

XII Congreso de Administración del Centro de la República. VIII Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. IX Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. IAPCS - Universidad Nacional de Villa María, Villa María, 2023.

# Comunicación y Economía: un camino para diálogos disciplinares.

Paula Andrea Navarro y Mariana Carola Corradini.

Cita:

Paula Andrea Navarro y Mariana Carola Corradini (2023). *Comunicación y Economía: un camino para diálogos disciplinares*. XII Congreso de Administración del Centro de la República. VIII Congreso de Ciencias Económicas del Centro de la República. IX Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. IAPCS - Universidad Nacional de Villa María, Villa María.

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/xii.congreso.de.administracion.del.centro.de.la.republica.viii.congreso.de.ciencias.economicas.del/93>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eruA/uGx>



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>.

Título: Comunicación y Economía: un camino para diálogos disciplinares

Autores: Paula Navarro ([pnavarro@unvm.edu.ar](mailto:pnavarro@unvm.edu.ar)) y Mariana Corradini ([mcorradini@unvm.edu.ar](mailto:mcorradini@unvm.edu.ar))

Eje temático: 9 Educación en las Ciencias Económicas

Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales – Universidad Nacional de Villa María

PALABRAS CLAVES: DIALOGOS DISCIPLINARES – PERIODISMO - ECONOMIA

### **Ponencia:**

#### **I. El contexto**

Pocas disciplinas resultaron tan impactadas por las transformaciones tecnológicas como la comunicación. Transformaciones tecnológicas que generaron cambios en el trabajo del/de la periodista/comunicador/a, en las formas en que se consumen las noticias, en los mecanismos de participación de las audiencias y también en la circulación de los contenidos.

Un cimbronazo casi sin precedentes no solo por lo que significa, sino también por la velocidad en que se dio y se sigue dando, en lo que fue/es un vertiginoso camino del papel a la pantalla, del grabador a pilas al celular. Cambios que afectaron a los grandes medios de comunicación pero que se sienten aún más fuertemente en los medios de proximidad (Corradini, 2020),

Con ese contexto, este trabajo avanza en una reflexión, genera una propuesta y cuenta una experiencia desde el campo disciplinar de la comunicación en general, pero se detiene en el del periodismo en particular, concretamente en su campo laboral, para proponer diálogos disciplinares múltiples específicamente con las Ciencias Económicas.

Una instancia virtuosa y de doble vía posible para aportes mutuos, pero que se detiene en una instancia en particular para referirse específicamente a las herramientas que desde la Economía y la Administración pueden prestarse a la Comunicación.

#### **II. Oficio/profesión**

El periodismo nació como oficio y aún hoy la disputa sigue siendo si es oficio o profesión. Encuentra su marco regulatorio en el Estatuto del Periodista Profesional. La historia cuenta que por el Decreto 7.618 del año 1944 se dictó el Estatuto del Periodista Profesional y que luego, en diciembre de 1946, el Congreso de la Nación ratificó por la Ley 12.908 al referido Decreto.

Nace no sólo como oficio, sino más concretamente como oficio en relación de dependencia. Por entonces nadie imagino los vaivenes posteriores, ni muchos menos los nuevos contextos que reflejan en la actualidad la imposibilidad de pensarlo sólo en esa clave. Por eso la necesidad del diálogo interdisciplinar.

Es que los escenarios laborales que se abren para esta profesión evidencian que a esta altura resulta fundamental para periodistas y comunicadores el desarrollo de competencias ligadas a la autogestión y el emprendedurismo. Con el avance de las nuevas tecnologías y los cambios en el mundo del trabajo, el espacio del profesional de la comunicación se reconfigura de manera constante y obliga a quienes vayan a desempeñarse en ese ámbito la adquisición de nuevas herramientas.

Y es ahí donde es mucho lo que la Economía y en particular la Administración pueden aportar. Y consideramos que esto debe quedar plasmado en los planes de estudio de carreras vinculadas con la Comunicación y el Periodismo, camino que ya comenzamos a desandar en la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Villa María. Por ahora desde el diseño que permiten los espacios curriculares electivos, pero con la intención de que haya una incorporación permanente a la currícula troncal de la carrera.

Esto sin desconocer la relevancia del marco regulatorio protectorio del Estatuto, sin dejar de visibilizar la necesidad de jerarquización de la tarea del/de la periodista, sin desconocer la creciente y preocupante precarización de las y los trabajadores de prensa ni las dificultades que enfrentan por retribuciones no acordes con la tarea que ejecutan, pero atendiendo los pedidos de egresados y egresados y también de quienes se están formando en este campo disciplinar. Demandas que surgen con reiteración en los distintos grupos focales realizados en el marco de actividades desarrolladas para la reforma del plan de estudios.

Podemos elegir no dar respuestas. O podemos elegir buscar alternativas.

Tal como sostiene Miguel Rodríguez Villafañe (2022):

*“El periodismo profesional cumple una función de interés social, un servicio fundamental a todas las personas en particular y a la sociedad en general y en ello, en su nombre, ejerce una representación implícita del derecho a investigar, recibir y difundir información”.*

Es una tarea que tiene directa vinculación con la libertad de expresión y el fortalecimiento de la democracia.

### **III. Permanencias en la praxis**

La Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Villa María (aprobado por Resolución de Consejo Superior N° 110/2010) permite la titulación intermedia como Técnico Universitario en Periodismo, es este oficio-profesión uno de los tantos que están en constante tensión con los emergentes cambios de las lógicas del trabajo, y aún más del trabajo asalariado del siglo XXI.

La labor de periodista no es otra que la de informar, una labor, desde luego, compleja y arriesgada, tal como señala Kapúscinski (2005) ante dos realidades existentes: la física, la acontecida y, por otro lado, la realidad representada. Por otra parte, sostiene que el ejercicio del periodismo está hecho de “constante estrés, de nerviosismo, de inseguridad y riesgo, y en la que se trabaja día y noche. Por tanto, en la que se envejece pronto y pronto se sale de escena” (Kapúscinski 2005, p. 54).

Ignacio Ramonet señala:

*“De ahí el interrogante que surge en relación con la identidad del periodismo y la validez de la información. (...) Si ahora cualquiera puede ser periodista, ¿Qué es entonces un periodista? ¿En qué consiste su especificidad?” (Ramonet 2011, p. 18)*

Lo que está en crisis no es el periodista es más en contraparte a lo planteado por Ramonet el periodista actualmente tiene una función trascendente en cuanto a la contextualización de los hechos (causas) y la posibilidad de plantear posibles búsquedas de respuestas (consecuencias) por lo que el periodista no está en crisis, sino el modelo de negocio del periodismo está en crisis bajo la lógica del capitalismo.

Resulta ineludible interrogarse sobre la práctica de esta profesión -que se gestó como bohemia, trasnochada e intelectual- sostener y aplicar los valores fundantes del

periodismo: indagación permanente; búsqueda de la verdad; respeto a los derechos y a la diversidad de criterios; placer por la buena expresión; valoración por la justicia social y el trabajo diario para una sociedad equilibrada, justa y pacífica. Además de amor por la aventura; honestidad intelectual; modestia y una abundante dosis de sensibilidad social.

Permanecen inalterables el criterio particular y el “olfato” para identificar y ordenar contenidos, la capacidad crítica y creativa, el respeto de valores éticos, la capacidad de escucha para trabajar en equipo -cualidades que siempre estuvieron presentes- y a las que se suman: adaptación a los permanentes cambios, flexibilidad y movilidad de roles y multivalencia mediática, tecnológica y temática. Ya en la segunda década del siglo XXI deben poner en juego, diariamente, en sus tareas, una capacidad intelectual intensamente cultivada, pero que también sea adaptable a las variaciones tecnológicas, además de una agudeza constante de su imaginación, y la continua y consecuente iniciativa, todo esto, anclado en el sentido común que les otorga su intuición y perspicacia de génesis (Navarro Paula 2021, p. 201-202)

#### **IV. Emergencias tecnológicas**

Los desarrollos tecnológicos y la masificación de las comunicaciones están generando una transformación crucial en la formación de esta disciplina. A su vez, existe una fuerte sinergia entre los componentes de la industria y con sectores externos a ella. Como consecuencia, hay una demanda de profesionales cada vez más capacitados en la gestión y la generación de valor para las empresas en las que se desempeñen o para emprendimientos propios.

El profesional de la comunicación debe estar capacitado para elaborar y evaluar productos y proyectos de inversión para contenidos multimedia, dirigir equipos de producción, conocer los alcances técnicos y los procedimientos de producción, edición y postproducción, elaborar políticas de comercialización y analizar las nuevas tendencias y formatos.

La generación de un desarrollo periodístico o comunicativo autogestionado requiere el manejo de todos los procesos necesarios para concretar el producto desde el punto de vista del contenido y el formato, pero también desde la gestión. Y este último aspecto, si bien muchas veces se soslaya, es esencial para ponerlo en marcha y sostenerlo en el tiempo.

En ese marco se gestó “Gestión Emprendedora para el Profesional de la Comunicación”, Espacio Curricular Electivo del Segundo Tramo del Ciclo Transversal de Formación Común (al momento de su creación se denominó Espacio Curricular Optativo de profundización). El dictado está a cargo del Esp. Pablo Correa y de la Magister Paula Navarro.

Este EC pretende aportar a los estudiantes herramientas que sirvan para indagar sobre necesidades locales y regionales de comunicación, como así también para desarrollar y gestionar un emprendimiento periodístico y de comunicación de manera integral. Se parte de la idea, se analiza el modelo de negocio, la detección de la forma jurídica más apropiada y la formulación del proyecto en toda su complejidad.

Se trata de un espacio que se verifica en el hacer, pero ese hacer tiene que estar precedido por el conocimiento teórico – práctico. Por eso, además del aporte bibliográfico, se propone la participación de referentes de emprendimientos periodísticos y comunicativos exitosos, como así también de especialistas en las temáticas tratadas (emprendedorismo, cooperativismo, profesionales de las Ciencias Económicas), quienes brindan información útil para determinar la mejor opción para llevar a cabo un proyecto en función de la envergadura y escala deseada.

La convergencia y los paradigmas tecnológicos interpelan la praxis de esta profesión en cuanto convergencia tecnológica, cultural y empresarial. Puntualmente requiere formación en nuevos productos tales como narrativas transmedia: storytelling; tecnologías disruptivas en comunicación y entretenimiento: gamificación; big data en producción y gestión de productos culturales; nuevas formas de publicidad digital.

En cuanto a la dirección estratégica y de recursos se propone el análisis del entorno; niveles de estrategia; análisis del contexto (preferencia, prospectiva, predicción, análisis de escenarios).

En materia de gerenciamiento de proyectos se plantea la ideación y definición de proyecto, su ciclo de vida y la triple restricción; gestión de alcance; gestión del plazo. Se realiza un trabajo de investigación en cuanto a gestión de los costos, la técnica de valor ganado. El proyecto como producto a vender y el proceso de venta de proyectos; técnicas de presentaciones y exposiciones (Pitching); gestión de riesgos; identificación, análisis y planificación de la respuesta.

Desde este espacio curricular se acompaña la formación de profesionales de calidad en Comunicación Social que reconozcan el sentido de responsabilidad social, que sean creativos y que puedan solucionar los problemas a los que se enfrentan con una visión sólida y equilibrada por el respeto a los valores nacionales y manteniendo un compromiso con el desarrollo cultural local, regional y nacional.

La formación de la Universidad Nacional de Villa María es un componente dinámico de la sociedad que aporta conciencia crítica, conocimiento, formación profesional y cultura a todos los sectores sociales promoviendo el espíritu de servicio y la igualdad de oportunidades.

Finalmente es necesario resaltar que muchos de los proyectos presentados en este espacio curricular electivo como Trabajos Finales han sido luego puestos en marcha como parte de su carrera laboral y de proyecto de vida, sólo mencionamos algunos de estos emprendimientos:

.COM Consultora Integral, Magna TV Streaming, Juntos en la mañana formato radiofónico en FM Radio Villa Nueva 102.5, contenidos sobre automovilismo en Mariano Informa, MF Diseño Comunicación (community manager), Isaurral Videoeditor, Influencers, entre otros.

## **V. A manera de cierre**

Diálogos disciplinares virtuosos, creativos, con capacidad de potenciar profesionalmente a nuestros/as estudiantes, egresadas y egresados. De acompañar su proceso de construcción como tales desde el pensamiento crítico y también desde el manejo de las herramientas necesarias para su desarrollo en el campo laboral, en el que se tienen en cuenta las nuevas formas de comunicación, la autogestión y la posibilidad de gestar un modelo de negocios sostenible en el tiempo.

Como dijimos, consideramos que este diálogo interdisciplinar debe quedar plasmado en los planes de estudio de carreras vinculadas con la Comunicación y el Periodismo, entre ellas la nuestra, en un camino que ya empezamos a desandar y que consideramos necesario profundizar y consolidar.

## Citas bibliográficas

-Corradini, Mariana (2020) *Economía vs. salud, en contextos de Covid. Un estudio de tapa*. 5to Congreso de Ciencias Económicas. 9no Congreso de Administración. 6to Encuentro Internacional de Administración del Centro de la República. Universidad Nacional de Villa María. Disponible en [http://biblio.unvm.edu.ar/opac\\_css/doc\\_num\\_data.php?explnum\\_id=2989](http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/doc_num_data.php?explnum_id=2989)

-Kapúscinski, Ryszard (2005). *Los cínicos no sirven para este oficio*. Madrid, España: Anagrama.

-Navarro, P (2021). *Mujeres periodistas: praxis y tensiones en Nuestra América*. Universidad Nacional de Villa María [http://biblio.unvm.edu.ar/opac\\_css/index.php?lvl=notice\\_display&id=41563](http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/index.php?lvl=notice_display&id=41563)

-Ramonet, Ignacio (2011). *La explosión del periodismo Capital Intelectual: Internet pone en jaque a los medios tradicionales*. (Le Monde Diplomatique, 56). Buenos Aires, Argentina: Capital Intelectual.

-Rodríguez Villafañe, Miguel (2022) *Defender integralmente la función social del periodismo*. Disponible en [https://www.cba24n.com.ar/opinion/defender-integralmente-la-funcion-social-del-periodismo\\_a629e0f8417e33069d615bfb8](https://www.cba24n.com.ar/opinion/defender-integralmente-la-funcion-social-del-periodismo_a629e0f8417e33069d615bfb8). Recuperado el 22 de junio de 2023