

De las prácticas a las “buenas prácticas”. Trayectorias de profesionalización de comunicación en organizaciones de Villa María y la región 2001 – 2018

Año
2019

Autoras
Avendaño Manelli, Carla Fernanda; Sola,
Ana Lucía y Tagliabue, Melisa de las
Mercedes

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. F.; Sola, A. L. y Tagliabue, M. de las M. (2019). *De las prácticas a las “buenas prácticas”. Trayectorias de Profesionalización de comunicación en organizaciones de Villa María y la región 2001 – 2018*. 1er Congreso Latinoamericano de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, articulando diálogos políticos y académicos en Ciencias Sociales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

**I CONGRESO LATINOAMERICANO DE CIENCIAS SOCIALES
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA**

**DE LAS PRÁCTICAS A LAS “BUENAS PRÁCTICAS”. TRAYECTORIAS DE
PROFESIONALIZACIÓN DE COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES DE
VILLA MARÍA Y LA REGIÓN 2001 – 2018.**

Línea 6:

“Comunicación y Procesos Socioculturales”

“Profesionalización en la Comunicación”

Autores:

Avendaño Manelli, Carla Fernanda

IAPCS – UNVM – Bv. Vélez Sarsfield 1277

5900 – Villa María, Cba., Argentina

cavendano_manel@yahoo.com.ar

Sola, Ana Lucía

IAPCS – UNVM – San Luis 1133

5900 – Villa María, Cba., Argentina

analuciasola@gmail.com

Tagliabue, Melisa de las Mercedes

IAPCS – UNVM – Buenos Aires 439

5900 – Villa María, Cba., Argentina

meli.tagliabue@gmail.com

Palabras clave: Comunicación, trayectoria, profesionalización.

Resumen:

El presente trabajo se enmarca en la investigación: “De las prácticas a las “Buenas Practicas”. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)”, subsidiada por la UNVM.

Se parte del supuesto que la profesionalización de la Comunicación Social, se va construyendo a partir de la preexistencia de quienes ejercen el oficio, para luego en procesos de integración generacional convivir con primeras generaciones de profesionales formados en instituciones de educación superior universitaria y no universitaria.

Esta amalgama de personas con diversos saberes va imprimiendo la semblanza de las identidades profesionales en la Ciudad y la región. Este proceso de interacción de las

trayectorias individuales se desarrolla en organizaciones específicas determinadas por una función social y caracterizadas por su espacio y tiempo, sean éstas organizaciones mediáticas (prensa, radios, canales de televisión) u organizaciones que han ido percibiendo la necesidad de profesionalizar la función comunicacional.

Se analizan las huellas dejadas por profesionales universitarios, graduados de la UNVM, de la comunicación en Villa María y región, generando o formalizando estructuras, áreas, funciones vinculadas a la comunicación o promoviendo procesos diferentes a los preexistentes en las lógicas productivas de organizaciones (mediáticas o no) públicas, privadas o del tercer sector.

Abordar prácticas de comunicación implica visualizar estrategias de actores orientadas a fines con sentidos que las legitiman dentro de la dinámica institucional y en el espacio tiempo de la organización misma. El estudio comprende tres momentos: 1) Análisis de la propuesta academia formativa; 2) sistematización de casos que permitan delinear trayectorias de profesionalización; y 3) En virtud de lo anterior, se seleccionan casos que, por la voz de sus propios actores o desde el consenso del equipo de investigación, se determinen como ejemplificadores y que permitan generalizar sus características como “Buenas Prácticas”.

Introducción:

A través de este trabajo, se pretende presentar avances del proceso de la investigación titulada “De las prácticas a las “Buenas Practicas”. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)” subsidiada por la UNVM durante 2018-2019.

Este proyecto parte del interrogante “¿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 operacionalizar el estudio surgen un conjunto de preguntas específicas que lo orientaron: ¿Qué perfil prevén las carreras de comunicación de la UNVM para el comunicador institucional? ¿Cómo se delinean los escenarios profesionales locales – regionales desde la formación institucionalizada? ¿Qué conceptos / contenidos / cosmovisiones / constituyen la base discursiva de la formación? ¿Qué organizaciones de Villa María presentan áreas o funciones de comunicación a partir de la participación de un profesional universitario de la UNVM? ¿Cómo se originó la necesidad de la comunicación en las organizaciones locales – regionales? ¿Qué prácticas de comunicación realizan las organizaciones a partir de la incorporación de profesionales universitarios? ¿Cómo fueron mutando las prácticas de comunicación por la acción de profesionales universitarios? ¿Qué prácticas se consolidaron y cuales se modificaron con el accionar profesional? ¿Qué sentidos se construyeron alrededor de las prácticas de comunicación en las organizaciones? ¿Qué prácticas de comunicación en las organizaciones locales pueden ser definidas por los propios actores como “Buenas prácticas”? ¿Qué prácticas de comunicación de las organizaciones de Villa María y Región, reúnen los estándares que la literatura organizacional considera para ser “Buenas Prácticas”?

Como objetivo general, se propone “comprender los procesos de profesionalización de la Comunicación en organizaciones de Villa María y Región a partir de la implementación de las carreras de Comunicación Social en la Universidad Nacional de Villa María (2001 – 2018)”, y como objetivos específicos: “determinar el perfil del profesional del Comunicador Institucional propuesto desde la formación de la UNVM; abordar casos local – regionales que evidencien la creación y consolidación de áreas / funciones de comunicación; delinear las trayectorias de la profesionalización de la comunicación en las organizaciones locales – regionales; determinar los sentidos que orientan las prácticas de comunicación en organizaciones locales – regionales; esbozar parámetros de “Buenas

Prácticas” en el quehacer profesional de la Comunicación en las organizaciones locales – regionales, desde su particularidad.

Abordar prácticas de comunicación enmarcadas en organizaciones, implica visualizar estrategias de actores orientadas a fines con sentidos que las legitiman dentro de la dinámica institucional y en el espacio tiempo de la organización misma. El estudio comprende dos momentos, uno de análisis de la propuesta academia formativa específicamente en el subcampo de la comunicación institucional y el otro, la sistematización de casos que permitan delinear trayectorias organizacionales en relación a la profesionalización de las prácticas de comunicación.

En virtud de lo anterior y como un tercer momento, se seleccionan casos que, por la voz de sus propios actores o desde el consenso del equipo de investigación, se determinen como ejemplificadores y que permitan generalizar sus características como “Buenas Prácticas”. Éstas son objetivadas como “huellas” es decir como implementación de procesos, áreas, programas, funciones de comunicación y / periodismo en organizaciones y medios de Villa María y de la Región.

La enseñanza de la Comunicación Social en la Universidad Nacional de Villa María.

La Universidad Nacional de Villa María (UNVM) creada por el Congreso de la Nación en 1996, cuenta en 2019 con 28 carreras, agrupadas, no por facultades, sino por Institutos¹. Asimismo, posee cuatro sedes (año 2013) en las ciudades de: Villa del Rosario, Córdoba, San Francisco y Villa Dolores. Todas dentro de los límites de la provincia de Córdoba. El Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales² (IAPCS) de la UNVM, inicia en 2001 un tramo de formación complementaria: “Licenciatura en Ciencias de la Comunicación” a fin de materializar el espíritu del Proyecto Institucional de la UNVM de integrar a través de la articulación a las instituciones de Educación Superior No Universitarias de la Ciudad, en el caso particular del campo de la

¹ <http://www.unvm.edu.ar/>

² Dentro de las Ciencias Sociales se encuentran: Licenciatura en Sociología; Licenciatura en Desarrollo Local-Regional; Licenciatura en Ciencia Política; Contador Público; Licenciatura en Economía; Licenciatura en Administración; Tecnicatura Universitaria en Administración; Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; Licenciatura en Trabajo Social; Licenciatura en Seguridad; Licenciatura en Comunicación social.

Comunicación, con la Tecnicatura Superior en Comunicación Social del Instituto de Educación Superior del Centro de la República – INESCER.

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:

- 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.

Además, los objetivos de la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2010), que fuera elaborada años más tarde, a partir de un profundo diagnóstico de la oferta formativa en Comunicación de las Universidades Nacionales, proponen formar un profesional reflexivo y crítico, capaz de:

- 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.

En virtud de tales propósitos, el título de Licenciado en Comunicación Social acredita los siguientes conocimientos y capacidades:

- para la producción y difusión de mensajes periodísticos en diferentes formatos y contextos, administrando elementos que optimicen la comunicación.
- para sistematizar, elaborar, recuperar y difundir la información.
- para indagar hechos, situaciones, contextos y prácticas sociales intentando proporcionar una explicación histórica.
- para desarrollar estrategias de gestión y conducción de medios periodísticos y de tareas inherentes a la producción periodística.
- para diseñar y evaluar planes, programas y proyectos comunicativos.
- para comprender un proyecto institucional, su funcionamiento y cultura para participar en él y hacerlo comunicable.
- para generar y fortalecer redes comunicacionales.
- para producir conocimiento científico en el campo de la ciencia de la comunicación.
- para coordinar todas las formas y recursos de la comunicación que posibiliten brindar asesoramientos pertinentes a los requerimientos que se requieran desde diferentes ámbitos y sectores del contexto social

Como aspecto a destacar, el "Trabajador Académico" se presenta como una noción articuladora del Proyecto Institucional de la Universidad Nacional de Villa María, el cual fuera escrito en 1996 por especialistas y actores comunitarios que llevaron al Congreso de la Nación la propuesta de una Institución de Educación Superior que abrió sus puertas al año siguiente.

El "trabajador académico" es presentado un estudiante ideal que “en su proceso de formación profesional estará estrechamente vinculado con el mundo real, a través de las acciones de investigación y extensión que la misma Universidad desarrolle, lo que permitirá el enriquecimiento del trabajo en clase y al mismo tiempo pueda significar algún bien para otros.” A su vez, “tendrá la posibilidad de acceder a un conocimiento profundo e íntegro de la realidad circundante con la que deberá enfrentarse una vez que egrese. Tendrá que lograr un equilibrio entre los aspectos prácticos que implica el ejercicio de

una profesión y los teóricos que le brinde la estructura académica de la Universidad. Asimismo, a través de la vinculación con diversos sectores de la población se posibilita la aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas, tanto a nivel del pensamiento reflexivo, como de actitudes y comportamientos adecuados a diferentes situaciones. (...) (UNVM, Proyecto Institucional, 1996)

Esta concepción a su vez ha fortalecido la incorporación de prácticas pre profesionales, implementadas desde un Espacio Curricular: Taller integrador de Prácticas profesionales” del tercer año de la Licenciatura en Comunicación Social de la UNVM, abocado no sólo a garantizar el ejercicio pre profesional en ámbitos extra áulicos de los futuros Técnicos Universitarios en Periodismo, sino a generar vínculos entre la universidad y los medios, y organizaciones de la ciudad de Villa María y de San Francisco. Estas vinculaciones se estructuran a partir de lineamientos generales propuestos desde el equipo docente que de manera personalizada y por escrito se comparten con los tutores institucionales.

El taller se compone de cuatro momentos pedagógicos que se cruzan con cuatro momentos experienciales en medios gráficos, radiales y televisivos, y en áreas de comunicación de organizaciones. Este diseño responde a un perfil profesional emergente de las características del mercado laboral / profesional de las respectivas ciudades de las sedes donde la UNVM dicta la carrera.

Estos puentes que unen a los estudiantes (pronto profesionales) con su futuro laboral / profesional se caracterizan por la multiplicidad y diversidad de tareas a realizar mediadas que dan como consecuencia: profesionales propicios para responder a la complejidad y limitaciones del escenario de la comunicación en nuestras realidades. (Avendaño, Bovo, Correa, Fassetta, 2017)

Trayectorias en la profesionalización de la comunicación.

Se parte de conceptualizar el término “trayectoria” 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).

Como correlato, la trayectoria y la identidad profesional del “comunicador social”, se entrelazan como apunta, Muriel Amezcua (2012; 2015):

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)

Tal dificultad analítica se complejiza debido a que:

(...) 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).

Raúl Fuentes Navarro, ya durante la última década del siglo anterior permite dar luz a este escenario, reafirmando estas identidades latinoamericanas al mostrar:

el número de escuelas de periodismo y comunicación en Latinoamérica: 13 en 1950, 44 en 1960, 81 en 1970, 163 en 1980. (...) FELAFACS cuenta 244 en 1990. Podemos suponer que hay más de 100 mil estudiantes de comunicación en América Latina y no menos de 5 mil profesores. Seguramente han terminado los estudios y se desempeñan profesionalmente al menos otros 100 mil comunicadores universitarios. (...) podemos calcular que cerca de un cuarto de millón de personas están involucradas en el campo académico de la comunicación en América Latina. (Fuentes Navarro, 2008: 2).

El autor afirma que esta interrelación de muchos factores, puede explicar la aceleración del crecimiento del campo académico de la comunicación en América Latina en los ochenta a pesar de condiciones socioeconómicas adversas.

Esta vastedad de contenidos, enfoques, dimensiones, denominaciones, recortes, ya comenzada la segunda década del siglo XXI, a su vez 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. En este sentido, 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, que impone la necesidad de “producirnos a nosotros mismos como humanos, científicos y profesionales de la comunicación, sin demarcaciones inoportunas”. (Massoni, 2016).

La multidimensionalidad y el devenir –complejos y fluidos–, una reubicación que conlleva el permanente trabajo en torno al abandono de los dualismos. (...) El pasaje 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).

Trayectoria, identidades, y Buenas Prácticas.

Por último, el concepto que articula nuestra investigación, no exento de múltiples discusiones es el de “Buenas Practicas”. La literatura que aborda esta noción, es profusa y no siempre la teoriza, sino más bien se toma directamente a partir de casos y aplicaciones. Es recurrente hallar la idea de “**buenas o mejores prácticas**” como un conjunto de acciones que han rendido buen o incluso excelente servicio en un determinado contexto y que se espera que, en contextos similares, rindan similares resultados. A su vez, aparece la necesidad de estandarizar a través del *benchmarking*. La indagación exploratoria de esta noción arrojó decenas de sitios web, desde los que se

rescató la Comunidad de Prácticas en APS Nodo Chile, que presenta la siguiente conceptualización:

Reconocemos tres tipos de experiencia³:

- Experiencia exitosa: Experiencia con buenos resultados, que no necesariamente se ha convertido en práctica.
- Práctica prometedora: Experiencia exitosa que cuenta con elementos que permitirían institucionalizarla.
- Buena Práctica: Experiencia que parte de un resultado valioso (...) y que se sostiene en el tiempo.

Una Buena Práctica es una experiencia o intervención que se ha implementado con resultados positivos, siendo eficaz y útil en un contexto concreto, contribuyendo al afrontamiento, regulación, mejora o solución de problemas y/o dificultades que se presenten en el trabajo diario de las personas en diferentes ámbitos de la gestión, y de la satisfacción de usuarios. Esta experiencia puede servir de modelo para otras organizaciones.

En general el concepto de “buenas prácticas” se refiere a toda experiencia que se guía por principios, objetivos y procedimientos apropiados o pautas aconsejables que se adecuan a una determinada perspectiva normativa o a un parámetro consensuado, así como también toda experiencia que ha arrojado resultados positivos, demostrando su eficacia y utilidad en un contexto concreto⁴.

El concepto de buenas prácticas se utiliza en una amplia variedad de contextos para referirse a las formas óptimas de ejecutar un proceso, que pueden servir de modelo para otras organizaciones. Las buenas prácticas sistematizadas, permiten aprender de las experiencias y aprendizajes de otros, y aplicarlos de manera más amplia y/o en otros contextos (*scaling-up*). Pueden promover nuevas ideas o sugerir adaptaciones y proporcionar una orientación sobre la manera más efectiva de visibilizar los diversos impactos de una intervención en las comunidades.

³ “¿Qué entendemos por Buenas Prácticas?”. Comunidad de Prácticas en APS Nodo Chile, 2012-2016
<http://buenaspracticaps.cl/que-es-una-buena-practica/>

⁴ “¿Qué son las buenas prácticas?” Plan Andino para la Prevención del Embarazo en Adolescentes.
Disponible en: <http://www.planandino.org/bancoBP/node/3>

Para vencer estos prejuicios u obstáculos, es necesario contar con un vocabulario común y coherente para todos, que permita expresar y compartir los procesos experimentados. Pero, fundamentalmente, las prácticas tienen que poder demostrarse; es necesario que se reúna la información en formatos adecuados, comparables y transferibles de manera de facilitar su utilización.

De ahí se deriva la preocupación por establecer criterios comunes para la detección y selección de buenas prácticas, así como también de homologar los formatos de presentación de las experiencias que se quiere compartir.

Esta idea de buena práctica, ha sido consensuada por el equipo investigador como la fuerza que ejerce la presión sobre un territorio, dejando su huella. Ésta sería la cristalización de esas buenas practicas, la marca que ha logrado imprimir en una organización determinada espacio – temporalmente, materializada en procesos, modos, formatos, procedimientos, etc.

Aproximación al análisis de las trayectorias profesionales objetivadas en organizaciones y medios de Villa María y región de egresados de la UNVM.

Como se expuso en el primer apartado, desde 2001 la UNVM cuenta con una formación de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, que hasta abril de 2019 presenta un total de 44 egresados. Por su parte, la Licenciatura en Comunicación Social, (Plan 2010), cuenta hasta la misma fecha con 62 técnicos y 16 licenciandos.⁵

Egresados

Carrera	Cantidad	Periodo	Mujeres	Hombres
Lic. en Ciencias de la Comunicación Plan 2001	44. Edades entre 27 – 47 años	2003 - 2019	28	16
Lic. en Comunicación Social Plan 2010	16. Edades entre 24 y 30 años. VM:12 SF:4	2016 – 2019	13 VM:11 SF:2	3 VM:1 SF:2

Elaboración propia

Pese a las diferencias entre ambos planes, dado su contexto de creación y la respuesta a diferentes demandas profesionales del contexto local – regional, se ha constatado que casi

⁵ Datos extraídos desde planillas de la coordinación de carrera.

un 90 % de los egresados, trabaja, o ha trabajado, vinculado estrictamente a su formación académica. Este dato inicial que motiva nuestra investigación se está complementando a través de entrevistas semi-estructuradas a los egresados.

El equipo investigador logró realizar durante el primer año 33 entrevistas a egresadas/os de ambas carreras. En relación al interrogante acerca de las “huellas que, según ellos habían dejado en medios y / organizaciones de Villa María y la Región en relación a su accionar profesional”, sobre este total de entrevistados: 11 no respondieron o expresaron o comprender la consigna; 16 se expresaron con reflexiones acerca de las huellas que su transitar por medios o instituciones (mencionadas sin especificar) había dejado en ellos, críticas hacia el escenario de medios sobre la precarización laboral, críticas a la UNVM por su falta de práctica y de vinculación con los medios de la ciudad y de la región. Esta última consideración fue expresada sólo por egresados de la Lic. en Ciencias de la Comunicación, Plan 2001.

Un dato importante que 11 casos se dedican a la docencia en niveles secundario, superior no universitario y superior universitario (como profesores, auxiliares, adscriptos). Hoy, en la UNVM forman parte del plantel docente (profesores y auxiliares)

- Lic. en Ciencias de la Comunicación: (2003 – 2019) 3 profesores, 5 auxiliares docentes (JTP).
- Lic. en Comunicación Social: (2016 – 2019) 1 JTP contratada.

Adscriptos

- Lic. en Ciencias de la Comunicación (entre 2003 – 2019): 15 dato relativo.
- Lic. en Comunicación Social: (2016 – 2019) 3 dato relativo.

Como observación y crítica al instrumento es para destacar que sólo 4 especificaron en la entrevista el /los medios e instituciones en los que se desempeñan o desempeñaron. Es decir que la consigna no fue comprendida como se presupuso en las pruebas pilotos. A fin de lograr complementar la información faltante y conocida de manera informal por los vínculos establecidos con los sujetos del estudio, se revisaron sus CV y perfiles en *LinkedIn*. Con esta información se elaboró una primera matriz sólo con 14 casos que permite visualizar las principales referencias a organizaciones y / o medios en comunicación en los cuales se han desempeñado. Es necesario aclarar como nota

metodológica que se consignan los nombres, debido a que se constataron en sitios digitales de acceso abierto.

UNVM	TRAYECTORIA EGRESADA/O	HUELLA
Lic. Ciencias de la Comunicación	Claudia Ceballos	Periodista en semanarios y revistas locales ⁶ “Educomunicación en Contextos de encierro” Docencia
	Díaz, Julieta	Fábrica Militar de Pólvoras y Explosivos Villa María ENINDER
	Bovo, Marcos	Municipalidad de Villa María. Secretario de la Función e Información Pública Docencia
	Analía Margiaría	Área de Comunicación Institucional FUNESIL
	Luis Emanuel Cecchini	Responsable de estrategias de comunicación Biblioteca Municipal y Popular Mariano Moreno Villa María Asesor de Prensa: Municipalidad de Villa María ⁷
	Mariana Corradini	Puntal Docencia UNVM
	Jésica Giordano	Venta a través de redes sociales
	Duarte Rodrigo	Periodismo UNVM Periodismo científico Docencia
	Roggero Franco	Municipalidad VM Revista Hernando
	Marcela Brizuela	Municipalidad de Villa María Municipalidad de Hernando Docencia
	Juan Pablo Freddi	Constructor de comunidades. Speaker y asesor en Marketing Digital, Comunicación, Innovación y Transformación Digital ⁸ .
Lic. en Comunicación Social	Guadalupe Avalue	Educomunicación en organizaciones públicas locales. Villa María Vivo Comunicación institucional IAPC Básicas UNVM
	Virginia Tissera	Educomunicación en organizaciones públicas locales” Usina Cultural – UNVM Docencia
	Orpianesi, Maximiliano	Secretaría Internacionalización Movilidad Estudiantil de la UNVM Comunicación institucional IAPC Básicas UNVM
	Tagliabue, Melisa	Radio Tecnoteca, Villa María Locución ⁹ Docencia

Elaboración propia

⁶ <https://www.eduvim.com.ar/autor/claudia-ceballos>

⁷ <https://ar.linkedin.com/in/luis-emanuel-cecchini-83b01078>

⁸ <https://ar.linkedin.com/in/juanpfredi>

⁹ <https://ar.linkedin.com/in/melisa-tagliabue-03a736168>

En un primer acercamiento se puede visualizar una preponderancia de huellas impresas en organizaciones a partir de proyectos de comunicación o de la gestión de la comunicación institucional. Principalmente entre los primeros egresados se observa el mayor desempeño como periodista en medios tradicionales y menos en medios digitales.

Las huellas que se perciben en la mayoría de los casos de trabajo en comunicación en las organizaciones, implica la implementación de proyecto, funciones o áreas de comunicación profesionalizadas y sistematizadas por primera vez.

Estas huellas de profesionalización de la actividad de egresados de la comunicación trascienden la mera actividad laboral para dotar a las organizaciones y / o medios de nuevas identidades y vínculos con la ciudad y la región. El caso de “Comunicación en contextos de encierro” que se desarrolla desde hace una década en el Establecimiento n° 5 del Servicio Penitenciario, es la materialización de un proyecto de educomunicación que se consolidó en el tiempo. La implementación de la gestión de la comunicación en áreas específicas de la UNVM, en este caso: IAPC Básicas, Usina Cultural, Secretaría de Internacionalización, entre otras, ha permitido dar entidad a la comunicación y su consiguiente necesidad de profesionales para que la lleven a cabo. Un caso, por demás relevante es el FUNESIL, que fuera objeto de estudio para la elaboración del Trabajo Final de Grado, desde hace más de diez años, consolidando el área como una de los ejemplos inexorables a la hora de visibilizar la profesionalización de la comunicación institucional en Villa María.

Consideraciones finales

Abordar la profesionalización de la comunicación en un contexto dado, nos ha puesto a trabajar con las trayectorias de los egresados de las carreras de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Villa María, a partir de las cuales, se intenta visualizar las huellas que hayan dejado o estén imprimiendo a los medios y organizaciones de la ciudad y de la región.

A su vez, estas trayectorias evidencian una compleja trama que implica las identidades profesionales y laborales de la comunicación. Desde sus especificidades a) en la formación con la identidad de la UNVM; b) con las demandas y escenarios laborales y profesionales propios de una ciudad como Villa María y su región. Una de las características de los estudiantes y egresados de la Lic. en Comunicación Social (Plan

2010) es la realización de prácticas pre profesionales que, no sólo permiten la aplicación de conocimientos aprendidos durante la carrera, sino la posibilidad real de establecer vínculos con organizaciones y medios. Complementariamente, el escenario profesional y laboral aporta insumos para la construcción de las complejas identidades en este campo, desde el imperativo del “oficio” sobre la profesionalización, la flexibilización y o precarización laboral, la multiplicidad de roles y funciones a desarrollar, hasta la necesidad de debatir, colegiaciones, cuestiones de género, posibilidades de autogestión, etc.

A su vez, el equipo de investigación dicutió respecto a la posibilidad de institucionalizar “caminos” de profesionalización de la comunicación, a partir de pensar en la noción de “buenas prácticas”, como la cristalización de casos ejemplificadores que den cuenta de acciones programáticas específicamente desde la formación en comunicación. Estos casos, tomados como “modelos” dentro de nuestro territorio, son sometidos a discusión dentro del equipo.

Estas trayectorias profesionales han permitido generar nuevas dinámicas entre actores locales y regionales, desde organizaciones y medios de comunicación. Este accionar profesionalizado de egresados de la UNVM, no sólo ha respondido a demandas del entorno, sino que en varios casos constituyó la semilla de nuevas prácticas comunicantes que modelaron las identidades de organizaciones en el escenario local, lográndose una simbiosis entre una ciudad cada vez más compleja y profesionales universitarios formados para leer, responder y potenciar esa complejidad.

Fuentes

AVENDAÑO, BOVO (2018) “De las prácticas a las “Buenas Practicas”. Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)”. Convocatoria 2018 – 2019. Subsidiado por la Universidad Nacional de Villa María.

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/>

BARRIONUEVO ALMUZARA, Leticia, Et Al. Manual de buenas prácticas en redes sociales III PLAN ESTRATÉGICO REBIUN - 2020 LÍNEA 3 (Noviembre, 2014). Disponible en:

https://www.rebiun.org/sites/default/files/2017-11/IIIPE_Linea3_Manual_Buenaspracticass_redes_sociales_2014.pdf

CARRASCO OÑATE, Celina (2015) Experiencias de buenas prácticas laborales en empresas de la Región Metropolitana. Departamento de Estudios de la Dirección del Trabajo Santiago de Chile, junio. Disponible en: http://www.dt.gob.cl/documentacion/1612/articles-107599_recurso_1.pdf

FUENTES NAVARRO, R. (2008) “El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina. www.dialogosfelafacs.net/.../32-revista-dialogos-la-comunicacion-desde-una-perspecti... Disponible en:

<http://www.dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/32-revista-dialogos-la-comunicacion-desde-una-perspectiva-sociocultural.pdf>

KAPLAN, C. (2006) La inclusión como posibilidad. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. Buenos Aires. Disponible en:

<http://docshare02.docshare.tips/files/26175/261750284.pdf>

LERA, C. (2007) “Trayectorias: un concepto que posibilita pensar y trazar otros caminos en las intervenciones del Trabajo Social” *Revista Cátedra Paralela*. N° 4. Disponible en: http://catedraparalela.com.ar/images/rev_articulos/arti00044f001t1.pdf

MASSONI, S. (2006) *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.

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

REAL ACADEMICA ESPAÑOLA Diccionario on Line disponible como: <http://dle.rae.es/>

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.