



**XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
(ALAIC)**

***Desafíos y Paradojas de la Comunicación en América Latina:
las ciudadanías y el poder***

Medellín, Colombia, 9 al 13 de noviembre de 2020

Organizan

- ❖ Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC).
- ❖ Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB).

**Ponencia presentada al GI 2. Comunicación y trabajo: continuidades, cambios,
dificultades y desarrollo de las profesiones**

Una mirada sobre el campo profesional de la
comunicación en el contexto local de Uruguay, el caso de Maldonado
Avance de tesis

Um olhar sobre o campo profissional da comunicação no contexto local do Uruguai, o caso
de Maldonado.
Avanço da tese

A look at the professional field of communication in the local context of Uruguay.
Maldonado's case. Advancement of thesis

Lucía Fernández Gadea ¹

¹Lucía Fernández Gadea. Centro Universitario Regional del Este, Universidad de la República (Udelar) y Observatorio de las Profesiones de la Comunicación, Facultad de Información y Comunicación (Udelar). Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Uruguay, lucia.fernandezgadea@gmail.com.



Resumen: La investigación sobre la que se basan los avances presentados en este artículo, se propone conocer cuáles son las características de las trayectorias profesionales de los y las comunicadores/as en el contexto local e indagar sobre las acciones y/o tareas que realizan, tomando el caso de las ciudades de Maldonado, Punta del Este y San Carlos. En este trabajo se presentan los resultados vinculados a uno de sus objetivos específicos referente a identificar los ámbitos laborales de los/as profesionales de la comunicación para lo que se realizó un mapeo de situación. En los primeros resultados vinculados a este mapeo se deja entrever los espacios en los que trabajan los y las profesionales de la comunicación, la forma de ingreso al campo profesional y el grado de formación.

Palabras Clave: Profesionales, comunicación, campo laboral.

Abstract: The research on which the advances presented in this article are based, it is proposed to know what are the characteristics of the professional trajectories of the communicators in the local context and inquire about the actions and / or tasks they perform, taking the case of Maldonado, Punta del Este and San Carlos cities. In this work, the results related to one of the objectives of my Master's thesis are presented, referring to identifying the work areas of the communication professionals for which a situation mapping was carried out. In the first results linked to this mapping we can see the spaces in which the communication professionals work, the way to enter the professional field and the degree of training related to gender.

Key words: Professionals, communication, labor field

1- Tema central

El tema central de la tesis, en que se enmarca este artículo, versa sobre conocer cuáles son las características de las trayectorias profesionales de los comunicadores y las comunicadoras en el contexto local, e indagar sobre las acciones y/o tareas que realizan. Sin embargo, en este artículo abordaré, exclusivamente, uno de los objetivos específicos de la investigación referido a identificar los ámbitos laborales de los y las profesionales de la comunicación en el contexto local.

En este sentido, el ámbito laboral hace referencia al espacio en donde las personas realizan su labor profesional. Por tanto, se busca conocer en dónde trabajan los y las profesionales de la comunicación, así como su forma de ingreso al campo profesional. Esto permitirá dar algo de luz sobre el desarrollo del campo profesional de la comunicación en ciudades del interior de Uruguay.

Para llevar adelante la investigación la unidad de análisis principal fueron los y las profesionales de la comunicación de Maldonado (específicamente de las ciudades de San Carlos, Maldonado y Punta del Este) que estuvieran insertos/as en el campo laboral de la comunicación y que cuenten o no con formación en comunicación.

Al referirnos a los y las profesionales de la comunicación no es posible limitarnos a conceptualizar el campo profesional y las trayectorias. Es necesario comprender cómo los y las profesionales se desarrollan en un contexto determinado, en una región determinada, es por esto que se abordará el contexto local.

Al trabajar sobre el campo profesional lo hice abordando el concepto de *campo* desarrollado por Bourdieu (1998). El campo como un sector determinado de actividad social, enmarcado por reglas y principios, en los que se da un juego de poder de acuerdo con un habitus dominante y con las habilidades y recursos de sus actores. En relación al

término *profesión* me basé en la caracterización brindada por Weber (1969) quien define que la profesión “es la actividad especializada y permanente de un hombre que, normalmente, constituye para él una fuente de ingresos y, por tanto, un fundamento seguro de su existencia” (p. 82).

La selección de este objeto empírico respondió, entre otras cosas, a la caracterización de estas ciudades como *Ciudad Intermedia* (CIU). Maldonado-Punta del Este son caracterizadas como *aglomerado intermedio mayor* y San Carlos como *aglomerado intermedio*.

Sobre investigaciones en la temática en Uruguay, el *Observatorio de las profesiones de la comunicación* busca “contribuir a una comprensión crítica del campo profesional de la comunicación en el Uruguay” (Kaplún, 2014). Se han realizado investigaciones vinculadas al proyecto *Trayectorias profesionales de los comunicadores*, el cual busca indagar acerca de la forma en que egresados y egresadas de la Facultad de Información y Comunicación en las Universidad de la República transitan por su vida profesional. En este marco, se ha investigado en relación al ser profesional en comunicación; a la relación entre el egreso, la formación universitaria y el campo laboral; la legitimación de los y las profesionales de la comunicación egresados; la consolidación profesional; así como la inserción profesional de los comunicadores y las comunicadoras poniendo especial atención al momento del egreso de la carrera, el ingreso al campo y el inicio de las trayectorias.

A pesar de que esta investigación no se centra únicamente en egresados/as de educación superior terciaria, los resultados serán un insumo más para el trabajo realizado por el Observatorio.

2- Contexto situacional

Según el censo del año 2011, Maldonado es uno de los departamentos más poblados de Uruguay, tiene 164.300 habitantes, es el tercer departamento en número de habitantes, luego de Montevideo y Canelones. De esos 164.300 habitantes, 27.471 se encuentran en la ciudad de San Carlos, 62.592 en la ciudad de Maldonado y 9.277 en la ciudad de Punta del Este. Por tanto, la investigación se centró en las ciudades más pobladas del departamento, abarcando así al 60% de la población total. Además estas ciudades cuentan con la mayor concentración de medios de comunicación, empresas, oficinas de organismos públicos, etc.

Cabe destacar que el 65,5% de los habitantes del departamento corresponde a la franja etaria de 15 a 65 años, y que desde el censo de 2004 se ha proyectado una alta tasa de crecimiento de la población. Cada vez más personas optan por migrar a Maldonado.

La categorización de estas ciudades como CIU, es compartida con otros departamentos de Uruguay como Salto, Paysandú y Rivera. Por lo que se podría pensar en extrapolar los resultados o realizar estudios comparativos a futuro. Finalmente, en el contexto regional, se enmarcan dentro de la misma caracterización varios conglomerados de Argentina y Brasil, como por ejemplo: Concordia, Rosario, Córdoba, Santana do Livramento, Uruguayana, Santa María y Porto Alegre.

La *Ciudad Intermedia (CIU)* se define, no sólo por la cantidad de habitantes, sino por las funciones que desarrollan, por ejemplo de intermediarias entre los espacios locales/territoriales y los espacios regionales/nacionales, y globales. La Unión Internacional de Arquitectos expone que las Ciudades Intermedias son aquellas que “desempeñen alguna función administrativa de alcance nacional, estadual, federal,

regional o local y que, a su vez, no formen parte de conurbación metropolitana alguna.” (Martínez, Edgardo J.; Altmann, Leonardo; Rodríguez, Carolina, 2013).

Considerando la noción de *local* como relativa, ya que depende del contexto en el cual se maneje. Y, a pesar de que la definición de CIU plantea que son aquellas ciudades que cuentan con entre 20 mil a 2 millones de habitantes, en Uruguay, se tomó el criterio del Instituto Nacional de Estadística (INE) por lo que existen 43 conglomerados categorizados como CIU, con más de 5.000 habitantes.

Un territorio con determinados límites, es entonces ‘sociedad local’, cuando es portador de una identidad colectiva expresada en valores y normas interiorizadas por sus miembros y cuando conforman un sistema de relaciones de poder constituido en torno a procesos locales de generación de riqueza. Dicho de otra forma, una sociedad local es un sistema de acción sobre un territorio limitado, capaz de producir valores comunes y bienes localmente gestionados. (Arocena, José, p. 9)

Finalmente, el departamento de Maldonado tiene una particularidad referida a la cantidad de habitantes y fuentes laborales, dada por la estacionalidad y el turismo en los meses de diciembre a febrero. Esta situación repercute en la forma de trabajo de los y las profesionales de la comunicación ya sea en su dedicación al trabajo como a su fuente laboral.

3- Metodología de abordaje

La estrategia metodológica empleada se planificó en dos grandes etapas con diferentes características. Ambas etapas consideran la metodología desarrollada por el *Observatorio de las Profesiones de la Comunicación* dado que el mismo le da marco a la investigación.

Para realizar el estudio se tomaron como referencia las áreas profesionales de la comunicación definidas por el Observatorio en la encuesta realizada en junio de 2016, a 858 egresados, de los cuales respondieron 531. Dichas áreas profesionales son: Comunicación Organizacional, Comunicación Educativa y Comunitaria, Periodismo, Publicidad, Audiovisual, Multimedia y TIC, Docencia, Gestión Cultural, e Investigación.

Fueron considerados/as para la investigación quienes según su perfil de egreso o su labor profesional se autodefinen dentro de alguna de estas áreas profesionales de la comunicación. El propósito, con esta selección se basa en identificar las trayectorias profesionales en cada una de las áreas según el perfil de formación e indagar sobre las acciones y/o tareas que realizan.

En relación al perfil de formación fue determinado por el nivel, por lo que se establecieron dos categorías: con formación formal o sin formación formal. Dentro de la formación formal se consideraron a quienes cuentan con formación universitaria, técnica o cursos de más de un año de duración. Mientras que, dentro de la categoría sin formación formal se consideraron a quienes efectivamente no cursaron formación formal en la temática o realizaron cursos, seminarios, talleres, etc. de menos de un año de duración, y su formación se ha dado en la práctica laboral.

Cada una de las etapas de la investigación se centró en alguno de los objetivos específicos, para el caso planteado compete lo referido a la primera etapa de trabajo. En esta etapa se realizó un mapeo básico sobre la situación de los y las profesionales de la comunicación. Con este mapeo se buscó identificar en qué espacios están los y las profesionales de la comunicación, en qué áreas profesionales trabajan, cuántos/as son aproximadamente y si cuentan con formación formal. Este mapeo se construyó mediante la revisión de fuentes secundarias y entrevistas semi estructuradas realizadas a informantes calificados/as.

Los/as informantes fueron seleccionados/as de acuerdo a los años de residencia en el departamento, la experiencia en el campo profesional y el conocimiento general del área profesional en que desempeña su labor. Se evaluó la realización de entrevistas a 1 o 2 informantes calificados/as por área según la información que se pudo recabar en cada una de ellas. En este marco se realizaron 7 entrevistas a informantes de las áreas Comunicación Organizacional, Comunicación Educativa y Comunitaria, Periodismo, Publicidad, Audiovisual y Docencia. No se identificaron profesionales de la comunicación autodefinidos/as en las áreas Multimedia y TIC, Gestión Cultural e Investigación.

De este grupo de entrevistas 5 fueron realizadas a mujeres y 2 a hombres. Sobre el nivel de formación de los y las entrevistadas 3 tienen estudios terciarios en comunicación finalizados; 2 tienen estudios terciarios avanzados en comunicación sin finalizar; 1 se ha formado realizando cursos en el desarrollo del trabajo; y 1 no tiene estudios en el tema, la formación se dió exclusivamente en la práctica laboral.

El mapeo también fue insumo para definir a las personas que se invitaron a participar de la segunda etapa de la investigación, en la que se profundizó en las características de las trayectorias y las acciones y/o tareas que realizan.

4- Resultados

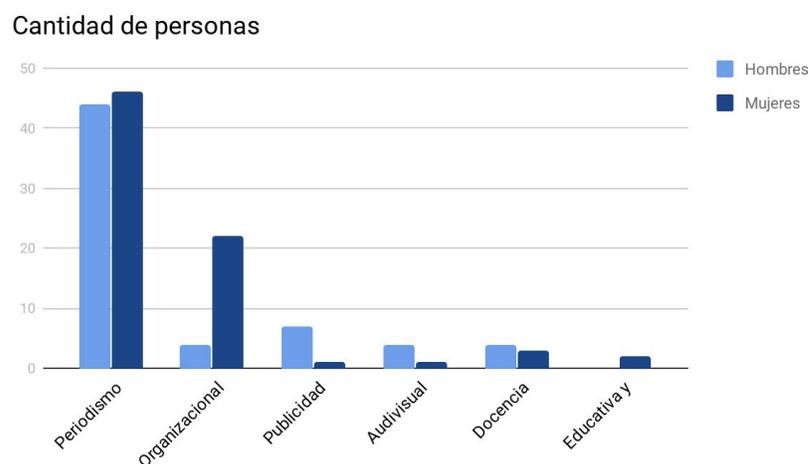
4.1 - Ojeando el campo profesional

En términos generales se definió la existencia de, aproximadamente, 150 profesionales de la comunicación realizando su labor en las ciudades de Maldonado, Punta del Este y San Carlos. En comparación, por ejemplo, a las 2651 personas egresadas de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República a mayo de 2016, el número de profesionales trabajando en la zona de estudio es bajo. Sobre todo al recordar que para la investigación se consideraron a personas con o sin formación en comunicación.

Cabe destacar que en la encuesta realizada por el Observatorio se llegó al dato de que la mayoría de las personas egresadas residen en la capital, Montevideo (82%), le sigue el departamento de Canelones (11%) y el resto del interior del país (7%).

En relación al número de profesionales realizando su labor en la zona de estudio, la principal particularidad del dato está en la segmentación por áreas profesionales, género y nivel de formación. Según los datos recabados, el campo de la comunicación está constituido mayoritariamente por mujeres (57%). Su presencia es mayoritaria en dos de las áreas, periodismo y comunicación organizacional; en las demás áreas la presencia es similar, a excepción de publicidad y audiovisual que están esencialmente ocupadas por hombres.

A continuación se puede ver el detalle en relación a la ocupación de las áreas profesionales por género.

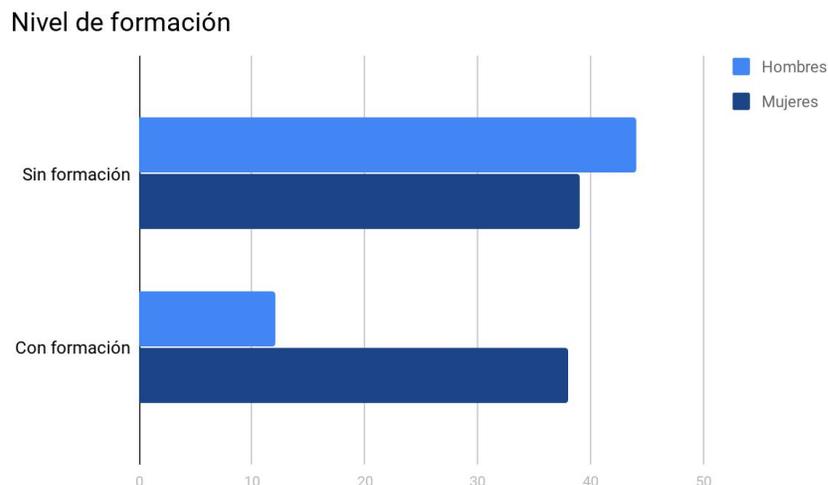


Según la percepción de los y las informantes, la formación en el área profesional que representan se da en la práctica de la tarea, definen a sus colegas como autodidactas, con cursos en temáticas puntuales o con formación universitaria en comunicación sin finalizar.

En algunos casos, los menos, se da que tienen formación universitaria en comunicación completa.

El área con mayor desarrollo y ocupación es el periodismo, seguido de la comunicación organizacional. Las demás áreas profesionales tienen escasa incidencia.

En general las mujeres cuentan con mayor grado de formación, como se puede apreciar en la figura 2. No solamente vinculada a estudios avanzados de comunicación o de grado finalizados, sino que tienden a profundizar en formación a nivel de posgrados o maestrías.



Otro de los aspectos consultados fue la forma de ingreso al campo profesional. En la mayoría de los casos hay similitudes y el ingreso se dio por contactos de conocidos. En menor medida por pasantías, casting o llamado a concurso. En todos los casos se valora el poder ingresar al campo profesional a pesar de las dificultades y precariedad que tiene, sobre todo al inicio.

Esta característica se comparte con los resultados expuestos en la ponencia *Análisis de las trayectorias de inserción profesional de los licenciados en comunicación de la Udelar*:

Aportes para la mejora de los procesos de formación universitaria en comunicación realizada en el marco de las III Jornadas de Investigación de la FIC, por un equipo del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación. En esta ponencia se expuso que quienes egresan plantean frecuentemente una entrada al campo no bien remunerada, marcada por el “multiempleo” y la “multitarea”, pero aún así se valora la “oportunidad de entrar” antes que el cómo. A su vez, se plantea como forma de ingreso al campo a la universidad mediante sus distintas estructuras o a partir de redes y vínculos fuera del ámbito universitario.

Los y las profesionales de la comunicación destacan que en el ámbito local siempre ha existido la posibilidad de tener acceso a los medios de comunicación y los medios han sido una forma de ingreso al mundo del trabajo para muchos/as. Esto es valorado aunque plantean que las condiciones no son las adecuadas y presentan muchas dificultades, sobre todo referida al auto-financiamiento o al “pagar para trabajar”.

Finalmente, se presenta al campo de la comunicación marcado por el multiempleo, la multitarea y la baja remuneración. El multiempleo vinculado a otro trabajo relacionado con la comunicación en el mejor de los casos, varios medios de comunicación o comunicación organizacional, consultoría política y publicidad. Pero dadas las características propias del departamento y la estacionalidad, en muchos casos el trabajo paralelo se vincula al turismo.

La comunicación generalmente suele ser una tarea más en la mayoría de los espacios de trabajo, por lo que alguien dentro de un equipo existente se ocupa de la comunicación. Con esto se refieren a manejar redes sociales, convocar a los medios de prensa, brindar entrevistas, trabajar la cartelería interna, etc. Tareas que pueden llegar a realizar personas vinculadas a la administración, secretaría, docentes, dirección, entre otras. No suele

contratarse a alguien específicamente para cumplir esas funciones u otras vinculadas a la comunicación estratégica.

4.2 - Espacios de trabajo

El espacio común de trabajo para los y las profesionales de la comunicación es en los medios masivos. Es incipiente la aparición de comunicadores/as desempeñando su labor en otras áreas de la comunicación. La gran mayoría de los y las profesionales se encuentran trabajando en periodismo seguidos por espacios vinculados a la comunicación organizacional y en menor medida las demás áreas estudiadas.

Sobre los medios de comunicación masiva se confirmó la existencia de 25 medios de comunicación, entre televisivos, radio y prensa escrita. Según datos de la Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación (URSEC) existen en la zona investigada 20 medios de radiodifusión, radio AM, FM y TV, comerciales y públicas (en este caso no se abordarán las radios comunitarias).

Sobre la radio se establecieron 7 frecuencias que son repetidoras o dejaron de transmitir y 9 que tienen producción propia. En lo que refiere a los canales televisivos son 4, sin embargo, al momento del trabajo en campo se dio un quiebre, al igual que se vivió en el año 2013 con Canal 7 de Maldonado. En agosto de 2019 los canales de cable 30 de Punta del Este y 8 Carolino de la ciudad de San Carlos, pasaron a unirse para transformarse en +televisión. Ambas situaciones dejaron a un gran número de comunicadores/as sin empleo.

En tanto los medios de prensa escrita son 5. No existe un periódico o semanario periodístico de referencia. Son pocos los impresos y quienes imprimen están centrados en los clasificados. Existen variados portales web y su continuidad en el tiempo es variable.

En relación a otros espacios en donde los y las profesionales de la comunicación desarrollan su labor se destacan los vinculados a las áreas de comunicación organizacional y docencia. Actualmente existen docentes vinculados/as a la enseñanza de la comunicación en 5 centros educativos privados centralizados en la ciudad de Maldonado. En la educación pública se da la presencia de docentes en el Polo Educativo Tecnológico Arrayanes y en el Centro Universitario Regional del Este de la Universidad de la República. En relación a la comunicación organizacional o institucional se destaca el crecimiento que ha tenido el área en el departamento. Son varios los espacios con personal contratado específicamente para la tarea, se destacan los rubros: gobierno municipal y de cercanía (3), educación terciaria superior (3), educación media privada (2), servicios de salud privada (2), hoteles (2), convenciones (2), club deportivo (1), cooperativa (1), empresas consultoras en comunicación (3), centro cultural (1).

A su vez, existen 3 agencias vinculadas a la publicidad, 2 de ellas volcadas a la producción audiovisual y no propiamente a la publicidad. En las entrevistas se afirmó que además hay, al menos, dos profesionales independientes, “que son gente que se formó en cine o eventualmente trabajó en algún medio”.

En menor medida se da la existencia de empresas de comunicación gestionadas por profesionales independientes. Las que tienen gran movilidad en la temporada estival pero les cuesta sobrevivir a la temporada invernal, por lo que sostenerse en el tiempo es un desafío que pocas de ellas logran superar, según mencionaron sus colegas.

5- Reflexiones

Considerando que los comunicadores y las comunicadoras de Maldonado, San Carlos y Punta del Este, mayoritariamente no cuentan con formación específica en comunicación,

es importante destacar y tener en consideración que históricamente no ha sido un requisito tener título para ejercer la profesión. De hecho en Uruguay, no todas las personas que se dedican profesionalmente a la comunicación son egresadas universitarias o cuentan con formación específica en la temática, esta característica es prioritaria para pensar críticamente el campo profesional de la comunicación. Cabe profundizar si, en la zona estudiada, se está asistiendo a un cambio de habitus en el campo profesional de la comunicación vinculado a un desplazamiento generacional y de género. Dado que los y las profesionales de la comunicación más jóvenes tienden a tener formación formal en la temática, mientras las generaciones mayores se han formado esencialmente en la práctica de la profesión. A su vez, las tareas realizadas difieren según el género y la generación. Por poner un ejemplo, en el periodismo las mujeres jóvenes ocupan la tarea de producción y los hombres de conducción.

Otro aspecto a profundizar en el análisis de la información es el poco conocimiento existente entre las áreas profesionales a pesar del contexto local en que están insertos. Al consultar sobre las demás áreas de la comunicación, el conocimiento era nulo o muy reducido, el área sobre la que se tiene mayor conocimiento es el periodismo. Dado que es el área más desarrollada y que ocupa mayor cantidad de personas.

6 - Bibliografía

Arocena, José (2013) - *El desarrollo local, una aproximación conceptual*. +E Núm. 3.Ene-Dic. p.

6-13. DOI: <https://doi.org/10.14409/extension.v1i3.466>

Bourdieu, Pierre (1996), *Cosas dichas*. Barcelona, España. Gedisa.

(1995) - *Respuestas. Por una antropología reflexiva*. Grijalbo, México.

(1998) - *Meditaciones pascalianas*. Barcelona, España. Anagrama.

Blanco, Franco, Papa (2019) - Análisis de las trayectorias de inserción profesional de los licenciados en comunicación de la Udelar: Aportes para la mejora de los procesos de formación universitaria en comunicación. III Jornadas de Investigación de la FIC. Montevideo/Uruguay.

Kaplún, Gabriel (2014) - *Observatorio de las profesiones de la comunicación*. Departamento de Especializaciones Profesionales (DEP) Instituto de Comunicación – Facultad de Información y Comunicación (IC-FIC) Universidad de la República. Recuperado de: http://www.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/Observatorio_Profesiones_Comunicacion.pdf. (último acceso 16/10/2016)

López García, Xosé (2000) - *La comunicación del futuro se escribe con L de local*. Revista Latina de Comunicación Social, 34. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/41xose.htm> (último acceso 26/04/2020)

Maturana, Francisco; Beltrão Sposito, Maria Encarnação; Bellet, Carmen; Henríquez, Cristián;

Arenas, Federico (Ed.) (2017) - *Sistemas urbanos y ciudades medias en iberoamérica*.

Martínez, Edgardo J.; Altmann, Leonardo; Rodríguez, Carolina. (2013) - “La incidencia de las

ciudades intermedias en la conformación del sistema urbano nacional”. En sitio web del

número 11 de Revista de Facultad de Arquitectura.

<http://www.revista.edu.uy/11/2013/10/02/incidencia-de-las-ciudades-intermedias-ciu-en>

[-la-conformacion-del-sistema-urbanonacional/](http://www.revista.edu.uy/11/2013/10/02/incidencia-de-las-ciudades-intermedias-ciu-en) (último acceso 16/0/2018)

Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (2016) - *Primera encuesta a egresados de*

Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República. Recuperado de:

<http://www.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/Encuesta%20a%20Egresados%20Cie>

[ncias%20de%20la%20Comunicaci%C3%B3n%202016.pdf](http://www.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/Encuesta%20a%20Egresados%20Cie) (último acceso 16/10/2016)

Unidad Reguladora de Servicios de Comunicación - *Agentes regulados*. Recuperado de:

<https://www.ursec.gub.uy/operadores/servlet/hllamadapg?HURPortalConsultaOperadores>,

[DSP,DSP,,,,0,0,0,0,0,0,,,0](https://www.ursec.gub.uy/operadores/servlet/hllamadapg?HURPortalConsultaOperadores). (último acceso 16/10/2019)

Weber, Max (1969) - *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Barcelona, España. Península.