipatoria de la universidad*. CIDES-UMSA.

Schmucler, H. (1984). Un proyecto de comunicación/cultura. *Comunicación y Cultura*, (12).

Strah, M. (2019). *Tramas, tensiones (y rupturas) en la configuración de la formación de posgrado en periodismo y comunicación en Argentina*. (Tesis de doctorado). Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. La Plata.

Tomassino et al. (2010). Integralidad: tensiones y perspectivas. *Cuadernos de Extensión*, Comisión Sectorial de Extensión y Actividades en el Medio (UdelaR)

Uranga, W. (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Editora Patria Grande

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 FELAFACS*, (62), (35-41).