

De “Tec” a “Lic”. Trayectos de profesionales/estudiantes a los profesionales/egresados

Año
2018

Autora
Avendaño Manelli, Carla

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Avendaño Manelli, C. (2018). *De “Tec” a “Lic”. Trayectos de profesionales/estudiantes a los profesionales/egresados*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

De “Tec” a “Lic”.

Trayectos de profesionales/estudiantes a los profesionales/egresados.

Carla Avendaño Manelli
Instituto A P Ciencias Sociales
Universidad Nacional de Villa María.

Resumen

Esta presentación se enmarca en los proyectos de investigación “Identidades profesionales en el campo de la Comunicación Social. Formación institucionalizada y la realidad laboral /profesional en ciudades de la provincia de Córdoba.” (UNVM, 2016 – 2017) y “De las prácticas a las “Buenas Prácticas”. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)” (UNVM, 2018 – 2019) el objetivo es hilar instancias formativas áulicas y extra áulicas a través del análisis y reflexión sobre espacios curriculares orientados a prácticas profesionales y a la producción académica a fin de visualizar las correspondencias (o no) entre el perfil profesional previsto en el Plan de Estudio y la identidad auto percibida de egresados y estudiantes avanzados. Se parte del concepto de identidad profesional constituida a través de instituciones de formación superior y a su vez de prácticas específicas orientadas a integrar la formación de carácter “teórico” con desempeño “pre profesional”. El trabajo empírico se basó en análisis documental de Planes de Estudio, programas de espacios curriculares, trabajos prácticos de estudiantes, planillas de seguimiento de pasantes, curriculum vitae de profesionales; y entrevistas semi estructuradas a estudiantes avanzados. En términos generales, los perfiles que se han visualizado son complejos, tanto en las múltiples tareas profesionales, exigencias de nuevos conocimientos y habilidades, formas “contractuales” y “autogestivas” propias del escenario local – regional, aportes y carencias formativos, entre otras.

Introducción

En el año 2001 comenzó el dictado del Ciclo de Complementación Curricular: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en el marco del Instituto de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, en cuyo segundo año se estipula el Espacio Curricular (EC) anual: “Planificación y Gestión de la Comunicación”, dedicado al abordaje comunicacional – organizacional en clave estratégica. Egresados de dicha carrera comenzaron a crear y ocupar áreas de comunicación en organismos públicos y privados de la Ciudad de la Región. En 2011, se inició la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010), propuesta académica de desarrollo completo en la UNVM, de cinco años de duración, con una titulación intermedia al finalizar el tercer año: “Técnico Universitario en Periodismo”. La malla curricular de la carrera prevé dos EC: “Introducción a la Comunicación Institucional” (3° año, primer cuatrimestre), y “Planificación y Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional” (4° año, anual). Asimismo, se han abierto propuestas de EC Optativos: “Relaciones Públicas” y “Gestión Emprendedora para el Profesional de la Comunicación”, entre otros. Complementariamente la formación conceptual y metodológica, se prevé el EC “Taller Integrador de Práctica Profesional” (3° segundo, cuatrimestre) que saca al estudiante del aula, para que realice un ejercicio “real” en medios de comunicación (Gráficos, Radiales y Audiovisuales) e instituciones de las ciudades respectivas.

A partir de 2013, la Licenciatura en Comunicación Social comenzó a dictarse en la Ciudad de San Francisco. Desde 2014 en Villa María y desde 2016 en la otra sede universitaria se han multiplicado los Técnicos universitarios que han realizado prácticas profesionales en áreas de comunicación (o funciones) de organizaciones públicas y privadas. Esta experiencia individual mediada institucionalmente propició la profesionalización de las áreas y funciones de comunicación de las organizaciones locales y regionales, elevando los estándares de gestión de la comunicación, su evaluación y la fundamentación académica de los decisores.

En virtud de la consolidación de la formación académica de profesionales en Villa María y Región, las prácticas de comunicación que se desarrollan en las organizaciones se han profesionalizado cada vez más, alejándose de prácticas episódicas, espontáneas, de sentido común.

Debido a esta casuística, un grupo de docentes – investigadores de la carrera, se ha propuesto abordar las trayectorias comunicacionales de organizaciones de la Ciudad y Región a partir de los sentidos de sus prácticas. A fin de llegar a esbozar “algunas Buenas Prácticas” que evidencien caminos recorridos, estrategias satisfactorias, perdurables, acciones innovadoras, evaluadas positivamente, etc., planteando como interrogante central: “¿Qué sentidos han adquirido las prácticas de comunicación en organizaciones de Villa María y la Región a partir de la formación de profesionales universitarios de la UNVM?”

A fin de esbozar posibles respuestas orientadoras al proyecto, se propone como hipótesis de trabajo: “Las organizaciones públicas y privadas de Villa María y la Región generan estructuras de gestión de la comunicación a partir de la incorporación de un profesional universitario. Las prácticas previas constituyen acciones de comunicación basadas en conocimientos apriorísticos y de sentido común. El profesional universitario genera la estructura funcional para que las prácticas tomen sentido en el todo organizacional, pudiendo fundamentar teórica y metodológicamente su decisión. Esto permite que el profesional pueda esbozar escenarios de trabajo de acuerdo a las tendencias y no sólo proveer de respuestas reactivas como consecuencia de las demandas comunicacionales del entorno.”

En tal sentido, se visualiza como necesidad que se sistematicen casos “exitosos” que puedan ser modelizados en la práctica de la comunicación de las organizaciones en localidades intermedias de las características de Villa María y Región.

Esta presentación se estructura en tres apartados: el primero, de corte conceptual, se acerca a las nociones de identidades y trayectorias profesionales; el segundo, desarrolla el escenario formativo, la UNVM desde sus carreras de Comunicación Social; el tercero aborda, y

Entre Identidades y trayectorias profesionales de la comunicación.

En relación a las identidades profesionales del comunicador, como resultados de procesos de formación institucionalizada¹, los aportes centrales son los de (Álvarez, 2005; Fuentes Amaya, 2004; Meza Lueza, 2006; Beraud, 2007, Ávila, & Cortés, 2008, Muriel, 2012 y 2015, Massoni, 2016.). Problematicar la categoría “identidad” con las categorías “comunicador social”, presenta en una primera instancia dos subcategorías: formación y campo profesional, recíprocamente vinculadas. Muriel Amezcua (2012; 2015) desarrolla la posible articulación entre ambos conceptos. La autora parte del supuesto:

(...) cuando pueda parecer que el desarrollo de la identidad es un proceso visualizado por su relación con la ubicación de la profesión dentro de la sociedad, (...), la identidad profesional se entiende como un proceso dinámico e individualizado en donde se definen trayectorias académicas y profesionales producto de la interacción de los sujetos con los procesos formativos y profesionales. En general, y como categoría de análisis, el proceso de caracterización de una profesión y de su práctica es complejo debido principalmente a la carencia de conceptos de los cuales partir así como de un marco de análisis específico para su comprensión. (Muriel Amezcua, 2015)

A su vez, la dificultad analítica se problematiza debido a que:

¹En primeros acercamientos a investigaciones sobre la profesionalización del comunicador social aparece un abanico de aportes que profundizan en el rol orientado a la producción académica, es decir la investigación en comunicación, más que sobre el quehacer profesional. Entre los primeros se aborda el campo desde múltiples aristas en Latinoamérica en general y en determinados países de modo particular (Orozco Gómez, 1990; Fuentes, 1995 y 1998; García Lucero, 2000; Vasallo de Lopes, 2001, Sánchez Ruiz, 2002, Aranes Usantizaga, 2002, Serrano, 2007). Asimismo, la categoría “identidad”, se halla inicialmente asociada a portos antropológicos (Ruben, 1992; Romo Beltrán, 2000; Dubar, 2002; Contreras, 2004), y sociológicos (Giménez, 2000; Larrain, 2005; Alsina y Medina Bravo, 2006).

[e]n lo particular esta complejidad, por carencia, se densifica en el caso de la profesión de comunicador en donde el concepto de identidad adquiere un matiz más amplio, de mayor alcance, ya que no se puede hablar de una identidad, sino de identidades profesionales, debido a que esta profesión se encuentra configurada a partir de un vasto conjunto de saberes y prácticas que ubican su campo formativo y profesional en una amplia gama de contenidos y denominaciones (Muriel Amezcua, 2015)

Por su parte, el término “trayectoria” es definido como “línea descrita en el plano o en el espacio por un cuerpo en movimiento”, y “curso que, a lo largo del tiempo, sigue el comportamiento o el ser de una persona, de un grupo social o de una institución.” (RAE, 2018). Como suele pasar en las Ciencias Sociales, se van incorporando términos de otras disciplinas que luego son readaptados y hasta en cierta forma resignificados para la comprensión de fenómenos sociales. Desde la segunda acepción, que implica la idea de linealidad temporal de personas u organizaciones, entendida como curso de acción, es posible cuestionar su no linealidad. Abordar la noción de trayectorias de profesionalización, por lo tanto, implica pensarla como:

diversos itinerarios que los agentes van delineando a lo largo de sus vidas. Lejos de pensar que a determinadas posiciones de partida, corresponden sólo ciertos puntos de llegada, (...) se evidencian espacios de quiebre y ruptura. (...) pone en relación al menos tres dimensiones, los condicionamientos materiales, la esfera subjetiva (representaciones, expectativas, sentimientos) y las estrategias, no siempre racionales que con cierto margen de autonomía van armando los agentes en el delineado de sus recorridos (Kaplan, 2006: 38).

Por lo tanto, se complejiza profundamente esta noción, dado que “en síntesis, la trayectoria se construye en un proceso en el que se ponen de manifiesto las disposiciones y prácticas de los diversos actores (se pone en juego un sinnúmero de factores que cada sujeto o grupo toma en cuenta (o no), consciente o inconscientemente, en su accionar” (Lera, 2007)

Para Sandra Massoni, en la segunda década del siglo XXI, la vastedad de contenidos, enfoques, dimensiones, denominaciones, recortes que definen a la comunicación como disciplina y a su quehacer profesional, está inmersa en un “ecosistema social que comprende a la comunicación esencial al humano en sociedad, es decir, fácticamente y que muta permanentemente a la par”. Por ello, la complejidad es aún mayor, ya que la profesión se encarna en personas y “... nombra las múltiples mutaciones que experimentan nuestros cuerpos en las redes, se combinan en lo que están llamados a ser estos comunicadores, complejos y fluidos” (Massoni, 2016)

En esta mirada, el comunicador como producto de una formación lineal, entraría en crisis con la realidad de hoy, ya que “los avatares se irán produciendo al tiempo que nos producimos a nosotros mismos como humanos, cientistas y profesionales de la comunicación, sin demarcaciones inoportunas. Esta multidimensionalidad, avizora el devenir, en su fluidez y complejidad, de un pasaje que:

se anuncia desde el mundo encorsetado, previsible y lineal del encargado de producir y transmitir mensajes, al estratégico y expansivo que emerge para quien se apreste a la indagación de las dinámicas de su territorio con la intención de reconocer allí –en el tejido– las texturas, los hilos sueltos, los ritmos que la danza conversacional entre las matrices socioculturales, marcan, conteniendo su potencial de renuevo y reconfiguración posible. Este comunicador huye de la condición de intermediario –el que cree que sabe y habla desde afuera– para abrazar las mediaciones –escucha, está adentro, habita. (Massoni, 2016)

1. El laboratorio de la formación: ¿Qué pretenden las carreras de comunicación?

En relación al objetivo “inferir la construcción de las identidades del profesional de la comunicación imperante en las Instituciones formativas”, analizaron los Planes de estudio de las Instituciones formadoras: Lic. En Ciencias de la Comunicación – UNVM, Lic. en Comunicación Social – UNVM (sedes Villa María y San Francisco), Lic. en Comunicación Social - Facultad de Ciencias de la Comunicación – UNC, Lic. en Ciencias de la Comunicación UNRC, Tecnicatura Superior en Comunicación Social, INESCER – Villa María. A partir de los siguientes tópicos: perfil profesional, estructura formativa, orientaciones previstas y campo laboral/profesional, se realizó un análisis de contenido de los Planes de Estudio.

A partir de este primer acercamiento, emergieron otras ofertas de las instituciones referenciadas, tales como diplomados, otras tecnicaturas, cursos, y oferta de posgrado, que profundizan subcampos de la comunicación social, tales como: Relaciones Públicas, periodismo deportivo, Comunicación y Turismo, Producción y Realización en Medios, Especialidades periodísticas, organización de eventos y Ceremonial, Comunicación y Salud, Locución, entre otros. Asimismo, aparece en la oferta educativa de nivel superior de la FCC UNC, el Profesorado en Comunicación Social, primera carrera de formación docente en la Disciplina en la provincia.

En particular, las carreras de comunicación de la UNVM presentan una importante diferencia en la complejidad en que se plantean los objetivos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, cuyo Plan data del año 2001 y los de la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010), que fuera elaborada a partir de un profundo diagnóstico de la oferta formativa en Comunicación de las Universidades Nacionales

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Plan 2001)	Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010)
Formar profesionales que promuevan la investigación de los procesos y prácticas comunicacionales y de la producción en el campo de la cultura. Formar profesionales capaces de manejar métodos y técnicas de planificación que promuevan la producción de conocimientos vinculados a la comunicación y la cultura. Promover el conocimiento de géneros y estilos de los medios de comunicación masiva y desarrollar una actitud crítica para el análisis de los discursos sociales. Formar profesionales que puedan participar de la formulación y diseño de políticas de comunicación e información que garanticen el derecho humano a la libertad de expresión, el libre flujo de las comunicaciones y la responsabilidad jurídica y social de los comunicadores. Formar profesionales competentes para discriminar los factores económicos y políticos que inciden en los sistemas de comunicación social.	desempeñarse con idoneidad y sentido ético en el campo de la comunicación. gestionar procesos de comunicación contextualizando e interpretando hechos y fenómenos sociales, operando en diversas condiciones tecnológicas. producir y difundir información relevante para distintos espacios sociales, políticos, culturales e institucionales. realizar investigaciones periodísticas en diversas tendencias, formatos y estilos. desempeñar diferentes roles en los distintos medios de comunicación. planificar y gestionar políticas, planes, programas y proyectos de comunicación desde una perspectiva global, sectorial o específica. realizar aportes teóricos a las ciencias de la comunicación. integrar la teoría y la práctica para desenvolverse con solvencia en el asesoramiento de políticas y estrategias de comunicación.

Las practicas Pre Profesionales. Técnicos en territorio

El Plan 2010 prevé la titulación intermedia “Técnico Universitario en Periodismo” que requiere para lograr su certificación la aprobación del Taller Integrador de Práctica Profesional, un espacio curricular (EC) correspondiente al tercer. Éste conlleva una carga de 128 horas reloj que se implementan durante el segundo cuatrimestre.²

A mediados de 2012 se asignó el desafío de llevar adelante las prácticas profesionales de la carrera, para lo cual se logró consolidar con el paso del tiempo un equipo de trabajo con base en las dos ciudades. Para elaborar el programa, se consultaron los programas de prácticas pre profesionales de carreras como Trabajo Social y otras vinculadas a la administración; de profesorado y de otras carreras de comunicación del país. Asimismo, se analizaron las pasantías de carreras de la UNVM como Licenciatura en Sociología, Desarrollo Local – Regional y Ciencia Política.

Luego de un primer acercamiento a las propuestas didácticas de EC vinculados a experiencias extra áulicas y en virtud del Plan de Estudios de la carrera y del Proyecto Institucional de la UNVM, se diseñó una propuesta innovadora que intentaba traducir los grandes campos profesionales contemplados en la malla curricular hasta el tercer año con un vasto conocimiento de la realidad de medios y organizaciones de Villa María en un primer momento y de San Francisco tres años después³.

El Plan de Estudios, prevé para el Taller como “CONTENIDOS MÍNIMOS”, los siguientes objetivos orientadores: Integrar los conocimientos teóricos y las habilidades adquiridas en una práctica profesional concreta. Diseñar, coordinar y gestionar las diferentes fases de un proyecto comunicacional. Aplicar destrezas técnicas y discursivas en el desarrollo de una estrategia comunicacional específica. Contenido orientador: Integración de aspectos prácticos y teóricos en un ejercicio de aplicación profesional. Diseño, gestión y evaluación de una producción periodística referida a una problemática significativa. Definición de contenidos, medios, públicos y estrategias comunicacionales en un caso o institución concreta. (Texto Ordenado según Resolución de Consejo Superior 110/2010 Secretaría Académica IAP de Ciencias Sociales. Noviembre de 2011)

Es así que se determinó distribuir totalidad de la carga horaria en cuatro bloques de 32 horas reloj cada uno, repartidos en medios gráficos, medios radiales, medios audiovisuales y en áreas de comunicación institucional (prensa, difusión, protocolo, u otras denominaciones).

El objetivo general del EC es formar para al estudiante a través de la práctica profesional, ofreciendo espacios para la construcción de conocimientos en acción acerca de su rol profesional, motivando la reflexión permanente sobre la integración teórico – práctica, y fortaleciendo capacidades a través del desarrollo de habilidades para que el futuro el graduado logre insertarse satisfactoriamente en el campo profesional y laboral”.

A partir de éste se desprenden cuatro objetivos pensados como logros al finalizar el proceso. “objetivos específicos”. Transcurrido este espacio curricular, el estudiante deberá:

-) Comprender las lógicas que estructuran la labor cotidiana en diferentes organizaciones dedicadas a la comunicación a través de diversos lenguajes y soportes
-) Internalizar las exigencias de calidad y eficiencia requeridas para su inserción laboral – profesional.

². Para la inscripción es necesario contar con todos los EC de segundo año aprobados y para su aprobación, todos los del tercer año.

³Se implementó por primera vez en el año 2013 y en 2015 en el Centro Universitario San Francisco (CUSF) Centro Regional de Educación Superior (CRES), donde por un convenio entre la UNVM y la Municipalidad de la mencionada ciudad, a partir de 2013 comenzaron a dictarse las carreras Contador Público y Licenciatura en Comunicación Social, del IAPCS.

-) Adquirir destrezas sintetizando los contenidos teóricos – metodológicos aprendidos durante su carrera frente a las imposiciones surgidas de la tarea en ámbitos extra áulicos.
-) Lograr generar un perfil profesional que le permita contar con ventajas comparativas en el mercado laboral y con habilidades y recursos para emprendimientos individuales o societales.”

El desarrollo del taller se estructura a través de la recurrencia de cuatro momentos que se repiten en cada práctica:

1. Momento de recuperación de saberes, diagnosis e inducción
2. Momento de prácticas en terreno
3. Momento de síntesis y de socialización
4. Momento de evaluación y retroalimentación

1. Momento de recuperación de saberes, diagnosis e inducción: Para esta primera instancia, se prevé la recuperación de conceptos fundamentales y de parámetros de la actividad profesional en medios gráficos, radiales y audiovisuales, como así también en áreas de comunicación institucional. En función de ello, se podrá realizar un breve diagnóstico de cada estudiante a fin de lograr una caracterización para luego presentarlo ante las diferentes organizaciones. Seguidamente, los estudiantes deberán realizar una sintética exploración acerca de las organizaciones en las que realizarán las prácticas profesionales. Por último, los estudiantes se irán incorporando a las organizaciones a través de una inducción conjunta entre los responsables institucionales y los docentes /coordinadores.

2. Momento de prácticas en terreno: con un total de 128 horas reloj se organizò el paso de los estudiantes por estos cuatro estadios:

32 hs.: en Medios Gráficos

Villa María	San Francisco
El Diario del Centro del País Puntal Villa María	La Voz de San Justo El Periódico DIARIO SPORT

32 hs. en Medios Radiales

Villa María	San Francisco
AM 930 Radio Villa María FM Radio Show	AM 1050 FM COMPAÑIA FM ROMATICA FM RADIO SOMOS FM RADIO VITAMINA FM RADIO ESTACIÓN

32 hs. en Medios Audiovisuales

Villa María	San Francisco
Mirate – Canal 9 C 20 UniTeVe	RADIOCANAL – Canal 4.

32 hs. en Áreas de Comunicación Institucional / Prensa / Difusión / Protocolo, u otras denominaciones.

Villa María	San Francisco
FUNESIL Federación de Cooperativas Lácteas Secretaría de Comunicación Institucional UNVM Área de Comunicación IAPCS	LALCEC Asociación Inmigrantes Pamonteses Estudio Rocha Club San Isidro Sportivo Belgrano Cuerpo de Bomberos Voluntarios Parque Industrial

3. Momento de síntesis y de socialización: Esta fase del Taller presenta diferentes instancias: La primera, es mensual en la que los /las estudiantes se reúnen en el espacio áulico con la presencia de los docentes /coordinadores del Espacio Curricular para socializar sus experiencias. Éstas deben quedar registradas de manera impresa. La segunda instancia, cuenta con momentos específicos, ya que consiste en el seguimiento de las prácticas de cada estudiante a partir de vínculos con los responsables de la organización en la que desarrollan la actividad. La tercera, consiste en un coloquio y entrega de informe. Para este momento los estudiantes deben presentar una síntesis de sus experiencias a partir de los conceptos y parámetros de la actividad aprendido en los espacios curriculares orientados a los tres lenguajes: gráfico, radial y audiovisual, y a la Comunicación Institucional.

Los encuentros mensuales de los estudiantes que están desarrollando sus prácticas profesionales de comunicación, tienen como finalidad:

-) Socializar los aspectos organizacionales y las experiencias individuales y compartidas en cada medio o institución.
-) Lograr saberes comunes que nutran las futuras experiencias.
-) Plantear problemáticas y posibles soluciones de manera grupal y consensuada.
-) Profesionalizar el discurso de la experiencia.

Las consignas para la presentación de los informes escritos, incluyen:

- 1 – Datos de la organización. Descripción de la organización a partir de la experiencia personal
- 2 – Distribución del tiempo (días y horas) de trabajo en la organización
- 3 – Tareas asignadas / productos realizados
- 4 – Vínculos entablados. Valoración de los mismos
- 5 – Aplicación de conocimientos adquiridos durante la carrera
- 6 – Autoevaluación de la experiencia.
- 7 - Anexar, en soporte impreso, CD copia de las producciones realizadas.

4. Momento de evaluación y retroalimentación: Por último, la evaluación se realiza integrando los informes de los responsables institucionales y los informes de los estudiantes. Los resultados son comunicados personalmente a cada estudiante. Este espacio curricular se caracteriza por integrar metodologías pedagógicas en el ámbito áulico y el aprendizaje en situaciones reales, concretas, profesionales y laborales extra áulicas. Es fundamental que los estudiantes tomen conciencia de los contenidos aprendidos a través del cursado de su carrera, por ello se propone un primer momento de recuperación de saberes, diagnosis e inducción, previéndose la recuperación de conceptos fundamentales y de parámetros de la actividad profesional en medios gráficos, radiales y audiovisuales, como así también en áreas de comunicación institucional.

Luego de esta fase inicial, se inician las prácticas en terreno. Esta instancia es considerada fundamental en la etapa de conclusión de una carrera técnica con una titulación de pregrado universitario.

A medida que se desarrollan las prácticas, se prevén espacios de socialización de las experiencias individuales a fin de que los estudiantes puedan conocer la actividad de sus pares en organizaciones a la que no han accedido, a través de la presentación de informes escritos.

Por último, se realiza la evaluación, integrando los informes de los responsables institucionales y los informes de los alumnos. Los resultados son comunicados personalmente a cada estudiante.

Las evaluaciones son parciales entre los responsables institucionales y los docentes coordinadores. La evaluación final será por medio de un informe escrito y presentado en coloquio, en el cual se evidencie la experiencia interpretada a través de los conceptos y parámetros específicos de la producción gráfica, radial y audiovisual, y de la comunicación institucional. Complementaria y transversalmente, los criterios que orientan la evaluación institucional son:

1. Cumplimiento con la tarea asignada
2. Responsabilidad con la tarea asignada

3. Puntualidad
4. Relación con los responsables
5. Relación con compañeros
6. Calidad de las producciones
7. Predisposición

Estos criterios que orientan la autoevaluación son la integración y aplicación de los contenidos abordados durante la carrera, en los diferentes ámbitos de desempeño del pasante.

Una nota particular constituye el apartado “Bibliografía” en el programa del espacio Curricular. Considerando las particularidades de este espacio curricular ya explicitadas en la fundamentación de la propuesta curricular, se indica un vasto listado de bibliografía con sentido orientador, no habiéndose procedido a clasificar la misma en básica o de lectura obligatoria y complementaria, como usualmente lo discriminan otras programaciones curriculares de la carrera, pues se considera prioritario otorgar mayor libertad al estudiante en la selección del material bibliográfico y documental que respaldará sus saberes y su práctica en terreno. Por lo tanto, el estudiante deberá integrar a la bibliografía detallada a continuación se indica, toda aquella prescrita o sugerida por los docentes de la Carrera⁴.

La percepción del escenario laboral / profesional desde el rol de estudiante.

Partir de la percepción de los estudiantes sobre el campo laboral profesional, es parte de la indicación de otro Espacio Curricular el Taller para la elaboración del Trabajo Final de Grado (TFG). Este EC se inicia con un cuestionario de preguntas abiertas entre la que se destaca: “¿Cómo podés describir el mercado laboral / profesional de la Comunicación en nuestro entorno local – regional?”. Las respuestas de los estudiantes que están en proceso de finalización de cursado de la carrera, varían sensiblemente en función de la sede en la que están cursando:

Las percepciones de los estudiantes del quinto año de la carrera de Villa María, permiten armar un continuum desde una vastas posibilidades de trabajo en el mercado laboral / profesional de la comunicación, hasta las visiones más negativas que hallan aspectos vinculados a la precarización, no profesionalización en los puestos, y saturación de profesionales recibidos. Asimismo puede observarse que, en la mayoría, no se piensan en términos autogestión:

“Hay lugar para todos, ya que la profesión aporta desarrollar múltiples funciones.” (Osvaldo 52)

“Creo que nuestra ciudad ofrece posibilidades para los profesionales de la Comunicación, ya sea en organizaciones gubernamentales o no y lucrativas o no, así como también trabajos con personas como figuras públicas, por ejemplo. Cada vez más, las organizaciones y personas están tomando consciencia del valor que la Comunicación implica, lo que abre el juego a más alternativas de desarrollo profesional.” (Bruno, 29)

“Creo que el mercado laboral en Villa María está bien, pero es un poco limitado.” (Agustina Micaela, 24)

“Creo que el mercado laboral es variado pero que para un estudiante que recién se recibe es más fácil entrar a un medio de comunicación de la ciudad que por ejemplo a una institución o a dar clases. El problema es que los periodistas en la actualidad, aún más los que recién comienzan a ejercer la profesión, tienen un trabajo precarizado en los medios y debido a la

⁴Para cada momento planificado y en todas aquellas instancias en que el estudiante lo requiera, será guiado acerca de la bibliografía que se considere más pertinente utilizar. En particular, durante el Momento de prácticas en terreno se orientará la búsqueda y revisión de la bibliografía específica de la producción en el lenguaje en que se esté desempeñando (Grafico, radial, audiovisual) y de la actividad de Comunicación Institucional.

situación económica que atravesamos como país, los recortes de personal son cada vez más.” (Ailin, 23)

“En nuestro entorno local-regional resulta difícil poder ingresar en los medios de comunicación sin tener, como en mi caso, una experiencia previa. Cada vez existen más periodistas recibidos, y el mercado laboral es muy acotado. Se trata de un círculo cerrado. Por otro lado, quienes tienen acceso al trabajo en lo local, se encuentran en malas condiciones salariales, y en muchos casos el rédito económico se consigue a través de la venta de publicidad.” (Mayra R, 28)

“Es un mercado contradictorio, pienso, porque si bien podemos encontrar demanda de profesionales, muchas veces esos puestos son ocupados por trayectoria y no tanto por formación pero lo positivo es justamente que esté empezando a haber demanda.” (Maximiliano, 24)

Asimismo, las percepciones de los estudiantes de San Francisco, están más vinculadas al impacto de la carrera en el entorno profesional y mediático, casi como una toma de conciencia de necesidad de dar visibilidad, “profesionalidad”, seriedad a la profesión:

“Con la llegada de la carrera a San Francisco, siento que la profesión está mucho más visible. Me parece que hoy es tomada con seriedad luego de la gran oferta de nuevos profesionales que hay. Sin embargo, encuentro que la comunicación institucional no tiene lugar en instituciones y empresas locales.” (Melisa, 23)

“A nivel generalizado, en San Francisco, quienes están en los medios, no tienen título de Periodista, sino que están ahí porque se animan y luego de practicar y estar frente al micrófono les fue saliendo (en radios, salvo casos particulares), son periodistas de oficio. No pasa así con los medios gráficos y el canal (es este último son contratados como empleados de comercio), quienes priorizan aquellos que tengan un estudio o se encuentran en carrera. Por otro lado hay medios digitales, que abren las puertas a emprendedores. En cuanto a la comunicación institucional, no está muy explotado, y no es muy tenido en cuenta en las empresas de San Francisco.” (Florencia Belén, 23)

“(…) está creciendo a grandes pasos gracias a la profesionalización. En lo que tiene que ver con el área de comunicación institucional a nivel empresas, se comenzó a tomar más en serio en los últimos años con el boom de las redes sociales, algo que despertó el interés de las organizaciones por comunicar a la población y hacerlo de la manera correcta. En cuanto al periodismo en sí, es un mercado muy acotado ya que la mayoría de los medios de comunicación de gran envergadura de la ciudad están en manos de unos pocos. Existen muchas FM, pero muy chicas comparadas con las grandes emisoras. En materia audiovisual es un monopolio, ya que existe un solo canal de televisión local. Y por último en lo que es gráfica, hay un gran diario que es La Voz de San Justo y uno pequeño que es de tirada semanal, por lo que el mercado aquí es mucho más estrecho.” (Exequiel, 23)

“Tiene sus variantes, hay varios medios de comunicación, gráficos, audiovisuales y radiales. Y varias instituciones que poseen comunicación institucional.” (María Estrella, 22)

“A nuestro entorno le faltan muchas áreas que cubrir, la Comunicación sigue siendo confundida con el periodismo o en algunos casos con la pregunta ¿y qué hacen? El campo periodístico por otro lado se ha desarrollado y cambiado desde que la carrera está acá en la ciudad. Algunos alumnos trabajaban o entraron a trabajar en esos medios y tienen tareas importantes dentro de su rol. En ese sentido hay una cierta evolución. Pero el mercado de ingreso sigue siendo reducido y además dentro de poco seguramente se saturará en lo que tiene que ver con relaciones de dependencia, no así para medios nuevos y de autónomos”. (Ivana, 23)

“Muy amplio. Desde ejercer el periodismo audiovisual, radial, gráfico, trabajar en la comunicación institucional de diversas organizaciones, desempeñarse como profesor de materias como historia, lengua, radio, etc. Además, el campo está abierto para aquellos que deseen dedicarse a consultorías, investigación, etc.” (Ana Paula, 23)

“En cuanto a los medios tradicionales (radio-tv, prensa gráfica) me parece que al no estar dirigidos por profesionales sino por empresarios, se dificulta la posibilidad de aplicar los

conocimientos adquiridos. Por otra parte, observo nichos que no han sido trabajados y con herramientas brindadas por las nuevas tecnologías pueden llegar a ser posibles emprendimientos exitosos desde lo profesional- creativo y desde lo económico.” (Sandra, 45)

“Específicamente en mi localidad, hay pocos comunicadores, que aplican su profesión como periodistas. También hay periodistas que no tienen una base académica y aplican la profesión desde hace años. Como futura comunicadora, noto falencias en algunos aspectos de la comunicación en mi localidad, a nivel periodístico, en comunicación política e institucional.” (Camila, 23)

“Es una profesión que te enriquece todo el tiempo por las temáticas y contenidos que la atraviesan. El mercado laboral es bastante duro para quienes comienzan en este camino. Pocos medios tienen personal en blanco y/o bien pago. Sin embargo, la apertura de esta carrera es un buen desafío para darle herramientas a los nuevos profesionales de encontrar nuevos espacios periodísticos y/o dentro de la comunicación institucional.” (Franco C., 28)

“Creo que muchas personas estudian Comunicación y no hay demasiados medios para que luego se inserten laboralmente. Principalmente en la ciudad de San Francisco. De igual modo es amplia la oferta, respecto de variedad periodística. Hay un canal de televisión, diarios y radios. Por el lado de la comunicación institucional solo hay dos empresas que se dedican a esta rama, no es demasiado explotada en San Francisco en particular.” (María Evangelina, 24)

“En cuanto a Periodismo, el mercado laboral está activo, ya sea en los medios tradicionales donde constantemente buscan personal, así como también en los nuevos medios digitales, siendo San Francisco uno de los lugares de la provincia en donde más emprendimientos periodísticos digitales han surgido en los últimos años. En cuanto a Comunicación Institucional el panorama es un poco más difuso, con una gran cantidad de instituciones públicas y privadas que no tienen conocimiento de lo que la comunicación les puede brindar/mejorar. Por lo cual, además de la búsqueda laboral, el proceso que debemos dar como profesionales es el de legitimar a profesión, algo que suele ser desgastante y complicado. Por otro lado, la comunicación se encuentra presente en todos los procesos e interacciones sociales, por lo cual es muy viable “construir” nuestra profesión, ya sea en investigaciones, en convenciones, en servicios a personas y empresas, labores periodísticos o de otra índole.” (Franco D., 23)

“En el ámbito deportivo, que es el que me compete principalmente, hay un esquema bastante variado. Por tradicional el suplemento deportivo de La Voz de San Justo es un elemento básico de información local. A su vez, con 10 años recién cumplidos, Diariosports se erige como el portal web deportivo más importante de San Francisco y la región. Allí tengo la suerte de estar escribiendo diferentes artículos vinculados a la Liga Regional de Fútbol. No existe, dentro de Canal 4, un programa deportivo, algo a explotar. Por otra parte el programa “Show Deportivo” emitido en AM 1050, es el líder en el rubro radial. Se destaca también el programa “Polideportivo” emitido en Radio Estación 102.5. Además, con la irrupción de las nuevas tecnologías, nació “Depornautas” un web deportiva con información local y provincial.” (Leandro, 24)

La Avant premiere y el escenario. La valoración de la experiencia

En los relatos de los estudiantes del quinto año se destacan las prácticas profesionales como un momento bisagra en la carrera de cada estudiante, como insumo para redefinir su impulso inicial por la elección de la carrera o para fortalecerla:

El vuelco principal acerca de cómo pensaba la profesión lo encontré cuando hicimos las prácticas profesionales en tercer año. Me gusta la dinámica de un medio, la organización, pensar los contenidos y demás tareas. Sin embargo, me di cuenta que no era lo que verdaderamente me llenaba aunque me sigue apasionando pero encontré otras áreas que me siento más cómoda. (Ivana, 23)

No tenía muy en claro que sería, sabía de la relación con el periodismo y la comunicación institucional. En el cursado de la carrera aprendí muchos otros núcleos de la carrera que quizás me interesan más, que aquellos por los cuales empecé a estudiar. (Camila, 23)

Cuando comencé la carrera de periodismo deportivo pensé que iba a ser más fácil insertarse en el periodismo local. Sin embargo luego comprendí que no existen muchos lugares en nuestra localidad donde desempeñar, con comodidad y bien pago. Por lo que decidí continuar mi capacitación para lograr abrir más puertas en esta profesión. (Franco C, 28)

No tenía exactamente una visión de modelo profesional, siempre esperé que la carrera me sorprendiera con otras actividades diferentes al periodismo en sí (el cual ya sabía que formaba parte de la carrera). Y me ha sorprendido gratamente con una enorme capacidad laboral. (Franco D., 23)

La verdad es que pensaba que era una profesión apasionante y con el taller de prácticas profesionales descubrí realmente que era así. Además de eso, el bagaje de conocimientos que proporciona la licenciatura enriquece mucho la profesión periodística. (Exequiel, 23)

En este sentido, en la previa, uno tiene una perspectiva de la profesión proyectada por los referentes que cada uno tenga en este oficio. Con el correr del tiempo, en mi caso particular, aprendí a ser crítico, a trabajar desde el respeto, el mismo que muchas veces es dejado de lado, a argumentar, a querer superarme día a día. Aprendí y entendí como debe trabajar el periodista, porque detrás de cada nota existe un arduo trabajo de cobertura, de chequeo de fuentes, de redacción, de producción, etc. (Leandro, 24)

Consideraciones finales

El diseño e implementación de un Espacio Curricular de las características del Taller Integrador de Prácticas Profesionales de la licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional Villa María implicó un serio desafío para el equipo docente debido a la necesidad de formar profesionalmente estudiantes para un entorno laboral profesional – local – regional con características propias, diferentes a las demandas de grandes ciudades.

Este territorio es diagnosticado a partir del relevamiento de medios de comunicación y áreas de comunicación institucional de organizaciones, de sus perfiles profesionales y de sus formas de contratos laborales.

Asimismo, emergen otras consideraciones tales como la permanente modificación de actividades de producción mediadas por los avances tecnológicos, las agendas, las vinculaciones que se establecen, la participación de diferentes actores que participan en las prácticas, las valoraciones de los referentes de medios y organizaciones respecto a la formación de los estudiantes, las características de las nuevas juventudes, la saturación del campo laboral y las posibilidades de nuevos escenarios de profesionalizar la comunicación a través de emprendimientos autogestionados.

Por último, el taller intenta proveer de cuatro instancias experienciales en virtud de los lenguajes y ámbitos de la comunicación enseñados hasta el tercer año de la carrera para que el estudiante, pronto Técnico Universitario en Periodismo, posea un abanico de saberes y habilidades reforzados en campo.

Las trayectorias de los estudiantes de comunicación social de la UNVM, desde la carrera implementada en 2011, se construyen con espacios de interacción real con el escenario laboral profesional, tanto en Villa María como en San Francisco. Esta interacción mediada por el EC “Taller Integrador de Prácticas Profesionales” y regulada a partir del Reglamento de Prácticas Pre Profesionales del IAPCS, consolida el camino formativo a partir de la praxis en el terreno. Este momento en la formación permite aplicar los conocimientos conceptuales, técnicos y

metodológicos aprehendidos en los diversos EC a partir de la creatividad que impone dar respuestas a otros actores institucionales, no universitarios en situaciones profesionales cotidianas. Este conjunto de conocimientos se va convirtiendo en saberes profesionales que se consolidan en los dos últimos años de la carrera con un perfil formativo que contempla las dimensiones estratégicas, académicas y demás campos en de acción de la comunicación. En vísperas del egreso, los estudiantes reconocen que las practicas preprofesionales les permitieron consolidar sus vocaciones o reorientarlas al descubrir pasividades del ejercicio profesional que, si bien fueron estudiadas en el aula, su vivencia, les permitió re semantizarlas.

Fuentes de referencia

- Álvarez, M. (2005). Perfeccionamiento docente e identidad profesional, *Revista Educación a Distancia*, pp. 1-10.
- Aranes Usantizaga, J. (2002) "Periodismo Científico: Conceptualización y líneas de investigación". Eusko Ikastuntza. – Sociedad de Estudios Vascos – Miramar. San Sebastian.
- Avendaño, Bovo, Correa, Fassetta (2017) Programa Espacio Curricular "Taller Integrador de Práctica Profesional". Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010) UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA.
- Avendaño, C. (2017) "APROXIMACIONES A LAS NUEVAS IDENTIDADES LABORALES – PROFESIONALES EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL" en XXI Jornadas Nacionales de investigadores en Comunicación. La comunicación en la producción del conocimiento como objeto de políticas públicas Y políticas universitarias en contextos de desinversión. EJE COMUNICACIÓN-EDUCACIÓN 48. San Juan, 5,6, y 7 de octubre de 2017. Disponible en: <http://redcomunicacion.org/programa-de-las-xxi-jornadas-nacionales/>
- Ávila, J.A. & Cortés, J. (2008, enero/febrero). La construcción de las identidades profesionales a través de la educación superior. *Cognición* (9), pp. 52-61.
- Barbero, Jesús Martín, "Introducción al análisis de contenido". Instituto de Ciencias Sociales. Madrid. 1981.
- Beraud, André (2007). La llegada de las mujeres a las actividades tradicionalmente masculinas. ¿Transformación de las identidades profesionales?. En Rocío Guadarrama & José Luís Torres. *Los significados del trabajo femenino en el mundo global. Estereotipos, transacciones y rupturas*. México: Anthropos.
- Cañadas, M.& Santos, S. (2008). Identidad profesional en la Universidad. Agente de modelado. Recuperado el 18 de abril de 2015 de <http://www.revistatog.com/mono/num2/univ.pdf>.
- Contreras, Pau (2004) *Me llamo Kohfam identidad hacker: una aproximación antropológica*. Madrid. [Gedisa](http://www.gedisa.com/).
- Fuentes Amaya, S. (2004). Identidad profesional e identificación: Hacia una lectura desde lo discursivo y lo psíquico. En Remedi (Coord), *Instituciones Educativas. Sujetos, historia e identidades* (pp. 161-189). México: Plaza y Valdez.
- Fuentes, R. (1995). La institucionalización académica de las ciencias de la comunicación: campos, disciplinas, profesiones. En Galindo & Luna (Coords.), *Campo Académico de la Comunicación: hacia una construcción reflexiva* (pp.45-78). México: Pensar la Cultura.
- Fuentes, R. (1998). La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México. Guadalajara: ITESO/Universidad de Guadalajara.
- García Lucero, D. (2000) "Periodismo de Investigación en Argentina" en *Revista Latina de Comunicación Social*. Canarias, Febrero. año 3 n° 028.
- Giménez, G. (2000). Materiales para una teoría de las identidades sociales. En Valenzuela (Coord.), *Decadencia y origen de las identidades* (pp.45-78). México: Colegio de la Frontera Norte y Plaza y Valdés.
- Muriel, V. (2012). Configuración de perfiles profesionales del comunicador: el debate entre los subcampos educativo y profesional. *Revista Frontera Interior*, vol. 2, pp.11-21.

Muriel, V. (2015) "El subcampo educativo y profesional en la configuración de identidades profesionales del comunicador: marco de análisis" en VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC "Políticas, Actores y Prácticas de la Comunicación: Encrucijadas de la Investigación en América Latina". Córdoba, en: www.eci.unc.edu.ar/archivos/congresos/ALAIC/.../alaic%2011-77_0.pdf

Ruben, G. 1992. *La Teoría de la identidad en la antropología: un ejercicio de etnografía del pensamiento moderno*. Publicar. – En antropología y Ciencias Sociales, N° 2. Campinas.

UNIVERSIDAD NACIONAL VILLA MARÍA. (2001) Plan de Estudios Carrera: "Licenciatura en Ciencias de la Comunicación".

UNIVERSIDAD NACIONAL VILLA MARÍA. (2010) Plan de Estudios Carrera: "Licenciatura en Comunicación Social" TEXTO ORDENADO.

Vieytes, Rut (2004). *Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas*. Editorial de las Ciencias. Buenos Aires.