

# Observatorio de las profesiones de la comunicación

Departamento de Especializaciones Profesionales - Gabriel Kaplún - 2014

## 1. Transformaciones y problemas del mundo del trabajo en comunicación

Como se plantea en el Plan de Trabajo del Departamento de Especializaciones Profesionales.

...la centralidad de la comunicación en los imaginarios sobre la constitución de nuestras sociedades y en el campo académico y técnico (...) no ha contribuido a clarificar el objeto de estudio y el campo de prácticas, sino a hacerlos más confusos y difusos. O, al menos, más complejos e insabidos. (...)

Buena parte de los estudios de comunicación nacieron alrededor de los medios y de las profesiones. Su especificidad se construyó inicialmente, sobre todo en América Latina, a partir de la formación de periodistas, especialistas en la construcción de mensajes para los medios. Pero los medios están cambiando y las profesiones también. Los medios digitales, por ejemplo, abren posibilidades de romper el modelo tradicional de broadcasting, de transmisión de uno a muchos, por otros con mayores posibilidades de comunicación de muchos con muchos, recuperando el sentido dialógico de la comunicación y cuestionando el rol central de los comunicadores profesionales como constructores privilegiados de mensajes. Aunque, al mismo tiempo, los medios tradicionales y los profesionales de la comunicación parecen seguir teniendo un papel clave en la construcción de sentido dentro del mar asfixiante de información, el juego de espejos de múltiples pantallas, el zapping de la opinión sin rigor (Frau-Meigs, 2011; Fuentes y Vidales, 2011; Dussel, 2011). (Los ahora llamados) “servicios de comunicación audiovisual” (...) incluyen a los nuevos medios de la convergencia tecnológica, pero no dejan de tener en el centro a la televisión, sea analógica o digital (Dinatel, 2011; Kaplún, 2011).

En el campo profesional emergen nuevas especializaciones, se transforman otras, se diversifican hasta volverse poco inteligible para la sociedad y para los propios profesionales: periodismo digital, planificación de medios, “marketing social”, comunicación para el desarrollo, etc.

Sin pretender zanjar ninguna de estas discusiones, que son constitutivas del campo, resumiré muy sintéticamente mi posición sobre algunas de ellas, desarrolladas antes en otros textos (Kaplún, 2005a, 2007a, 2010). Por un lado entiendo la comunicación como la producción de vínculos y sentidos. Y concibo al comunicador como un cientista social, pero también un técnico y un artista. Ambas definiciones se vinculan en la práctica profesional y académica y en la formación. La línea de demarcación que suele trazarse entre comunicadores y comunicólogos, entre estudiosos y prácticos, creo que perjudica más que ayuda a construir el campo, que debe admitir y aprovechar su carácter híbrido. Que sigue requiriendo la formación para el uso de los medios y la producción de mensajes, pero también para la intervención en procesos de comunicación mediados o no mediados, interpersonales y colectivos. Y, junto a ello y para ello, requiere la comprensión profunda de los medios y de los procesos de comunicación.

Cuando las universidades asumieron la formación de comunicadores surgió, especialmente en América Latina, una tensión entre la crítica y el mercado. Por un lado una tendencia a formar para lo que el mercado profesional demanda, por otro una presencia importante de perspectivas críticas. Como he planteado antes (Kaplún, 2001, 2013), esto condujo frecuentemente a la esquizofrenia y la impotencia. En las universidades se critica a los medios y a la comunicación dominante, pero las herramientas de acción provistas son funcionales al statu quo. Para romper esta trampa hay que hacer un esfuerzo de construcción de *teoría para la intervención social crítica* en el campo de la comunicación.

Se requiere también una clarificación cuidadosa de las especializaciones profesionales. Con frecuencia proliferan nombres diferentes para un mismo campo de acción, respondiendo a tradiciones o enfoques distintos. Por ejemplo: relaciones públicas, comunicación organizacional, comunicación institucional e imagen corporativa. O también: comunicación para el desarrollo, comunitaria, popular, alternativa, etc. Se trata entonces de comprender estas tradiciones y enfoques y explicitar las discusiones de fondo en juego, identificar los instituidos que dominan el campo y los

instituyentes que emergen (Kaplún 2007b, 2012b, 2013).

Por eso mi perspectiva aquí no es la de un observatorio pasivo, que se limite a recoger datos y describir tendencias. Pienso más bien en un trabajo activo de observación e intervención en dos direcciones interrelacionadas: diálogo crítico con el mundo profesional y revisión de las prácticas y sustentos de la formación universitaria para el ejercicio de las profesiones. Cuando digo *sustentos* me refiero a la explicitación de las concepciones teóricas en juego y la comprensión concreta y profunda de las prácticas profesionales actuales, reconociendo su historicidad y sus diversos futuros posibles.

A eso me refería en el Plan cuando decía que proponía, como tarea prioritaria para el DEP la comprensión *crítica* del campo profesional, porque “*no se trata de comprender sólo para adaptarse a lo que pasa en el mundo profesional, sino también ser capaces de proponer e incidir en el mismo. Lo que supone, a su vez, una fluida interacción con ese mundo profesional.*” Por eso el proyecto aportará al campo profesional, pero también a la Universidad, promoviendo su *adaptación activa a la realidad*, en términos de Pichon-Rivière (1981:66). Es decir su capacidad de aprendizaje y transformación de sí misma y de su entorno.

Para poder realizar adecuadamente esta tarea será útil acordar algunas referencias teóricas generales. Ofrezco entonces algunas claves para la discusión.

## **2. Campo y profesión, competencias y saberes**

Cuando hablamos de *campo profesional* estamos suponiendo un territorio amplio -especialmente en el tan variado y diverso de la comunicación-, pero también límites. Al establecer un campo se define lo que entra y lo que queda fuera. Un campo es un “espacio de juego” (Bourdieu, 1998:208), constituido por el conjunto de reglas que todos quienes ingresan a él deben aceptar, reglas fuera de las cuales no es posible jugar. Es posible plantear cambios en las reglas y de hecho éstas no permanecen siempre iguales, pero estos cambios pueden plantearse dentro de ciertos límites, so pena de quedar excluido del campo... o bien de destruirlo y, eventualmente, instituir uno nuevo. Qué prácticas quedan dentro y cuáles fuera del campo es, entonces, una cuestión de poder. Establecer qué es jugar mejor, ganar o perder, también. Definir quién está mejor “calificado”, quién tiene un capital más valioso para poner en juego y por ello debe ganar más o quedar mejor colocado en la distribución jerárquica del campo, son todas cuestiones de poder.

Muy diversos son los actores que pueden jugar en esta definición. Quienes tienen poder de contratación y asignación de tareas en el trabajo pueden decidir, por ejemplo, qué formación y competencias/saberes debe tener un periodista, si debe haber pasado por una universidad o alcanza y es preferible que se forme en el trabajo, si la formación más útil es la que brindan las carreras de comunicación o son preferibles los abogados o los profesores de literatura. También pueden decidir qué debe hacer o no hacer alguien que se dedica a la comunicación institucional/organizacional, si principalmente medios y campañas o también debe ocuparse de la comunicación entre personas y equipos de trabajo, y si esto es tarea de comunicadores o de psicólogos. En este último caso un área de trabajo, más allá de que se la denomine o no comunicación, queda fuera del campo profesional de la comunicación. Las disputas por el campo profesional son también disputas entre profesiones. Que también pueden reformularse en términos de alianzas, estableciendo por ejemplo un campo compartido.

Las jerarquías organizacionales y el mercado de trabajo establecen también relaciones entre y con las profesiones: si se reservan para sí la mayor parte de las decisiones estratégicas comunicacionales, las dejan completamente en manos de los profesionales o se combinan ambos

aspectos; si los profesionales de la administración tienen preeminencia sobre los de la comunicación a la hora de tomarlas. Y obviamente qué profesiones tienen mejores remuneraciones que otras.

También juega el estado, estableciendo o no reglas de acceso al mercado. En nuestro país, por ejemplo, no hay regulaciones que establezcan requisitos formales para trabajar en el campo de la comunicación, tales como titulación o colegiación, como existen para otras profesiones y han existido para el periodismo en otros países... y a veces desaparecido luego, como el reciente caso de Brasil (Meditich, 2012:146).

Juegan, claro está, los propios profesionales, de modo colectivo o individual. Las asociaciones gremiales o científicas pueden establecer códigos de ética o consensos sobre los mejores modos de ejercer la profesión, poniendo límites y marcando orientaciones sobre lo que se puede y se debe hacer, y sobre cuánto se debe pagar por ello. Los profesionales individualmente pueden luchar más o menos enérgicamente por ampliar su rango de tareas o aceptar restricciones al campo profesional impuestos por otros. Me ha tocado escuchar muchas veces a jóvenes profesionales quejarse que se reduce su papel a productores de mensajes para estrategias ya decididas y, al mismo tiempo reconocer que no son capaces de proponer con fuerza otros modos de ejercicio profesional en su espacio laboral concreto.

También juegan, por supuesto, las instituciones de formación profesional en general y las universidades en particular. Porque ofrecen una definición del campo, explícita o implícita, específica o ambigua. Plantean conformidades o conflictos con las definiciones que surgen del mercado de trabajo, los *habitus* profesionales dominantes o las regulaciones estatales. Y sustentan esa oferta en teorías y herramientas concretas para el ejercicio profesional, a veces con contradicciones como ya hemos dicho (teorías críticas para pensar los medios, herramientas funcionalistas para trabajar con ellos). Estos conflictos pueden conducir a veces a callejones sin salida y divorcios entre la formación y el mundo del trabajo, entre las universidades y el campo profesional (véase al respecto Meditsch, 2012).

Cabe finalmente recordar que no estamos frente a un campo homogéneo. Puede incluso ponerse en duda de si hay efectivamente un campo o varios: el de la publicidad, el del periodismo, el de la comunicación organizacional, comunitaria, etc. El intento de pensarlo como un sistema vale de todos modos, en tanto son frecuentes los movimientos de los profesionales entre estos (sub?)campos... y justifica la existencia de un espacio de formación profesional único, aunque a la vez diversificado, como el que ofrece nuestra Universidad. Pero hay que reconocer la heterogeneidad: mercados laborales diferenciados, algunos emergentes y otros decadentes, más formalizados unos y precarizados otros, etc. Sin duda factores económicos, tecnológicos y socioculturales tienen una incidencia clave en el campo, que habrá que estudiar.

El término *profesión* se define de modos diversos desde distintas disciplinas y teorías, y también en distintos campos profesionales<sup>1</sup>. Desde la perspectiva weberiana (Weber, 1979) se trata principalmente de un esfuerzo de racionalización de las prácticas sociales, en este caso las vinculadas al trabajo. La profesionalización de las ocupaciones, un fenómeno ligado estrechamente a la modernidad y al surgimiento del capitalismo, conlleva procesos de institucionalización de saberes, prácticas de formación (universitarias o no), regulaciones (colegios, códigos, leyes), formas de legitimación e intercambio (sociedades científicas o profesionales), entre otros.

Estos dispositivos institucionales de saber-poder permiten establecer barreras de entrada al campo, distinciones con otros campos y dentro del mismo, desde el prestigio social a las remuneraciones.

---

<sup>1</sup>Debo parte de lo que sigue al trabajo de Casas, en su apartado sobre el surgimiento y desarrollo de las profesiones (Casas 2013:4-8).

Desde una mirada funcionalista (Parsons, 1979), estos dispositivos aseguran una adecuada mediación entre las necesidades individuales y las de la sociedad. Desde una perspectiva crítica (Latapí, 1985, cit. en Casas, 2013) se trata de dispositivos que aseguran la reproducción social, un rol similar al de los sistemas educativos (Bourdieu y Passeron, 1979), cuya articulación con el campo profesional se vuelve, precisamente, más evidente desde esta perspectiva. Por eso también las formaciones difieren para las distintas profesiones (Cunha y Leite, 1996).

Vale recordar que en el diccionario de la Real Academia Española el término profesión se define, simplemente, como “empleo, facultad u oficio que alguien ejerce y por el que percibe una retribución”. En esta definición no hay una distinción entre modos profesionales (en el sentido de la racionalización weberiana) o no profesionales de ejercer una ocupación. Aquí lo definitorio es la remuneración: lo profesional se separa de lo amateur. Del mismo modo que ejercer un deporte de modo profesional es hacerlo por una remuneración, pero es posible y habitual hacerlo sin ella, también en el campo de la comunicación se podría hablar de amateurismo y profesionalismo a partir de la remuneración. Así se explica, por ejemplo, el intento de asimilar medios comunitarios con medios “no profesionales”<sup>2</sup>, lo que los dejaría fuera de la competencia por ingresos que les den sustentabilidad. Explicaría también algunas tensiones latentes entre sindicatos y medios comunitarios, en tanto aquéllos aspiran a una regulación taxativa de remuneraciones que éstos no suelen cumplir.

De hecho en nuestro país -y en muchos otros- al no existir regulaciones fuertes del campo profesional, la remuneración es casi el único indicador de “profesionalidad”. Las ocupaciones más tradicionales del campo, como el periodismo y la publicidad, no exigieron ni exigen hoy acreditar formaciones previas para su ejercicio, y sus marcos regulatorios son relativamente débiles, aunque han entrado en procesos importantes de revisión y ajuste en los últimos años, desde la Ley de Prensa a la de Servicios de Comunicación Audiovisual, pasando por la reciente aprobación de normas de autoregulación (Apu, 2013; Conarp, 2013).

En este marco semi-regulado, también persiste una distinción más ambigua respecto a la calidad de las prácticas. Es frecuente oír que alguien es un “verdadero profesional” o simplemente “un profesional”<sup>3</sup>, frente a otro que no lo sería, en tanto el primero se ajusta a un conjunto de normas y pone en juego saberes y habilidades cuya definición se sobreentiende pero no está explicitada ni documentada. La llegada al campo de los graduados universitarios produce no pocos conflictos, en tanto significa el encuentro de lógicas de especificación y fuentes de legitimación diferentes. O, en términos de Bourdieu, la llegada de los universitarios, puede poner en cuestión el *habitus* dominante en el campo, el conjunto de disposiciones incorporadas, de “esquemas prácticos” que permiten actuar en cada situación “como es debido” sin que se requiera un ‘deber ser’ explícito (Bourdieu 1998:184). Entre otras cosas porque los universitarios sí son portadores de un *deber ser* explícito y formalizado, no siempre coincidente con ese *habitus* dominante.

En cualquier caso, más allá de las instituciones formales y los saberes acreditados, las profesiones son siempre construcciones culturales que generan procesos de identificación más o menos fuertes. Identidades profesionales que, en el campo de la comunicación están en proceso de construcción y cambio, conflictos y ambigüedades. El Observatorio buscará comprender estos procesos y contribuir a ellos desde una mayor autoconciencia de su propia dirección, más o menos funcionalista o transformadora, reproductora o emancipadora.

El término *competencia* ha intentado resolver varios problemas conceptuales importantes para el mundo del trabajo, para el de la educación y para el vínculo entre ambos. Por un lado se propone

---

2 Así lo planteó, por ejemplo, el representante de Andebu, una de las entidades empresariales del sector comercial de medios, en el Comité Técnico Consultivo para una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Dinatel 2011).

3 También suele decirse que alguien “tiene oficio”, aludiendo a un saber adquirido en la práctica. El término oficio tiene, en este sentido, una connotación distinta que el de profesión, que conviene rescatar para pensar el campo y la formación. No por casualidad Bourdieu (2002) lo prefiere al pensar el suyo (“El oficio del sociólogo”).

como un articulador de distintos tipos de saberes: un “saber pensar” (“conocimientos”), un “saber hacer”<sup>4</sup> (“habilidades”) y un “saber ser” (“actitudes”). Para cada campo de trabajo habría entonces un conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para un buen desempeño. Identificadas las competencias necesarias, los programas educativos deberían centrarse en el aprendizaje de éstas. A partir de esta conceptualización básica se desarrollaron sistemas complejos para identificar estas competencias y facilitar su aprendizaje, indicadores para evaluarlos tras procesos de formación institucionalizado o para verificar su presencia a partir de la propia práctica profesional. Se generaron también sistemas de acreditación que reconocen las competencias adquiridas tanto por vía formal como en el trabajo mismo.

Estos sistemas, desarrollados por organismos internacionales como la OCDE y la OIT (Catalano, 2004; Vargas, 2004), han recibido miradas críticas que no dejan de rescatar algunos de sus aportes (Mertens, 1996; Zarifian, 2001; Díaz, 2005). Estas críticas refieren por un lado al modo en que se determinan las competencias. Cuando esta determinación se realiza sólo por parte de expertos, se pierde la mirada desde los actores y su contexto. Por eso se apunta a procesos participativos y reflexivos, que permitan revisar colectivamente las prácticas laborales.

También se ha cuestionado su impronta conductista y la complejidad de los sistemas de evaluación y verificación, que los vuelven poco aplicables en las prácticas formativas, dejando en evidencia que no hay un vínculo directo entre esas prácticas y la adquisición de competencias: enseñanza y aprendizaje son procesos tan diferentes como lo son el mundo del trabajo y el de la educación (Gallart, 2002). Nada de esto niega que la búsqueda de acercamiento entre esos dos mundos encuentra en el concepto de competencia una herramienta útil para pensar y hacer (Kaplún, 2005b). Con todo, dadas las críticas planteadas al concepto, algunos prefieren utilizar otras denominaciones, como *saberes* (Barato 2004), que personalmente también prefiero.

Desde este marco de referencia inicial, entonces, podemos decir que la propuesta es de un observatorio crítico y propositivo de las profesiones/oficios de la comunicación, del/de los campo/s de trabajo y de las competencias/saberes puestos en juego ellos.

### 3. Hacia la construcción del Observatorio

El *objetivo general* del Observatorio es contribuir a una comprensión crítica del campo profesional de la comunicación en el Uruguay.

Sus *objetivos específicos* son

1. Recolectar, sistematizar y analizar información relevante sobre el campo profesional de la comunicación en Uruguay.
2. Alimentar la reflexión crítica sobre el campo, con un adecuado instrumental teórico y estudios de otros contextos nacionales.
3. Identificar tendencias y potencialidades y proponer caminos para la consolidación/transformación del campo profesional, en diálogo con él.
4. Promover la revisión crítica y la transformación o mejora de los procesos de formación de grado y posgrado en las distintas orientaciones profesionales de la Facultad<sup>5</sup>, alimentándose a su vez de esos procesos.
5. Promover la articulación interna del DEP y la confluencia de proyectos, disciplinas y miradas sobre el campo profesional.

---

4 O hacer-saber, como plantea Barato (2004), para resaltar la existencia de saberes que surgen del hacer, como el del albañil que tiene conocimientos de albañilería que no podría incluso verbalizar, pero “sabe” su oficio.

5 Y eventualmente de otros centros de formación, como por ejemplo la Universidad del Trabajo, con la que es muy necesario buscar una mayor interacción. Prefiero, de todos modos, no arriesgar todavía compromisos en este sentido.

Esto último resulta clave. Como dije al comienzo, se trata de una propuesta de articulación al interior del Departamento y con otros Departamentos; eventualmente también con otros espacios de la FIC, otras facultades de la Universidad y otras Universidades dentro y fuera de Uruguay. Para aprovechar recursos y enriquecer la mirada, para generar sinergias y romper barreras entre “lo académico” y “lo profesional”, “lo teórico” y “lo práctico”. Porque, además, sin múltiples articulaciones de recursos no será posible impulsar un proyecto ambicioso, que inicialmente cuenta sólo con una parte de las escasas horas del cargo que se concursa.

Esto obliga, también, a pensar, al menos inicialmente, en un proyecto menos homogéneo y coherente de lo que podría ser deseable, más abierto a la diversidad y avances parciales en unas áreas mientras se posterga otras, por ejemplo.

Lo que sigue es un plan tentativo para esta construcción colectiva, abierta a la discusión.

### ***Sistematización y revisión de antecedentes, banco de recursos***

Comenzaremos por sistematizar información ya disponible o en proceso de ser generada a través de otros proyectos, como ya adelantamos en el plan de trabajo y ampliamos ahora. Entre otros:

- El Proyecto “Desarrollo Mediático en Uruguay: diagnóstico, perspectivas y desafíos”, realizado en conjunto entre la Udelar, las universidades privadas y Unesco (2013), que incluye un componente vinculado a este tema, aunque enfocado en la formación profesional. Estudiaremos la posibilidad de plantear una ampliación del foco del proyecto en ese segmento.
- Estudios generales y sectoriales anteriores y recientes, como los Stolovich (2002, 2004), Lanza y Buquet (2011), Cifra (2012) y los actualmente en curso de Radakovich (2010), Graña (2011), Lanza y Buquet (2013). Probablemente también algunas tesis de la Maestría en Información y Comunicación de la FIC.
- Talleres de diagnóstico como los ya realizados en Salto y Tacuarembó a fines de 2010, en el marco del convenio con las gremiales de trabajadores y empresarios de los medios
- Talleres con egresados de discusión sobre el campo profesional en general y sobre sectores específicos del mismo, especialmente los realizados en el marco de Proyecto de Desarrollo Institucional con apoyo de la Comisión Sectorial de Educación Permanente entre 2012 y 2013.
- Otros antecedentes, como el proyecto de competencias laborales en comunicación, elaborado por la Licenciatura en 2000.

Revisaremos también trabajos de otros contextos que ofrezcan herramientas conceptuales o estudios nacionales y locales que sirvan de referencia. Sólo a modo de ejemplo cabe mencionar los trabajos sobre el campo profesional del periodismo y su relación con la formación, como los de Marques de Melo (2009), Medistch (2012), Mellado (2010, 2011), el Plan Modelo de Estudios de Periodismo de Unesco (2007), el estudio sobre competencias digitales de los comunicadores de Scolari, Massoni et. al (2006) o los trabajos de Fuentes Navarro sobre la formación de comunicadores, sustentados en análisis críticos del campo profesional. También será necesario profundizar en los aspectos conceptuales generales, en torno a mercados segmentados de trabajo (Longhi, 1999) o las ya mencionadas de campo, profesión y competencias.

Todos los antecedentes se integrarán en un banco documental digital, para lo cual se pedirá apoyo al Instituto de Información, invitándolos a integrar recursos provenientes de su campo profesional. Este banco se irá nutriendo con la producción del Observatorio y la que se vaya captando de otras fuentes.

### ***Seminarios***

Comenzaremos por un primer seminario de puesta en común de antecedentes y diálogo con el

mundo profesional. Sería un espacio para la presentación de resultados de estudios previos o avances de estudios en curso, reflexiones sobre las transformaciones y problemas del campo profesional hoy, sugerencias sobre la agenda prioritaria de investigación y debate. Habría una dinámica de mesas y talleres que profundicen por subcampos (periodismo, publicidad, comunicación organizacional, etc.). Propondremos una mesa específica para discutir las interacciones entre el campo profesional de la comunicación y los profesionales de la información (bibliotecólogos y archivólogos), aprovechando y potenciando la perspectiva articuladora de la FIC.

Hacia el final del seminario o con posterioridad se discutirán las orientaciones generales del Observatorio, su agenda prioritaria y un plan de trabajo a corto y mediano plazo, que se ajustará con las sugerencias recogidas. De contarse con recursos se invitará a algún académico del exterior (por ejemplo Eduardo Medistch, de Brasil).

Se realizarán luego seminarios anuales de este tipo, poniendo en común resultados y avances de investigación y estableciendo una dinámica de diálogo crítico entre el mundo profesional y la universidad. Por ejemplo discutiendo propuestas específicas de transformaciones a impulsar tanto en el mundo del trabajo como en el de la formación. El segundo seminario, en tanto será el último dentro del período inicial del cargo, realizará una primera evaluación del Observatorio, proveyendo insumos para su replanificación.

### ***Proyectos generales y específicos***

Luego del primer seminario se invitará a docentes de toda la FIC a estructurar nuevos proyectos o ampliar los que tienen en curso, atendiendo la agenda prioritaria surgida del mismo, los recursos disponibles y los intereses de los docentes investigadores. En el primer año se buscará poner en marcha al menos un proyecto general y uno específico. Por ejemplo:

*Proyecto general: Mercado de trabajo en el sector comunicación en Uruguay.* Sectores y subsectores, estructuras empresariales, empleo y desempleo, formación, remuneraciones, etc. Podría conformarse un equipo con investigadores del DEP, del Departamento de Ciencias Humanas y Sociales del IC-FIC y eventualmente de otras facultades (Ciencias Sociales, Ciencias Económicas). Se buscará generar acuerdos con al menos un curso de grado en que los docentes y los estudiantes puedan incorporar parte del estudio a su trabajo. Por ejemplo tomando a su cargo el diseño, el trabajo de campo y el procesamiento de una encuesta a profesionales. Se partiría de estudios previos como los de Stolovich (2002), incorporando variables y sectores no contemplados en aquél, como los de las comunicaciones no mediadas o el desarrollo actual de los medios digitales. Se buscará financiamientos dentro y fuera de la Universidad (CSIC, ANII) y recursos propios (DT, Prodic).

*Proyecto específico: Transformaciones y perspectivas del periodismo en el Uruguay.* Sería un proyecto a abordar por el Área Periodismo del DEP, con participación de otras áreas y departamentos de la FIC y la Universidad. Participarían también los estudiantes de grado durante sus prácticas pre-profesionales (ver Observatorio Estudiantil). Se enmarcaría en el convenio con las gremiales de trabajadores y empresarios ya existente, vinculándolo al programa de formación para trabajadores en actividad y, eventualmente, al reconocimiento y acreditación de competencias. Podría incluir temas tales como áreas emergentes y en declive, cambios en las estructuras y la gestión empresarial, el periodismo en el interior, periodistas universitarios y no universitarios, nuevas competencias para el periodismo digital, el Código de ética de 2012 y su impacto en las prácticas periodísticas, etc. Sería deseable retomar y profundizar una línea de trabajo sobre la historia del periodismo y los periodistas que ya tuvo antecedentes en el Área, buscando el apoyo del Departamanto de Ciencias Humanas y Sociales de la FIC. También aquí habrá que buscar recursos

internos y externos a la Facultad.

Sugeriremos a quienes tomen este desafío contactarse con colegas extranjeros que trabajan en el tema, como Eduardo Medistch y quienes lo acompañan en el recién creado Doctorado en Periodismo de la Universidad Federal de Santa Catarina y/o Claudia Mellado y el Grupo de Estudios de Periodismo de Chile. Y a la hora de generar insumos para la formación será imprescindible contrastar con el Plan Modelo de la Unesco (2007). Unesco y su Programa para el Desarrollo de las Comunicaciones puede ser, además, un socio clave para la vinculación internacional y la búsqueda de financiamiento de proyectos.

*Proyecto específico: Comunicación de gobierno.* La temática aparece entre las prioritarias en la propuesta de constitución del Área de Comunicación Organizacional (Liccom 2011), pero no se ha podido avanzar todavía en ella, al menos desde la perspectiva de este proyecto. Para ello se buscará, también aquí, la colaboración de otras áreas y departamentos y la participación de estudiantes de grado y posgrado. Se trataría de que, a partir de investigaciones/intervenciones en organismos de gobierno seleccionados (intendencias, ministerios, etc.) se pueda contar con una visualización global de sus necesidades de comunicación, las formas en que las encaran y propuestas al respecto, comprendiendo áreas a atender, estructuras organizativas (departamentos o unidades de comunicación), personal y recursos, competencias/saberes requeridos y necesidades de formación, etc. Se atenderán aspectos tales como la integración entre comunicación interna y externa, la atención a la comunicación interpersonal, la perspectiva estratégica, etc. (Kunsch, 2003; Andrade, 2006; Kaplún, 2012b; Massoni, 2013).

Estos proyectos específicos, de alcanzar un nivel suficiente de cobertura temática y profundidad producirían, al cabo de dos o tres años “Libros Blancos” (o el nombre que se prefiera), de referencia para el sector (el Libro Blanco del Periodismo en Uruguay, de la Comunicación de Gobierno, etc.). El estudio general puede culminar también con una publicación de ese tipo.

Lo ideal sería que hubiera un proyecto específico por área profesional de las actualmente existentes, incluyendo entonces Periodismo, Publicidad, Audiovisual, Comunicación Educativa y Comunitaria, Comunicación Organizacional. Incluso puede ser interesante desarrollar proyectos de este tipo para subsectores emergentes o potenciales: comunicación ambiental, comunicación y salud, etc. También para el Área Multimedia y para una posible orientación en investigación que está planteada, desde la perspectiva de la profesión investigadora.

Aunque seguramente no será posible avanzar en todas del mismo modo, todas las áreas podrían aportar al Observatorio al menos a través del trabajo de y con los estudiantes en las prácticas pre-profesionales, según propondré enseguida.

### ***Observatorio estudiantil***

Desde hace años algunas áreas realizan prácticas pre-profesionales de modo más o menos intenso y sistemático. En algunos casos son el eje de los seminarios-taller de fin de carrera, en otros se han ido incorporando como espacios extracurriculares, a los que luego se sumó un acompañamiento/supervisión docente, generalmente en el marco de convenios con medios de comunicación y organismos estatales.

Nuestra propuesta es que todos los estudiantes hagan de este espacio un lugar privilegiado para la observación sistemática y la reflexión crítica sobre el campo profesional en el que se insertan durante su práctica. Para ello proponemos en principio las siguientes herramientas:

*Diario de campo*, donde se irían registrando observaciones sobre las dinámicas de trabajo cotidiano. Propondremos un trabajo de tipo etnográfico, con el apoyo de otros docentes y/o retomando lo hecho en espacios de formación anteriores en la carrera, como el de Antropología Cultural. Serían diarios digitales, en el Entorno Virtual de Aprendizaje de la Universidad, individuales aunque compartidos entre los estudiantes que realizan prácticas en el mismo medio o institución y también con los docentes y el resto de su grupo de acompañamiento/supervisión.

En coordinación con algunos de los proyectos específicos y con el apoyo docente adecuado podrán incorporarse otras herramientas para el trabajo en terreno. Por ejemplo historias de vida individuales y en grupo, en la línea de la sociología clínica (Araújo, 2011; de Gaulejac, 2012), de modo de reconstruir trayectorias vitales, formativas y laborales desde un abordaje histórico-cultural y psicosocial.

*Discusión y análisis de registros* seleccionados, en aula. Se organizarían estas discusiones por lugares de prácticas y focos temáticos comunes, de modo de captar la singularidad de cada espacio laboral y, al mismo tiempo, aspectos comunes o diferentes en torno a temas de interés. Se buscaría que docentes de distintas disciplinas, rotativamente, puedan participar de estas discusiones, para enriquecerlas y enriquecerse. Hay que recordar que tenemos un número importante de docentes que no provienen del campo profesional de la comunicación, y esto puede ayudarlos a iniciar o fortalecer su vínculo con el mismo a través de algunos de los proyectos generales o específicos del Observatorio, la tutoría de trabajos finales de grado relacionados con esta temática, etc.

*Trabajos finales de práctica.* En grupos de dos o tres estudiantes se elaborarían textos que analicen un espacio laboral o un tema transversal, apoyados en referencias teóricas trabajadas en los espacios de acompañamiento de las prácticas, recomendaciones específicas de los docentes, lecturas anteriores y nuevas búsquedas. Estos trabajos (o una selección de ellos) se presentarían en los seminarios anuales del Observatorio y se publicarían en una sección de su banco de recursos digitales. Muchos de ellos podrán incorporarse además a los proyectos generales o específicos mencionados antes. Se estimulará la realización de trabajos finales de grado que les den un mayor alcance y profundidad. También la vinculación de estudiantes de posgrado interesados en realizar tesis sobre estas temáticas, apoyando la reflexión de los estudiantes de grado y sistematizando con una mirada más amplia parte de sus trabajos.

Algunos de estos espacios de práctica/reflexión son ya Espacios de Formación Integral, en tanto articulan enseñanza, extensión y, en menor medida, investigación. Esta propuesta puede reforzar el aspecto investigativo e incorporar nuevas Áreas a la práctica de la integralidad.

### ***Profesionales y graduados***

No todos los profesionales son graduados... ni todos los graduados se insertan en el campo profesional. Con ambos tenemos un espacio privilegiado de encuentro a través de los cursos de educación permanente. Algunos de estos cursos estuvieron especialmente dirigidos a profesionales no (necesariamente) graduados, como los realizados en el marco del convenio con las gremiales de trabajadores y empresarios de los medios en 2011.

En ambos casos ya han existido experiencias que alimentarán el Observatorio, como los Talleres de diagnóstico de necesidades de formación en 2010 y los diagnósticos del Proyecto de Desarrollo Institucional en 2012-13, así como un taller de recuperación de saberes y prácticas profesionales realizado en 2012. Algunos cursos de educación permanente son, en sí mismos, espacios de debate

sobre campos profesionales, como el realizado sobre comunicación y desarrollo rural en 2011 o los cursos de comunicación organizacional donde se analizan casos reales. Se trata de ricos espacios de intercambio de saberes-incertidumbres entre profesionales y discusión crítica de sus prácticas.

Nos planteamos ahora estimular la realización de más experiencias de este tipo a partir de las necesidades que el propio Observatorio vaya detectando. Por ejemplo: áreas profesionales emergentes, zonas de conflicto e incertidumbre en los roles profesionales, etc. Puede ser particularmente interesante ensayar aquí trabajos de investigación-implicación (de Gaulejac, 2012) recuperando sus propias trayectorias profesionales, con una adecuada coordinación docente. (Me gustaría asumir personalmente la coordinación de una experiencia de este tipo en 2015; ello dependerá del conjunto de actividades del cargo para ese año).

Se procurará que de este tipo de experiencias surjan trabajos individuales o colectivos de los participantes que vayan dando cuenta de esos debates y planteando temas para la agenda e hipótesis para las investigaciones del Observatorio. Según su desarrollo se incorporarán también al banco de datos y se estimulará su presentación en los seminarios anuales, que tendrán espacios especialmente previstos para el aporte de profesionales y graduados, como ya se mencionó.

Se buscará avanzar en la institucionalización de la figura de “egresado puente”<sup>6</sup>, que guía y apoya a los estudiantes en el lugar de práctica pre-profesional y facilita su inserción. Se los invitará a compartir espacios de discusión sobre los diarios de campo de los estudiantes, y eventualmente a sumarse a la observación y reflexión con su propio diario, o al menos con ejercicios de registro puntual.

### ***Formación de grado y posgrado***

El Observatorio aportará a repensar continuamente la formación de grado ofrecida por la FIC, a medida que vaya contando con información relevante sobre el campo. En particular aportará, de modo transversal, al rediseño curricular con elementos sobre competencias/saberes necesarios para el ejercicio profesional, sugerencias de articulación interna o externa (por ejemplo: periodismo televisivo, comunicación rural). También a algunos espacios específicos del Plan 2012 de la Licenciatura en Comunicación, como el curso sobre Universidad y Campo Profesional o el Sistema de Orientación Curricular.

Respecto a los posgrados inicialmente se estimulará la realización de tesis o monografías de especialización en posgrados ya existentes, vinculados a las temáticas de interés del Observatorio. Por ejemplo en la Maestría en Información y Comunicación (FIC), el Diploma en Gestión Cultural (Espacio Interdisciplinario), el posgrado en Transformación Organizacional (Facultad de Ciencias Económicas). En todos esos espacios se realizarán sugerencias de enriquecimiento transversal de los cursos y, eventualmente, se ofrecerá algún curso específico a partir de lo producido por el Observatorio.

En una segunda instancia se retomarán iniciativas anteriores sobre nuevos posgrados, que generalmente atienden áreas emergentes, con ausencia o debilidad de formaciones previas, zonas de confluencia interdisciplinaria e interprofesional: comunicación organizacional, científica (ya acordado con Facultad de Ciencias), rural; comunicación y salud, gestión de medios, etc. También aquí el Observatorio podrá aportar al diseño curricular información sistemática sobre competencias/saberes necesarios para el ejercicio profesional.

---

6 Denominación propuesta por un integrante del Orden de Egresados en el curso de una actividad sobre integralidad en 2011.

Habrá que buscar la vinculación entre la formación de grado y la de los profesionales en actividad, sea a través de la mediación del Observatorio o con su presencia directa en las aulas, con visitas de los estudiantes a sus lugares de trabajo y con espacios para el debate conjunto. Como decía en el plan de trabajo, se trata de

(v)incular fuertemente la formación con las prácticas y saberes sociales de los comunicadores, dialogando con ellos en el aula y en sus espacios de trabajo. Aprender de su saber hacer y de su hacer-saber (Barato 2005), intentando re-incorporar al espacio educativo algo de la sabiduría intuitiva con que se aprenden los oficios de la comunicación en la vida profesional, ofreciéndoles a su vez oportunidades para repensar sus prácticas y saberes. En este sentido, la formación debe ser fuertemente “práctica”. Y, al mismo tiempo, debe ser fuertemente “teórica”. El DEP debe desarrollar la dimensión investigativa, de reflexión y producción teórica y metodológica de las diferentes especializaciones y del conjunto (...)

## **Publicaciones**

El Observatorio se hará visible especialmente a través de sus publicaciones y otras formas de socialización del conocimiento generado. En principio pensamos en

- La edición de “Libros Blancos” sectoriales (del Periodismo, de la Publicidad, etc.) y generales, como el referido al estudio de mercados de trabajo. Nos planteamos dejar encaminado el primero de ellos al finalizar el período inicial de dos años del cargo (no parece posible que ya esté publicado en ese período).
- La publicación de los trabajos presentados en los seminarios anuales, inicialmente en el propio banco de recursos.
- Artículos en revistas científicas y en publicaciones de circulación general, obviamente con características diferentes. Por esa vía podría difundirse avances de proyectos generales y específicos o síntesis de sus principales resultados. Se estimulará también la presentación en congresos y eventos académicos.
- Se buscará un acuerdo con Uniradio y con el proyecto de Televisión Universitaria (tU) para micros puntuales o espacios permanentes de difusión y discusión de lo generado por el Observatorio. De establecerse de modo permanente sugeriremos llamarle “Oficios de la comunicación”.

## **Referencias bibliográficas**

- Andrade, Cleusa (2006) “Trajetórias teórico-conceituais da comunicação organizacional”. En *Revista FAMECOS* N° 31, Porto Alegre.
- APU (2013) *Código de ética periodística*. Asociación de la Prensa Uruguaya., Montevideo. Disponible en [www.apu.org.uy/wp-content/uploads/2013/04/Código-de-ética-periodística-Versión-Final-9-4-13.pdf](http://www.apu.org.uy/wp-content/uploads/2013/04/Código-de-ética-periodística-Versión-Final-9-4-13.pdf) (acceso 15.12.13)
- Araújo, Ana María (comp.) (2011) *Sociología Clínica*. Psicolibros, Montevideo.
- Barato, Jarbas Novelino (2005) *Formación profesional: saberes del ocio o saberes del trabajo*. CINTERFOR-OIT, Montevideo.
- Bourdieu, Pierre (1998) *Meditaciones pascalianas*. Anagrama, Barcelona.
- Bourdieu, Pierre y Passeron Jean Claude (1979) *La reproducción. Elementos para una*

*teoría de la enseñanza*. Laia, Barcelona.

- Bourdieu, Pierre; Chamboredon, Jean-Claude; Passeron, Jean-Claude (2002) *El Oficio de Sociólogo. Presupuestos epistemológicos*. Siglo XXI Buenos Aires (original en francés de 1968).
- Casas, Madelón (2013) *Las trayectorias de formación de los psicólogos/as egresados de la Universidad de la República (1985-2000)*. Programa de Especialización y Maestría en Enseñanza Universitaria – Monografía de Especialización. CSE-Universidad de la República (mimeo), Montevideo.
- Catalano, Ana; Avolio, Susana; Sladogna, Mónica (2004) *Diseño curricular basado en normas de competencia laboral*. BID – CINTERFOR-OIT, Buenos Aires.
- CIFRA (2012) *Condiciones del ejercicio profesional de mujeres y hombres en el los medios de comunicación*. APU-ONU Mujeres, Montevideo. Disponible en [www.apu.org.uy](http://www.apu.org.uy) (acceso 15.12.13)
- Conarp (2013) *Código de normas éticas publicitarias*. Consejo Nacional de Autoregulación Publicitaria del Uruguay, Montevideo. Disponible en [www.conarp.com.uy/documentos/codigo\\_practica.pdf](http://www.conarp.com.uy/documentos/codigo_practica.pdf) (acceso 15.12.13)
- Cunha, Maria Isabel y Leite, Denise (1996) *Decisões pedagógicas e estruturas de poder na Universidade*. Papirus, Campinas.
- de Gaulejac, Vincent; Hanique, Fabienne; Roche, Pierre (dir.) (2012) *La sociologie clinique. Enjeux théoriques et méthodologiques*. Erès, Paris.
- Díaz, Analuisa et. al (2005) “El enfoque de las competencias en la construcción de la subjetividad. Los trabajadores del Área de Seguridad y Vigilancia de la Universidad de la República”. En *Trabajo, subjetividad y subjetivación: entre lo existente y lo necesario*. Facultad de Psicología, Universidad de la República.
- DINATEL (2011) *Aportes para la elaboración de una Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual*. MIEM-DINATEL- Zona Editorial, Montevideo.
- Dussel, Inés (2011) *Aprender y enseñar en la cultura digital. Documento Básico del VII Foro Latinoamericano de Educación*. Santillana, Buenos Aires.
- Frau-Meigs, Divina (2011) *Penser la société de l'écran. Dispositifs et usages*. Presse Sorbonne Nouvelle, Paris.
- Fuentes Navarro, Raúl y Vidales González, Carlos (2011) *Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación*. CAEIP, Monterrey.
- Gallart, María Antonia (2002) *Veinte años de educación y trabajo. La investigación de la formación y la formación de una investigadora*. OIT, Cinterfor, Montevideo.
- Graña, François (2011) *Mujeres comunicadoras en la TV abierta uruguaya: los avatares de la conquista de un ámbito profesional* (proyecto de investigación). Liccom, Universidad de la República (mimeo), Montevideo.
- Kaplún, Gabriel (2001) *Facultades de comunicación: entre la crítica y el mercado*. Conferencia en Primer Encuentro de Facultades y Carreras de Comunicación del Cono Sur. FELAFACS – UNC, Mendoza.
- \_\_\_\_\_ (2005a) “Cómo y para qué hacemos comunicación”. En *Anuario de Investigación y Extensión*, Liliana Nicolino y Sebastián Peña (orgs.) Universidad Nacional de

Córdoba .

- \_\_\_\_\_ (2005b) *Aprender y enseñar en tiempos de internet*. Cinterfor-OIT, Montevideo
- \_\_\_\_\_ (2007a) “Entre mitos e desejos: desconstruir e reconstruir o desenvolvimento, a sociedade civil e a comunicação comunitária”. En Raquel Paiva (org.) *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Raquel Paiva (org.) Mauad Editora, Rio de Janeiro, 2007.
- \_\_\_\_\_ (2007b) “La comunicación comunitaria en América Latina”. En *Medios de Comunicación: el espacio iberoamericano*. Fundación Telefónica, Madrid.
- \_\_\_\_\_ (2010) “Comunicación educativa y comunitaria: construcción de nuevos vínculos y sentidos en y desde la Universidad”. En *La comunicación para el desarrollo: experiencias en Uruguay*. Günther Cyranek (org.) UNESCO, Montevideo.
- \_\_\_\_\_ (2011) “Políticas de comunicación en Uruguay: agenda pendiente y agenda pública”. En Gabriel Kaplún (org.) *Políticas, discursos y narrativas en comunicación*. Ciencias de la Comunicación-Udelar.
- \_\_\_\_\_ (2012a) “La integralidad como movimiento instituyente en la Universidad”. En Revista *InterCambios. Dilemas y transiciones de la Educación Superior* N° 1 Udelar-CSE-Anep, Montevideo.
- \_\_\_\_\_ (2012b) “Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional”. Revista *Dia-logos de la comunicación* N° 83, FELAFACS, Lima.
- \_\_\_\_\_ (2013) “Viejas y nuevas tradiciones en la comunicación latinoamericana”. En *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* N° 18 ALAIC, Sao Paulo.
- Kunsch, Margarida (2003) “Os campos científicos de relações públicas e comunicação organizacional: tendências e perspectivas”. En: Revista *Comunicação e Sociedade* N° 39, UMESP, São Paulo.
- Lanza, Edison y Buquet, Gustavo (2011) *La televisión privada comercial en Uruguay. Caracterización de la concentración de la propiedad, las audiencias y la facturación*. Fesur, Montevideo.
- Lanza, Edison y Buquet, Gustavo (2013) *Transformación del sistema de servicios de comunicación audiovisual y su impacto en la producción y la pantalla* (proyecto de investigación). Liccom, Universidad de la República (mimeo), Montevideo.
- Latapí, Pablo (1985) “Las profesiones en la sociedad capitalista”. En Martínez, Luis: *Sociología de una profesión. El caso de Enfermería*. Nuevomar, México.
- LICCOM (2000) “Competencias laborales en comunicación”. En *Proyectos Institucionales*, aprobados por la Comisión Directiva de Ciencias de la Comunicación, Universidad de la República (mimeo), Montevideo.
- LICCOM (2011) *Área de Comunicación Organizacional. Propuesta para su conformación inicial*. Ciencias de la Comunicación, Universidad de la República (mimeo), Montevideo.
- Longhi, Augusto (1999) “La dinámica del empleo en un mercado laboral segmentado”. En *Revista de Ciencias Sociales*, FCU, Vol. 12, 73-86, Montevideo.
- Marques de Melo, José (2009) *Jornalismo, Compreensão e Reinvenção*. Ed. Saraiva, São Paulo.

- Massoni, Sandra (2013) *Metodologías de la comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*. Homo Sapiens, Rosario.
- Meditsch, Eduardo (2012) *Pedagogia e pesquisa para o jornalismo que está por vir. A função social da Universidade e os obstáculos para sua realização*. Insular, Florianópolis.
- Mellado Ruiz, Claudia; Salinas, Paulina, y Barría, Sergio (2010) “Estructura del empleo periodístico y validación profesional de sus prácticas en el mercado laboral chileno”, En *Revista Innovar* No. 20 (36): 91-106, Bogotá.
- Mellado, Claudia (2011) “Examining professional and academic culture in Chilean journalism and mass communication education”. En *Journalism Studies* 12: 3, 375 — 391, Cardiff (UK).
- Mertens, Leonard (1996) *Competencias laborales: sistemas, surgimientos y modelos*. CINTEFOR-OIT, Montevideo
- Parsons, Talcott (1979) “Profesiones liberales”. En *Enciclopedia Internacional de Ciencias Sociales*, Aguilar, Madrid.
- Pichon-Rivière, Enrique (1981) *El proceso grupal. Del psicoanálisis a la psicología social (I)*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- Radakovich, Rosario (2010) *Industrias creativas innovadoras: una década de cine nacional*. Disponible en [www.prodic.edu.uy](http://www.prodic.edu.uy) (acceso 15.12.13).
- Riguelme, Graciela (1989) *La inserción de los jóvenes universitarios en el mundo del trabajo. La relación estudio-trabajo y las expectativas sobre la vida profesional*. Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires.
- Riquelme, Graciela (1991) *Implicancias educativas de la transformación de las calificaciones educacionales: abordaje teórico conceptual*. Facultad de Filosofía y Letras / ICE / Cuadernos de Investigación No. 8, Buenos Aires.
- Scolari, Carlos y Massoni, Sandra (coords.) (2006) *Competencias del comunicador digital*. Red Iberoamericana de Comunicación Digital. Disponible en [www.icod.ubi.pt/es/es\\_competencias\\_introduccion.html](http://www.icod.ubi.pt/es/es_competencias_introduccion.html) (acceso 15.12.13).
- Stolovich, Luis, et. al. (2002) *La cultura es capital. Entre la creación y el negocio. Economía y cultura en el Uruguay*. Fin de Siglo, Montevideo.
- Stolovich, Luis et. al (2004) *La industria audiovisual uruguaya: ¿realidad o ficción?* Ideas, Montevideo.
- UNESCO (2007) *Plan modelo de estudios de periodismo*. Unesco, Paris.
- UNESCO et. al. (2013) *Desarrollo mediático en Uruguay: diagnóstico, perspectivas y desafíos*. Proyecto de investigación. Mimeo, Montevideo.
- Universidad de la República (2013) *Informe sobre televisión digital universitaria*. Grupo de trabajo designado por el Consejo Directivo Central. Mimeo, Montevideo.
- Vargas, Fernando (2004) *Competencias clave y aprendizaje permanente: tres miradas a su desarrollo en América Latina y el Caribe*. OIT, Cinterfor, Montevideo.
- Weber, Max (1979) *Economía y sociedad*. Fondo de Cultura Económica, México.
- Zarifian, Philippe. (2001) *Objetivo Competencia. Por una nova lógica*. Editora Atlas S.A. São Paulo.