

XXI Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo.
Comunicación, Poderes y Saberes. En Homenaje al Dr. Víctor Arancibia. Universidad
Nacional de Salta (UNSa), Salta, 2020.

De las prácticas a las buenas prácticas? Huellas de comunicadores formados en la Universidad Nacional de Villa María.

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

Cita:

Carla Fernanda Avendaño Manelli, Melisa de las Mercedes Tagliabue y Ana Lucía Sola (2020). *De las prácticas a las buenas prácticas? Huellas de comunicadores formados en la Universidad Nacional de Villa María. XXI Congreso de la Red de Carreras de Comunicación Social y Periodismo. Comunicación, Poderes y Saberes. En Homenaje al Dr. Víctor Arancibia. Universidad Nacional de Salta (UNSa), Salta.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/sola.ana.lucia/5>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pSRN/kvD>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

"De las prácticas a las buenas prácticas" Huellas de comunicadores formados en la Universidad Nacional de Villa María"

Eje 2. Comunicación, educación y escenarios profesionales.

*Avendaño Manelli, Carla Fernanda - (Universidad Nacional Villa María) cavendano_manel@yahoo.com.ar.
Tagliabue, Melisa de las Mercedes - (Universidad Nacional Villa María) meli.tagliabue@gmail.com.
Sola, Ana Lucía - (Universidad Nacional Villa María) analuciasola@gmail.com.*

Resumen

El presente trabajo se enmarca en la investigación: "De las prácticas a las "Buenas Prácticas". 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. 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.

Introducción

El trabajo intenta cristalizar parte del proceso de la investigación titulada: "De las prácticas a las "Buenas Prácticas". Trayectorias de profesionalización de Comunicación en organizaciones de Villa María y Región (2001 – 2018)" (UNVM, 2018 – 2019). Partiendo 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?", emergen otros interrogantes que dan lugar al planteo de objetivos específicos: ¿Qué perfil prevén las carreras de comunicación de la UNVM para el comunicador institucional? ¿Cómo se delinear 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 “huellas¹” es decir como implementación de procesos, áreas, programas, funciones de comunicación y / periodismo en organizaciones y medios de Villa María y de la Región.

Aproximación a conceptos sensibles: identidad profesional /laboral, Trayectoria, buenas prácticas, huellas

En primer lugar, el concepto de identidad profesional se aborda en primera instancia a partir de los aportes de Muriel Amezcua (2012; 2015) que parte de proponer que: “cuando pueda parecer que el desarrollo de la identidad es un proceso visualizado por su relación con la

¹ Entendiendo por “huella”, el rastro, seña, vestigio que deja alguien o algo” y la “impresión profunda y duradera” (RAE, 2018)

ubicación de la profesión dentro de la sociedad”, definida por una posición dada, de carácter estático:

(...), 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)

En el caso específico del campo de la comunicación, tal dificultad analítica se problematiza debido a que:

[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).

Esta vastedad de contenidos, enfoques, dimensiones, denominaciones, recortes, 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.

Esto puede comenzar a percibirse, como parte del primer acercamiento del equipo de investigación a la oferta formativa en comunicación en la provincia de las propuestas de formación, 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.

Es evidente la diferencia entre saberes instrumentales (que existen en todas las carreras, propios de la formación para la adquisición de habilidades y destrezas) de las carreras más jóvenes en relación a las que tienen más de veinte años de creadas.

A su vez, las tramas curriculares complementan conocimientos de varias disciplinas de las Ciencias Sociales con cuerpos teóricos propios (Teorías de la Comunicación) y con las materias que se desarrollan desde el lenguaje gráfico, pasando por el radiofónico, audiovisual, digital, multimedial, transmedial. Casi como una pirámide cuya base en la escritura y se va complejizando a través de la oralidad, la imagen, el movimiento y las síntesis más creativas y aleatorias de todos ellos.

En esta mirada el comunicador como producto de una formación lineal, entraría en crisis con la realidad de hoy: “los avatares se irán produciendo al tiempo que nos producimos a nosotros mismos como humanos, científicos y profesionales de la comunicación, sin demarcaciones inoportunas. (Massoni, 2016.)

Seguidamente, 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 quere 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).

En tercer lugar, el concepto de “Buenas Prácticas”, no está exento de múltiples discusiones: 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. Las “buenas o mejores prácticas”², estandarizadas a través del *benchmarking*, 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, permiten distinguir 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 desde la perspectiva (...) y que se sostiene en el tiempo.

² La indagación exploratoria de esta noción nos arrojó decenas de sitios web, desde los que rescatamos la Comunidad de Prácticas en APS Nodo Chile.

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

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 los ámbitos clínicos, de la gestión, satisfacción usuaria u otros, experiencia que pueden servir de modelo para otras organizaciones.

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.

En virtud de ello, se presenta como necesario 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 prácticas, la marca que ha logrado imprimir en una organización determinada espacio – temporalmente, materializada en procesos, modos, formatos, procedimientos, etc.

Reconstruyendo trayectorias I: la decisión

A los estudiantes que durante 2016 - 2019 cursan el espacio Curricular Taller de Apoyo para la Elaboración del Trabajo Final de Grado en la Licenciatura en Comunicación Social (plan 2010) y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Plan 2001) de la Universidad Nacional de Villa María, se les solicita una primera actividad de reflexión acerca de su trayectoria como estudiante. La primera pregunta es: “¿Recordás por qué elegiste estudiar comunicación?”

En virtud de las respuestas se pueden observar tres grandes categorías que configuraron las motivaciones iniciales, según la resignificación y la memoria cinco años más tarde.

- a. La primera categoría que emerge es la que se vincula a el gusto o la predilección desde la familia, la escuela o el entorno inmediato por los medios:

Familia y entorno inmediato:

“Decidí estudiar Comunicación Social ya que estuve toda mi vida rodeada de medios, noticias, y el ambiente me fue llevando a tomar esta decisión. Hoy estoy satisfecha de haberla elegido.” (Ana Paula, 23)

“Desde mi infancia me interesó la lectura y la escritura, después siendo adolescente conocí un estudio de radio y sentí que quería trabajar en ese lugar. Soy producto de una época donde la vida diaria todavía estaba muy influida por la radio y me imaginaba siendo protagonista en ese ámbito. (Sandra, 45)

La importancia del “me gusta” como factor decisorial:

“Pensé en ese momento en las cosas que me gustaban: leer, escribir, expresarme, lo no rutinario. Alguien me dijo que, por mi forma de ser, me veía como periodista y desde ese momento quedé más que convencida. Siempre quise hacer radio (he hecho solo en algunas prácticas), y desde chica me encanta todo lo relacionado a lo policial. Todo ese conjunto hizo que me decidiera por esta profesión.” (Mayra R, 28)

“... siempre me llamó la atención el periodismo. Uno cuando crece vive continuamente en contacto con los medios de comunicación, ya sea radio, gráfica o audiovisual. Ese contacto fue lo que generó mi interés por el oficio de periodista....” (Exequiel, 23)

“Desde chico me seducía lo relacionado a medios y periodistas. Veía a la carrera como posibilidad de relación con un montón de temas. Claro que me interesaba el periodismo, mayormente el deportivo. “(Bruno, 29)

“Elegí periodismo antes que comunicación, porque me gustaba mucho el periodismo deportivo. Al ingresar a la carrera descubrí un mundo nuevo y mucho más amplio, y por eso continué luego de la tecnicatura. (María Evangelina, 24)

“... Fue muy rápido. Me atraparón los medios de comunicación” (Osvaldo 52)

La influencia de la formación de nivel medio:

“Porque ya había tenido un acercamiento a la carrera en mi formación de nivel medio y sentí que era lo que más se ajustaba a mis intereses” (Maximiliano, 24)

“Desde que ingresé a la secundaria noté que mi futuro debía estar vinculado al periodismo, al periodismo deportivo. Era y es una gran pasión, algo que me demanda mucho tiempo de mi vida. (Leandro, 24)

“Elegí la carrera, a raíz del resultado de un curso vocacional...” (Camila, 23)

“Cuando estaba en el secundario una profesora intentó que estudiara una carrera como esta en lugar de abogacía... “ (Ivana, 23)

La experiencia laboral previa:

“... porque siempre me llamó la atención el área, e ingresé a trabajar a un lugar vinculado a la misma, por lo que me alentó más a comenzar.” (Agustina Micaela, 24)

- b. La segunda categoría que surge con fuerza es la posibilidad del estudio en la misma ciudad o en la región de pertenencia, dada la imposibilidad de traslado o de vivir en otra localidad:

“En el año 2012, estaba entre dos posibilidades: Abogacía (en UCES de San Francisco) o Licenciatura en Comunicación Social (en UCES de Rafaela)... A fin de año, en diciembre, me entero que había abierto la Licenciatura en Comunicación Social en San Francisco (UNVM - CUSF), así fue como me quedé aquí y en 2013 comencé la Licenciatura en Comunicación Social. (Florencia Belén, 23)

“Cuando estaba en el secundario una profesora intentó que estudiara una carrera como esta en lugar de abogacía, pero independientemente de su consejo tuve que elegir la otra porque no podía ir a estudiar a otro lugar. No pensé que un día comunicación pudiera llegar a dictarse en la ciudad y en 2012 cuando se anunció a final de año me anoté en seguida y entré en 2013.” (Ivana, 23)

“Al no haber una oferta académica orientada hacia ella cuando terminé el secundario, me incliné por Contador Público pero desistí al poco tiempo ya que no era lo que me gustaba ni tampoco era algo con lo cual tenía facilidad de aprendizaje, fundamentalmente con aquello relacionado a las matemáticas. Al poco tiempo se abrió el CUSF y no dudé en dedicarme al estudio de la comunicación.” (Franco D., 23)

“En su momento, como partí a Rafaela, me asesoré con dos periodistas locales que me recomendaron estudiar algo más general como lo era la Lic. en Comunicación Social, (...) Desde allí, y con la apertura de la carrera en el CUSF (...) “ (Leandro, 24)

- c. Una tercera categoría emergente, se orienta a proyecciones personales, búsquedas, expectativas, continuidades:

“Entré a la carrera por casualidad, no sabía que estudiar. Recuerdo que el primer año lo termine con incertidumbres. Ya en el segundo año de cursado, entendí que nada es por casualidad y que realmente era lo que quería hacer.” (Melisa, 23)

“Porque estudié Periodismo Deportivo y comencé a trabajar en algunos medios de comunicación de la ciudad. El trabajo periodístico me llevó a otras secciones de esta profesión, por lo entendí que era inminente continuar con mi capacitación.” (Franco C., 28)

“En un principio decidí estudiar comunicación social porque lo veía como una carrera donde iba a poder desarrollar ciertos conocimientos a los que yo ya me inclinaba: las relaciones interpersonales, el diseño gráfico, la fotografía, el compromiso hacia diferentes problemáticas sociales.” (Ailin, 23)

Como proceso de reflexión y de resignificación en la misma actividad del Taller de Apoyo para la elaboración del Trabajo Final de Grado intenta abordar las ideas *a priori* de la profesión y de su campo de ejercicio, solicitando que respondan de manera abierta: “¿Cómo pensabas que iba a ser la profesión?”.

Valoraciones

Una profesión inquieta, en la que el más audaz llega más lejos. (Ana Paula, 23)

Menos flexibilizada de seguro, sumamente interesante con variedad de ámbitos y con cierto rol protagónico en la vida comunitaria. (Sandra, 45)

Más acotada, respecto de la salida laboral. Cuando ingrese no sabía de qué trataba la comunicación institucional. Imaginé estar habilitada solo para ejercer el periodismo radial, gráfico o televisivo. (María Evangelina, 24)

Me imagine una profesión que implicara estar siempre en contacto con muchas personas. (Maximiliano, 24)

La profesión al ser una carrera amplia, estaba segura que me iba a poder permitir trabajar no solo en medios de comunicación, sino también, en empresas privadas, en la docencia, me iba a dar herramientas para desarrollar investigaciones, etc. (Ailin, 23)

Siempre creí que se trataría de una profesión que te lleva a vivir pendiente de la actualidad, con un ritmo dinámico, con algo de adrenalina. Creo que fueron esos aspectos fantásticos que también me llevaron a entusiasarme por la profesión. (Mayra R, 28)

Como advertí anteriormente, la carrera fue una sorpresa para mí. Desde el inicio no imaginaba como me desarrollaría como profesional. Hoy descubrí un campo muy amplio donde desenvolverme como comunicadora. (Melisa, 23)

En un primer momento, me costaba entender el sentido amplio que tenía la comunicación y me imaginaba al periodismo como la más posible salida laboral. (Florencia Belén, 23)

Grado de conocimiento:

Desconocía totalmente. Ni pensaba en un trabajo al comenzar la carrera, pero la primera idea fue siempre la de periodismo. (Bruno, 29)

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)

Reconstruyendo trayectorias II: La institución y el trayecto formativo

La Universidad Nacional de Villa María (UNVM) creada por el Congreso de la Nación durante 1996, cuenta en 2019 con 28 carreras, agrupadas, no por facultades, sino por Institutos⁴. 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

⁴ <http://www.unvm.edu.ar/>

Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales⁵ (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 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.

Y 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.

⁵ 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.

En virtud de tales propósitos, el título de Licenciado en Comunicación Social (2010) 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 un aspecto a destacar, la noción de "Trabajador Académico", presente en el Proyecto Institucional de la UNVM, escrito en 1996, 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.

Asimismo, el taller se orienta en dos direcciones: a) desde el medio / organización hacia el estudiante, en el sentido de generar las condiciones reales de la labor profesional, en lo que podría visualizarse como un proceso de inducción de recursos humanos; b) desde el estudiante, a partir de “nuevos aires” que inyectan a las rutinas de producción. Como consecuencia, no sólo se forman de manera práctica los estudiantes, sino se vinculan de hecho, dejando su huella.

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)

Reconstruyendo trayectorias III: El escenario profesional desde los ojos de los mismos profesionales

Otro aspecto a relevar durante el quinto año de las carreras de la UNVM ha sido la percepción acerca de los escenarios de inserción profesional, a través del siguiente interrogante: “¿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 elaboración de su trabajo final de grado 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 unas 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 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 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)

“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)

“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)

Plasmando Huellas a partir de las trayectorias en espacios profesionales

Desde 2001 que la UNVM cuenta con una formación de licenciatura en Ciencias de la Comunicación, que hasta abril de 2019 un presenta un total de 44 egresados. Por parte, la Licenciatura en Comunicación Social, (Plan 2010), cuenta hasta la misma fecha con aproximadamente 60 técnicos y 16 licenciandos⁶.

Egresados por Carrera	Cantidad	Periodo	Mujeres	Hombres
Lic. en Ciencias de la Comunicación Plan 2001	44	2003 - 2019	28	16
Lic. en Comunicación Social Plan 2010	16 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 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 2018 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 acerca de su accionar profesional”: 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

⁶ Edades: Lic. en Ciencias de la Comunicación (Plan 2001) personas entre 27 y 47 años. Lic. en Comunicación Social (Plan 2010) personas entre 24 y 30 años.

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 ⁷ “Educomunicación en Contextos de encierro” Docencia
	Diaz, 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 ⁸
	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 ⁹ .	
Lic. en	Guadalupe	Educomunicación en organizaciones públicas

⁷ <https://www.eduvim.com.ar/autor/claudia-ceballos>

⁸ <https://ar.linkedin.com/in/luis-emanuel-cecchini-83b01078>

⁹ <https://ar.linkedin.com/in/juanpfreddi>

Comunicación Social	Avalle	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 ¹⁰ Docencia

Elaboración propia

Las “Buenas prácticas” como huellas

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 nº 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: Trayectorias, Buenas Prácticas y huellas.

¹⁰ <https://ar.linkedin.com/in/melisa-tagliabue-03a736168>

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 debatió respecto a la posibilidad de institucionalizar “camino” 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.

Las “buenas prácticas”, devenidas de los quehaceres profesionales desarrollados en las trayectorias de los comunicadores egresados de la UNVM, han impreso en la historia de organizaciones y medios de comunicación marcas en su identidad, que a su vez ha permitido resignificar su rol en el ecosistema comunicacional de la ciudad y de la región.

La motivación, vista postfacto, es resignificada por la memoria y por la trayectoria institucionalizada. Sin embargo, es importante el ejercicio de retrotraer a la decisión inicial que posibilitó el encuentro entre: a) experiencias de nivel medio, orientaciones vocacionales, vivencias familiares y del entorno inmediato, referentes mediáticos, y el “Me gusta” de un conjunto de acciones que se presuponen vinculadas a los: “podría ser” la profesión del comunicador y / o del periodista; con b) una secuencia de materias, profesores, conocimientos y situaciones de examen que presuponen constituir el cuerpo del “saber profesional” como promesa.

El esqueleto de la carrera, el plan de estudio, se va materializando a medida que se desarrolla el cursado, orientado por un conjunto de propósitos que deberían nutrir el perfil profesional que se espera lograr con el egresado. En el caso de la UNVM la primera carrera de Comunicación que data de 2001, consiste en un tramo de complementación curricular que exige una titulación previa de Técnico en Comunicación Social u otra análoga. Por lo tanto, sus objetivos se acotan a saberes que se orientan principalmente a la producción académica, análisis, planificación, formulación de políticas de comunicación y cultura. Diez años más tarde se implementa la licenciatura en Comunicación Social, carrera de desarrollo completo en la UNVM, cuyos objetivos son más complejos y actualizados, agregando dimensiones tales como: idoneidad, sentido ético, gestión de procesos, interpretación, condiciones tecnológicas, producción y difusión de información para distintos espacios sociales, políticos, culturales e institucionales, investigación planificación de políticas, aportes teóricos, integración de teoría y práctica asesoramiento.

La percepción de los estudiantes, casi al egreso de la carrera, sobre el entorno /mercado profesional – laboral en las localidades y regiones de pertenencia se expande entre dos extremos: por una parte, una visión venturosa de un campo profesional en crecimiento con posibilidades de inserción para todos. Por otra, la perspectiva más negativa visualiza un campo difícil de ingresar, precarizado, informal, repleto de personas no formadas, entre otros aspectos.

Las identidades profesionales – laborales del campo de la comunicación en contextos locales regionales de Córdoba se debaten entre algunas dicotomías tales como: profesionalización /oficio; periodismo / comunicación institucional; diversificación / especialización; autogestión / precarización laboral; digital / analógico; innovación / reproducción; medio/fin.

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/>

AVENDAÑO, CEBALLOS, ROMERO. (2018) Cárcel y comunicación: reflexiones de una experiencia. Villa María. El Mensú Ediciones.

AVENDAÑO, COSER. (2016) “Identidades profesionales en el campo de la Comunicación Social. Formación institucionalizada y la realidad laboral /profesional en ciudades de la provincia de Córdoba. Instituto de Investigación UNVM. 2016 – 2017. Subsidiado por la Universidad Nacional de Villa María.

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/IIPE_Linea3_Manual_Buenaspracticasy 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/articulos-107599_recurso_1.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*. Nº 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.

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.