

# Comunicación y campos laborales

Patricia Viale

---

Equipo de investigación:

Leandro De Felippis, Gladys Mancini, Julieta Messina, Paola Palmisano, Analía Osaba y Ana María Roche

## Notas

---

<sup>1</sup> Hacemos referencia a la sistematización del investigador mexicano Raúl Fuentes Navarro realizada desde una perspectiva socioeducativa. Ellos son: el pragmático periodístico, el intelectual humanista y el cientista.

<sup>2</sup> Fuentes Navarro, Raúl, Revista *Signo y Pensamiento* N° 31, Campo Académico de la Comunicación, Colombia, 1997.

<sup>3</sup> Idem nota 2.

<sup>4</sup> Marqués de Melo, Revista *CHASQUI* 44, enero de 1993.

Desde el surgimiento de las carreras de periodismo y comunicación en Latinoamérica, la definición de sus perfiles y currículas fueron, y aún lo son, objeto de intensos debates. En un principio, éstos eran fomentados por las inquietudes propias de lo nuevo y las motivaciones de quienes impulsaron la formación institucional del profesional. Luego, por las características que se definieron en el desarrollo del campo de la comunicación.

Al recuperar, desde una mirada histórica, estos debates y los modelos<sup>1</sup> de formación implementados a raíz de ellos, es posible hacer una primera indagación sobre la conformación del campo profesional en nuestro país, es decir, analizar los caminos recorridos por las instituciones dedicadas a la formación de comunicadores sociales, sus éxitos y fracasos, centrándonos en el tipo de profesional que egresaba y su inserción laboral.

Hacia los años treinta, se fundaron las primeras escuelas de periodismo en Latinoamérica, entre ellas, la Escuela Argentina de Periodismo en la ciudad de La Plata, en Argentina, que es tomada como referente de la época. Estas instituciones dieron preeminencia a la formación de periodistas como respuesta a las demandas de profesionales capacitados para ejercer en los medios que estaban en pleno desarrollo.

Optaron por el modelo norteamericano y, poniendo el acento en la práctica, desarrollaron un esque-

ma formativo que imperó hasta los años sesenta. Proponían la prioridad de la habilitación técnico-profesional, el relativo ajuste a las demandas del mercado laboral y el propósito de la incidencia político-social a través de la opinión pública<sup>2</sup>.

En esos años, proliferaron las Facultades, ya de Comunicación, que respondieron a una demanda concreta. Pero su perspectiva restringía el concepto de comunicación al aludir sólo al periodismo.

En este marco, los graduados se encontraron con dificultades de inserción laboral. Aún más, cuando en su trayecto formativo no tuvieron la práctica suficiente, bien por falta de recursos tecnológicos, o de equipamientos o infraestructura. En estos casos, eran rechazados por tener un buen manejo de la profesión pero en un plano teórico.

El comunicador como un intelectual era el imaginario impulsor del modelo.

Fomentado desde la Universidad Iberoamericana de México, ponía el énfasis en la solidez intelectual desde las humanidades y las disciplinas clásicas. En tanto, la habilitación técnica estaría subordinada a ella.

Aunque con perspectiva humanística, la comunicación se diferenciaba de otras ciencias sociales y humanas; porque si bien los contenidos formativos eran similares, aspiraba a alcanzar el horizonte sociocultural que empezaban a abrir los medios electrónicos ampliando su campo de profesional, y no como Filosofía, Letras o Historia, cuyo destino único eran la investigación y la docencia<sup>3</sup>.

Surgió el perfil del comunicólogo como científico social. Ya no se trataba de "saber", sino también acentuar la producción de conocimiento.

El predominio de una formación teórica, sin sustento práctico, pronto condenó a los egresados.

En esta etapa, el diagnóstico sobre la enseñanza de periodismo era negativo. El mismo "revelaba el fracaso de nuestras universidades y acentuaba el descompás entre estrategias de uso de los medios de comunicación y los programas de desarrollo de la región"<sup>4</sup>.

La UNESCO para ese entonces, había impulsado la creación de Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina y el Caribe (CIESPAL) que desarrolló el modelo ciespalino. Este fomentó la formación del docente universitario capacitado para la enseñanza de comunicación y promovió a la investigación científica en pos de la planificación de estrategias comunicacionales. Tuvo gran aceptación y logró concordar con las instituciones educativas, las empresas y los gremios. También inspiró una nueva propuesta, hacia 1970, que quitaba el énfasis en el periodismo y proponía espacio a otras disciplinas.

Pero el modelo fracasó porque fue implementado en toda Latinoamérica sin considerar las realidades particulares, generando profesionales sin un campo de inserción laboral concreto.

Por otra parte, es necesario considerar el abrupto corte en el desarrollo del campo académico que significaron los gobiernos de las dictaduras hacia mediados de la década del setenta, porque significaron un retroceso al imponer planes de estudios y lineamientos acordes a su proyecto político ideológico.

A modo de ejemplo, el campo de la investigación en comunicación, que recién se estaba iniciando como tema de otras disciplinas para luego ser autónomo, fue interrumpido violentamente, coartando su desarrollo y el de los profesionales que intervenían en él.

Pero la sobrecarga de estudios asentados en la teoría crítica abandonó la formación y habilitación profesional, que complicó aún más a los egresados para insertarse en el circuito laboral.

Al respecto de estos modelos formativos, José Marques de Melo señala: "De una acción práctica se va a una más teórica. Esa secuencia refleja el entorno social y político y las corrientes de ideas que marcaron las coyunturas históricas del continente. La etapa inicial se ajustaba al esfuerzo de expansión capitalista sustentado por la tesis del nacionalismo desarrollista que proponían el uso de los medios de comunicación para impulsar los cambios sociales y económicos. La segunda etapa se articulaba alrede-

edor de la negación del paradigma capitalista y la afirmación de nuevos modelos de sociedad inspirados en la utopía"<sup>5</sup>.

Algunos autores señalan que, en los últimos años del siglo XX, las currículas académicas fueron elaboradas oscilando entre estos modelos o seleccionando algunas de sus características. Los debates se centraron en las antinomias de teoría-práctica, investigación-docencia y formación generalista-formación especialista.

Paralelamente, las matrículas se expandían cuantitativamente. Las carreras de comunicación pasaron entonces por momentos rotulados como "de moda" y luego "en crisis".

Sin embargo, no hay que dejar de considerar el protagonismo que adquirió la comunicación en el escenario mundial resultante de los procesos ocurridos en las últimas décadas del siglo pasado. El traspaso de la "bipolaridad" a la "unipolaridad" originaba la idea de un mundo global. Oriente y Occidente diluían sus fronteras fundiéndolas en la amalgama del mercado mundial, unión que no fue sinónimo de uniformidad. Además, en nombre de la carrera armamentística supuestamente suspendida, apareció una nueva competencia desarrollada en otro terreno: las autopistas de la tecnología.

Así es como esta coyuntura incidió en los planos culturales, sociales, políticos y económicos y transformó la realidad de los distintos campos.

En este contexto, hubo una marcada tendencia en las carreras de comunicación a incorporar la modalidad de orientaciones a fin de abarcar el amplio espectro del campo, que evolucionaba rápidamente y profundizaba su complejidad.

Actualmente, en la Argentina se pueden observar algunas constantes que guían las reformas de los planes de estudio de las carreras de comunicación: el acortamiento de las carreras de grado, el otorgamiento de títulos intermedios, la flexibilización de los planes de estudios y la diversificación de orientaciones aparecen en primer plano<sup>6</sup>.

<sup>5</sup> Idem nota 4.

<sup>6</sup> Documento de las III Jornadas de discusión Curricular de la RedCom. Noviembre de 2002.

El campo profesional de la comunicación no fue ajeno a los avances tecnológicos y las transformaciones sociales, políticas, económicas y educativas desarrollados en las últimas décadas en el escenario mundial.

Sin embargo, la coyuntura de cada país le asignaría desafíos distintos a partir de sus realidades y problemáticas específicas.

En la Argentina, este campo asumió características particulares. Indagar en él hoy, cuando a los cambios radicales de la década del noventa se suma la crisis del último año, requiere un tratamiento cuidadoso.

Datos de la Encuesta Permanente de Hogares indican que los jóvenes con título universitario han sufrido más los efectos de la recesión: en 1998, eran 8 mil los recibidos que no encontraban empleo; en 2001, pasaron a ser alrededor de 30 mil.

Si bien los índices no llegan a los niveles que afectan al resto de la población, el desempleo para los graduados universitarios aumenta. Esto se confirma con los resultados de la investigación "Perfil ocupacional de los graduados de la educación superior", difundida por el Ministerio de Educación de la Nación, realizada sobre una muestra de 3.041 casos en todo el país. El estudio manifiesta que el índice de desempleo entre quienes poseían título universitario en 1990 era sólo del 1,6%. Diez años después, en el 2000, era de 7,8%. Y dentro de esta cifra, los graduados de las carreras de comunicación componen la franja mayoritaria con más dificultades de inserción laboral, constituyen el 20,4%.

El conocimiento de la constitución del campo otorga un marco de referencia para explorar la problemática de la formación de los profesionales, las características de su ejercicio y el mercado laboral en la actualidad argentina.

La apertura democrática inicia un recorrido de cambios que, tal vez, expliquen este presente.

Desde 1983, el graduado de la carrera de comunicación no sólo encontró espacios en la gestión y en la práctica política, antes vedados, sino también promovió debates en torno al rol de la comunicación.

Las viejas direcciones de prensa mutaron en direcciones de comunicación social en cuanto segmento del Estado existe y, de manera lenta y difusa, crearon un verdadero espacio de especialización que hoy tiende a sintetizarse y organizarse.

Al mismo tiempo, gracias al resurgimiento de la vida institucional, al interior de las universidades estallaron cuestionamientos a los planes de estudio del Proceso que, sumados a la renovación de los planteles docentes y la apertura del debate y la acción política, aceleraron reformas curriculares y, poco a poco, impulsaron la investigación.

En este contexto surge con fuerza el concepto de planificación comunicacional, que en el Estado, el sector privado y las ONG movilizó, por sí mismo, un nuevo espacio de inserción laboral.

Por separado las consultoras, productoras, encuestadoras y demás mutantes de este concepto, especialmente vinculados a la política, hicieron época como supuestos magos de la construcción de imagen, pasaron de moda y finalmente se quedaron para ocupar un segmento que debe ser tenido en cuenta.

Ya en los noventa, las privatizaciones de medios estatales aceleraron la conformación de grupos multimedia.

El impulso tecnológico paralelo a este fenómeno aceleró la modificación del perfil del profesional de medios y, desde el fenómeno de las radios populares al desarrollo de la televisión por cable, multiplicó fugazmente la inserción laboral para un nuevo tipo de periodismo.

Fue el breve tiempo de los canales locales, las radios de baja potencia y los periódicos y diarios regionales poblándose de jóvenes periodistas.

Los grupos, que crecían vorazmente profundizando a niveles impensados pocos años antes su presencia y capacidad de acción sobre la realidad nacional,

se apropiaron de estos nuevos espacios de periodismo, los absorbieron en su etapa de crecimiento para luego comprimirlos y someterlos a las reglas de la ganancia.

Así, la demanda de profesionales permanentes fue cada vez menor. Se pauperizó la calidad del nuevo trabajador de medios y se impusieron reglas de competencia salvaje.

Sin embargo, aquellas innovaciones tecnológicas, con Internet como bandera, aceleraron la aparición de novedades como la prensa electrónica. Un aporte tímido, ya que aún no ha sido del todo valorada como ámbito de inserción laboral de los comunicadores, pero firme como ejemplo de una expansión que merece ser estudiada.

El documental, la investigación periodística traducida en los libros más leídos de los noventa, la prensa especializada, el diseño editorial, el video, son otras aristas de estos nuevos campos que aportan desahogo, casi siempre producto de la creatividad de profesionales que el medio rechaza.

Finalmente, el sector académico, científico y educacional es la contracara de la asfixia que provocan hoy las zonas mediáticas.

El crecimiento de las carreras a nivel nacional, su prestigio construido en base a autocrítica y cambio permanente, el desarrollo del posgrado, la marea de jóvenes que la siguen eligiendo desde los polimodales, las incipientes experiencias en EGB, en suma, la necesidad de estudiar y enseñar Comunicación Social como una de las disciplinas centrales por presente y proyección a futuro, está desarrollando, tal vez, el principal renglón de un campo laboral que en apenas veinte años ha cambiado y sigue cambiando.

#### *El campo laboral: descripción y problemáticas. Estudio de caso*

---

Investigar la conformación del campo laboral supone un abordaje crítico que indague el campo con-

creto. Es decir, en qué realidad están insertos los profesionales de la comunicación.

A este fin, realizamos una encuesta sobre la inserción de los egresados de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, formados con los Planes de Estudios 1977, 1989 y 1998.

La misma se efectuó en el marco del proyecto de investigación denominado "La conformación del campo laboral de la comunicación en la Argentina. Estudio de caso" que actualmente está en ejecución.

Los datos resultantes del estudio permiten describir cómo está conformado el campo laboral a partir de las voces de quienes están ejerciendo en él. Y aporta información cualitativa para su problematización.

La selección del muestreo comprendió la existente disimilitud de los trayectos formativos y de perfiles profesionales. Además, consideró que los graduados accedieron al mercado en coyunturas distintas. Hacer esta salvedad fue necesario para la definición del estudio, que se centró en el análisis de la conformación del campo profesional a partir de elementos que contribuyan a la descripción del mismo.

Los resultados indican que del muestreo hecho sobre cien casos, 79 graduados trabajan, pero sólo 70 ejercen en espacios vinculados a su campo profesional.

Esta inserción adquiere otro significado a los objetivos del estudio, al considerar que sólo 59 ejercen específicamente en el campo y once en espacios poco vinculados a él.

También aparece como una constante el ejercicio profesional en diversas áreas del campo a la vez: 29 ejercen en una específica del campo, mientras que los 41 restantes trabajan en dos o más simultáneamente. Por ejemplo, 11 egresados manifestaron dedicarse a la prensa institucional y la docencia; siete, a la prensa institucional, el periodismo y la docencia; y diez al periodismo y la docencia.

El resultado de los lugares de inserción señalan que en docencia trabajan 58 (20 se dedican exclusivamente a ella), mientras que 35 lo hacen en prensa

institucional, 28 en medios, y 15 en planificación y gestión.

A la hora de abordar los espacios del campo laboral en el que están ejerciendo, los resultados señalan que es en el sector público donde están más insertos los graduados porque 41 trabajan en él, 18 en el privado, diez en ambos y uno, en ONG.

Según estos datos, el campo profesional de la comunicación contiene a los graduados particularmente en tres ámbitos: la educación (pública, privada, formal, no formal e informal), los medios (públicos y privados) y el institucional (público, privado y sin fines de lucro).

Indagar cómo es el ejercicio de la profesión en ellos, también es parte del análisis de su conformación.

### *Docencia e Investigación*

---

En el ámbito educativo encontramos que ha tenido un especial impulso en los espacios de la enseñanza y de la investigación.

En este sentido, resulta significativo el paso dado a partir de la reforma del sistema educativo argentino. Este incorporó la enseñanza de comunicación en la Educación General Básica (EGB) y el Polimodal.

Esto trajo aparejado intensos debates, aún hoy latentes: por una parte la concientización sobre la incidencia de lo comunicacional en la sociedad; por otro, la apertura de un espacio nuevo de inserción para los graduados en la materia que quisieran ejercer la docencia más allá del nivel superior.

Pero el acceso a este sector del campo no resultó fácil.

A partir de la vigencia de la Ley Federal de Educación, la asignatura Comunicación fue incorporada a las currículas escolares, en el área de Ciencias Sociales, como contenido obligatorio. Los licenciados en comunicación social, a pesar de contar con una vasta capacitación en la disciplina, paradójicamente, no fueron en un principio quienes se hicieron cargo de ella. Estas fueron ocupadas por docentes de otras

áreas: geografía, literatura, plástica, idiomas. El argumento que se esgrimía para justificar tal incoherencia era el de que los comunicadores no tenían la instrucción pedagógica necesaria para ejercer en ese nivel.

A fin de subsanar esta carencia, algunas instituciones implementaron la carrera del profesorado en comunicación<sup>7</sup>.

Pero, en camino a saldar el debate sobre su competencia para estar a cargo de estas áreas, otros problemas deben enfrentar quienes ya se encuentran insertos en el nivel EGB y el Polimodal.

Al respecto, Luciana Pasquaré, egresada de la Licenciatura en Comunicación Social de la FPyCS de La Plata y docente del polimodal en el Colegio Normal de la ciudad de Bahía Blanca, señala: "Los diseños curriculares están desorganizados, y no son claros los objetivos. Desde el Ministerio (de Educación) no llegan pautas claras, entonces cada docente arma su programa como le parece. Así es que, al haber varias materias que abordan las problemáticas comunicacionales, se cruzan los contenidos. Esto sucede por no existir una buena organización que defina qué es lo que se quiere lograr con cada asignatura"<sup>8</sup>.

Se evidencia en el sistema educativo medio una falta de organización y planificación curricular que defina con claridad a la comunicación como una disciplina específica y compleja. Y que entienda que su campo abarca más allá de la producción de un diario.

En la EGB, las cosas no son tan diferentes. Pablo Cipolla, Licenciado en Comunicación Social y Profesor en Comunicación Social, ejerce en este nivel y en el Polimodal. Al ser consultado sobre los contenidos que trabaja expresó: "En EGB no se aborda la problemática de los medios de comunicación, las únicas recomendaciones que dan, por ejemplo para con los medios, es usar el diario a la antigua. Es decir, la comunicación resumida a los medios, los medios a lo que es el diario, que los alumnos aporten materiales y se mantengan actualizados. Además, todos los temas que vemos se contextualizan con la realidad".

<sup>7</sup> Frente a la demanda de capacitación y surgieron interesantes propuestas como la de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, que en la reforma de su Plan de Estudio en el año 1998 creó la carrera del Profesorado en Comunicación Social y luego, lo hicieron otras universidades. Éstas, en los últimos años, han duplicado su matrícula. A modo de ejemplo, la carrera de La Plata se inició con veinticinco inscriptos y en 2002, contó con ciento veinte.

<sup>8</sup> Entrevista realizada por el equipo de investigación del Taller de Análisis de la Información en octubre de 2002.

Al comparar el ejercicio en ambos niveles agrega: "En polimodal por ahí se puede dar una situación distinta, en las escuelas donde se estudia tres años. En el primero se ve Cultura y Comunicación, después Cultura y el último generalmente dedicado a Medios. Más que Comunicación se ve Medios. Pero depende mucho también entre lo que es la Ley y lo que es la realidad, de qué profesores son los que están a cargo de las materias".

Otro espacio importante en este ámbito es la educación superior y terciaria. Los datos obtenidos en la encuesta señalan que de los 70 egresados, 48 trabajan en la ella, mayoritariamente en la pública.

La inserción en este sector está motivada por el crecimiento del número de instituciones que dictan la carrera de comunicación. Actualmente, en el país hay más de 30 casas, sin contar infinidad de institutos terciarios.

Sobre el ser docente en la universidad pública Carlos Giordano, Profesor Titular en la Facultad de Periodismo y Comunicación de la UNLP y Director de Proyectos de Investigación y de Extensión Universitaria, de Tesis y becas de investigación y producción, en una entrevista realizada señaló: "Como síntesis vital, puedo aportar que estudiar en aquella vieja Escuela Superior con docentes de la dictadura y ejercer en esta Facultad de Periodismo y Comunicación Social, me da la certeza de que la formación académica tiene que tener un componente colectivo central. Que es en los proyectos comunes, en los desarrollos institucionales, en las historias pedagógicas, que alguien puede tener la oportunidad de formarse en prácticas y saberes necesarios e imprescindibles para aportar a verdaderos procesos de transformación".

Por otra parte, desde algunos ámbitos, a partir de los años noventa se ha impulsado el desarrollo de la investigación al ir superando las dicotomías entre ésta y la docencia, entre profesión/investigación, periodismo/comunicación y teoría/práctica.

El crecimiento cuantitativo y cualitativo de la investigación y de la opción por ejercerla, se evidencia

en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Aquí hasta 1994 por año se ejecutaban cuatro o cinco proyectos a cargo de 20 investigadores. En la actualidad, son 273 los docentes categorizados y se desarrollan alrededor de 25 proyectos, además de los becarios, tesis, docentes no categorizados y alumnos.

### *Los medios*

---

La inserción de los graduados en el más tradicional de los ámbitos del campo, el mediático, indica que 28 ejercen en él. En medios gráficos 14, cinco en radio, siete en TV y dos, en gráficos y radio. De éstos, sólo dos se dedican exclusivamente a ellos y el resto ejerce conjuntamente en otros ámbitos.

A partir del proceso de privatizaciones, el campo mediático se definió entre públicos y privados. Estos últimos, hoy, dominan el mercado y juegan con las reglas del mismo (competitividad y sobre todo rentabilidad).

Los medios como empresas no sólo afectan al ejercicio profesional, cada vez más vinculado a la competencia, la velocidad y la síntesis; también definieron el concepto de noticia como producto.

Sobre el ejercicio del periodismo en la actualidad Grisel Palma, egresada de la carrera de periodismo de la UNLP, periodista del cable Multicanal en Berisso y docente de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, señala: "Hacer medios hoy es bastante diferente de lo que yo entendía que era cuando empecé a estudiar en el año 1983. En principio, porque tenía una visión muy romántica de la profesión, un poco por la edad, por la juventud de aquellos tiempos, y por otro lado porque en realidad el periodismo tenía otro rol. Hoy, está absolutamente mercantilizado y estamos ajustados a lo que propone la empresa como parte del mercado"<sup>9</sup>.

Existen diferencias en la práctica periodísticas según en qué sector se ejerza. "El trabajo en el sector público es más rutinario; no existe la posibilidad de

<sup>9</sup> Idem nota 8.

variar y manejar distintas herramientas de la carrera. Pero en general, era bastante monótono, las gacetas se repiten en su forma constantemente, es decir, hay un techo para realizar nuestras actividades. En cambio, el trabajo en los diarios Hoy y El Día (de la ciudad de la Plata) me exigieron más versatilidad para poder escribir sobre temas diferentes, con la presión del tiempo", explicó Andrés Lavaselli, estudiante avanzado de la carrera, que ejerció en ambos<sup>10</sup>.

"Esta versatilidad se complejiza más en un medio de alcance nacional" asegura Graciela Giobercho, periodista del diario Clarín y docente universitaria, y agrega "ante una nota hay que contextualizar la noticia, lo que implica contar con un background de cultura general. Saber organizar la producción de la misma, plantear etapas y reflexionar sobre todos los aspectos que hacen al propio medio como la agenda de noticias o su presentación. Es una tarea de planificación y producción. Y todo esto hay que hacerlo en un proceso dinámico y rápido"<sup>11</sup>.

Pero no hay diferencias entre los sectores en cuanto a la situación laboral de los periodistas. La flexibilidad laboral que rige en el país a partir de las modificaciones legales hechas también en los noventa, salvo algunas pocas excepciones, los contratos se hacen por meses. Entonces cada tres o seis meses los periodistas esperan el veredicto de la renovación.

También recurren a la figura del colaborador. Lavaselli, después de su paso por los medios, es uno de ellos. "Escribo notas por encargo y otras que se me ocurren a mí y las propongo en el diario; una especie de colaborador periodístico. Para realizar un artículo tengo que buscar previamente información, generarla por mi cuenta, ser mi productor y luego, redactarlo"<sup>12</sup>.

Es decir que el ejercicio del periodismo implica mucho de autogestión. Giobercho describe su trabajo en la sección de Consumo del diario, como "mucho de producción propia. Hay buscar temas para notas y una vez acordados con la editora, empiezo a producir la nota. Esto implica consultar varias fuen-

tes, conseguir datos, estadísticas sobre el tema, antecedentes y preparar material para infografías, si es que se decide ilustrar la página de esa manera. Después, redacto la nota. No título ni pongo la bajada o los epígrafes, eso es tarea de la editora"<sup>13</sup>.

En la radio y la televisión, sucede lo mismo, más aún, si son medios pequeños donde la actividad se diversifica más. Según Grisel Palma: "en el canal de Berisso estuve durante dos años como cronista, conductora del noticiero, productora y jefa de noticias. Fui ocupando todos esos cargos, incluso en forma simultánea, porque los medios como este, en ciudades pequeñas, no tienen una división de tareas que sí, tienen los grandes. Tuve que hacer de todo, incluso edición"<sup>14</sup>.

Los medios como parte del campo laboral de la comunicación no pueden dejar de ser considerados en el actual contexto. Hoy, cuatro o cinco grupos controlan, producen y analizan la información periodística.

Frente a ellos, los proyectos individuales tienen pocas posibilidades de sobrevivir. Sin embargo resultan como alternativa para quienes quieren ejercer la profesión o para quienes se están formando. Surgen así propuestas radiales, televisivas y publicaciones gráficas menores que también forman parte ámbito mediático.

### *El ámbito Institucional*

---

El ámbito de las instituciones, en los últimos años, le ha dado un fuerte desarrollo a lo comunicacional que involucra la práctica periodística, la planificación y la gestión. Los datos de la encuesta hecha a los graduados indican que en comunicación institucional trabajan 37 en el sector público, diez en el privado, dos en ambos y uno, en ONG.

"Hoy cualquier entidad, asociación civil, ONG, tiene un área de prensa y comunicación. Esto genera un nuevo espacio laboral en la propia dinámica de la realidad social. Desde un club de barrio, una ONG ecologista, una Cámara empresaria, un Colegio Pro-

<sup>10</sup> Idem nota 8.

<sup>11</sup> Idem nota 8.

<sup>12</sup> Idem nota 8.

<sup>13</sup> Idem nota 8.

<sup>14</sup> Idem nota 8.

fesional, un Municipio o un Ministerio, todas tienen su área de comunicación y prensa que tiene a su vez, una especificidad marcada en la tarea cotidiana", afirma Javier Biasotti<sup>15</sup>, miembro fundador de la Asociación de Periodistas Institucionales y egresado de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP.

Más allá de este análisis, quienes ejercen en el campo establecen una diferencia a partir de la práctica. Los testimonios de quienes hacen prensa institucional dan cuenta de ello.

Gricelda Casabone, periodista egresada de la UNLP, es desde hace tres años Jefa del Departamento Profesional y Técnico de la Secretaría de Prensa, Relaciones Públicas e Institucionales del Servicio Penitenciario de la Provincia de Buenos Aires. Según explicó, su trabajo "comprende un montón de acciones concretas de comunicación desde las que tiene que ver con hacer producciones (armar la página Web y editar una revista virtual) hasta con diseñar una recomposición de la relación de una institución con la prensa. También intentamos con los colegas del área hacer un proceso comunicacional y transformador desde adentro, ya que la institución tiene 9.700 funcionarios y cerca de 17 mil internos, y estamos trabajando en ellos, en esa cultura interna"<sup>16</sup>.

Desde el sector privado, Gabriel Negri, Licenciado en Comunicación Social y Periodista coincide con Casabone al considerar a la prensa institucional "como un trabajo de comunicación interna y externa". Pero esta tarea apunta especialmente a la producción de la imagen de la empresa. "El trabajo que hago consiste en la elaboración del periódico Web y de la publicación oficial de la institución en la que trabajo. Esto implica armar una agenda, redactar gacetillas, enviar información por correo electrónico y editar la publicación. Además, me encargo de otras tareas, como son establecer contactos con otras instituciones de similar características y con otras que no se relacionan tan directamente. Y todas estas ac-

tividades están en función del objetivo mayor que es la comunicación de la empresa"<sup>17</sup>.

Darío Cobello, Licenciado en Comunicación Social, orientación Periodismo, trabaja actualmente en Presidencia de la Nación y define a su trabajo como "comunicar la marcha de un gobierno, que es mucho más amplio que hacer prensa; además esto es algo de lo que no me encargo porque ya existe una oficina de prensa. Yo comunico la marcha de un gobierno con todo lo que implica hoy comunicar, teniendo en cuenta la importancia que adquirieron los medios. Mi trabajo actual se diferencia del trabajo de campaña o de un político porque no me encargo de hacer gacetillas o de operar en los medios. Realizo los cortos publicitarios que se emiten en la tele, para ello acompañamos al presidente en los viajes, allí dirijo al cámara para que haga las tomas que después nos serán útiles. En estas oportunidades también tengo que manejar algo de iluminación, sacar fotos que después se usan en la parte gráfica de los comerciales o en algún afiche. Otra cosa de la cual me encargo, es de la producción y la edición"<sup>18</sup>.

Una constante en esta área del campo es que ejercicio profesional implica una diversidad de prácticas. Cobello lo confirma al afirmar que "No podría encasillar mi labor como de periodismo o de planificación ya que yo hago un poco de todo. Como está planteado hoy el mercado laboral, con sus nuevas reglas de juego, la situación te obliga a hacer de todo"<sup>19</sup>.

### *Síntesis*

---

Es evidente que el campo laboral de los licenciados en comunicación ha estado sometido a la tensión entre la construcción de los multimedios, su expansión tecnológica y capacidad de influencia, y el desarrollo de la comunicación social como espacio de estudio, enseñanza e investigación.

En el centro de esta crisis, los medios controlan la información circulante, influyen en la agenda pública y juzgan conductas y valores.

<sup>15</sup> Idem nota 8.

<sup>16</sup> Idem nota 8.

<sup>17</sup> Idem nota 8.

<sup>18</sup> Idem nota 8.

<sup>19</sup> Idem nota 8.



Las universidades públicas principalmente, juzgan y a los medios, expanden su horizonte de estudio y forman a los profesionales que los van a poblar.

Entre ambos han instalado a la Comunicación Social como a una de las disciplinas no tradicionales centrales en nuestro país y en el mundo.

Miles de jóvenes la eligen, avanzan en polimodales, terciarios, universidades, especializaciones, maestrías y doctorados, del mayor nivel o el peor oportunismo, para ser luego devorados por el campo laboral concreto.

Así se desata la segunda tensión.

Los medios están saturados y mal pagos. Las empresas contratan consultoras internacionales. El Estado está ocupado. Y hace rato es improbable sobrevivir desde un periódico barrial.

Entonces ese 20,4% que el Ministerio de Educación de la Nación ubica a la cabeza de los desocupados con título amplía los márgenes del campo laboral, crea nuevos espacios y planta bandera en los propios ocupados por extraños, reclama actualización y perfeccionamiento y aprende a ejercer en forma múltiple, a recorrer zonas diferentes y a sintetizar técnicas comunes.

Enseña, aprende, escribe, lee, opina y actúa en la más dinámica de las disciplinas modernas, atada a la tecnología pero a la vez a la creatividad; revalorizada y respetada a fuerza de presencia en la realidad.

Y está modificando en la práctica lo que le espera a los que vienen en camino.

También es evidente, entonces, que esos graduados alimentan con su experiencia el ámbito académico que los formó. Y, en el caso de la educación pública, la transforman en conocimiento.

El viejo periodista de medios, fumador empedernido y bebedor consumado, deharrapado, inteligente y de pluma exquisita, añora los tiempos de la charla sin apuro a la que seguía una nota luminosa, previo análisis compartido con un editor astuto, impreso en moldes en alguno de los diarios de siempre.

Ha sido desbordado por la velocidad, la síntesis, la enormidad visual de medios manejados como em-

presas, autores del propio prestigio, culpables de tantos gritos y silencios, en los que aparecen nuevos periodistas que utilizan computadoras con soltura, estudian, enseñan, poseen segundos y terceros trabajos en el Estado o alguna empresa, investigan, crean, arman un sueldo en base a muchas partes y hasta saben escribir.

## Bibliografía

---

- Documento Curricular. *Plan de Estudios 1998*, Ed. Periodismo y Comunicación.
- Eliades, Analía y otros, "El periodismo: ¿una técnica social en peligro de extinción?", en *Oficios Terrestres*, Publicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, Nº 6, 1999.
- Fuentes Navarro, Raúl, "Campo Académico de la Comunicación", en *Signo y Pensamiento*, Universidad Pontificia Javeriana, Nº 31, 1997.
- Fuentes Navarro, Raúl, "Campo Académico de la Comunicación", en *Pensar la cultura*, México.
- Fuentes Navarro, Raúl, "La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones", en *Campo Académico de la Comunicación, hacia una construcción reflexiva*, México, Pensar la cultura.
- Huergo, Jorge, "Conceptos previos, políticas de formación, currículum y planes de estudio", en *Documento de la Comisión de Autoevaluación Académica*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Argentina, 1996.
- Marqués de Melo, J., "Desafíos Actuales de la enseñanza de la Comunicación" en *Diálogos de la Comunicación*, FELAFACS, Nº 19, Lima.
- Marqués de Melo, J., "Laboratorios de Jornalismo: conceitos, preconceitos", en *Comunicacao: Teoria e Política*. Summus, Sao Paulo, 1985.
- Martín Barbero, Jesús, "Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular" en *Diálogos de la Comunicación*, FELAFACS, Nº 19, Lima
- Martín Barbero, Jesús, "Teoría/Investigación/ Producción en la enseñanza de la comunicación" en *Diálogos de la Comunicación*, Nº 28, FELAFACS, Lima, 1990.
- Orozco Gómez, Guillermo, *La Investigación de la Comunicación dentro y fuera de América Latina*, Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Orozco Gómez, Guillermo, "La formación de profesionales en comunicación: dos perspectivas en competencia" en *ANDION* (ed.). Las profesiones en México, Nº 5: Ciencias de

la comunicación, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1990.

- Prieto Castillo, Daniel, *Diseño Curricular para escuelas de comunicación*, CIESPAL, Quito, Ecuador. 1988

- Puiggrós, Adriana, Informe de evaluación del Plan de Estudio de la carrera de Licenciatura de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, 1996.

- Vassalo de Lopes, María Inmacolata, *Campo profissional e mercado de trabalho em Comunicacao no Brasil*. Sao Paulo, NUPEM-ECA/USP, 1999.