

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Y UNIVERSIDAD

*Leticia Berger, Mónica Coca, Alberto Goya,
Marcela González y Silvia Sepúlveda
Universidad Nacional de San Juan (Argentina)*
silsepulveda@yahoo.com.ar*

El equipo de investigación del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales, se aboca a explorar, analizar y describir cuantitativa y cualitativamente el universo de la COMUNICACIÓN desde sus diversos actores:

- La Academia: currícula; formación profesional; recursos humanos y técnicos.

- Los Alumnos y Egresados: valoraciones y percepciones respecto de su formación; sus expectativas y desempeño profesional.

- Los Mercados Laborales: demanda; absorción; apreciación de la formación académica en las prácticas laborales, campos asignados para el desempeño de este profesional.

Se describen comportamientos de las relaciones existentes entre la formación recibida, el desempeño profesional, la demanda laboral y los imaginarios, desde el "adentro" y el "afuera" de cada uno de los estratos que conforman el mundo de la Comunicación en San Juan, permitiendo establecer en esta primera etapa un conjunto de campos de aplicación profesional para los egresados de la carrera de Comunicación Social. El enfoque desde la perspectiva de la Comunicación y la Sociología de las Profesiones brinda una visión no unívoca, ni inmutable de la relación existente entre la formación universitaria y el ejercicio profesional.

Esta investigación pretende brindar información de utilidad para quienes asumen la tarea del desarrollo curricular de esta Carrera, a modo de brecha para el análisis entre la conexión de la formación universitaria, el ejercicio profesional de los egresados de las instituciones que la imparten y el mundo laboral que los incluye.

Algunas referencias desde el discurso académico y de las empresas resaltan la importancia de la sociedad del conocimiento en el marco de la nueva tendencia de las economías competitivas y globalizadas. En Argentina, y más acentuadamente en San Juan, esos argumentos se enfrentan a las contradicciones propias y lógicas de un proceso de modernización en ciertas actividades productivas, pero que en términos cuantitativos no significan altos volúmenes de empleo.

La importancia de la educación superior en la formación de recursos humanos es una temática recurrente en el discurso político-educativo, en el de los empresarios y también en los estudios e investigaciones. En Argentina tienen más un carácter adaptativo, que de generadores de innovaciones genuinas, que declaman el propósito de acompañar la creciente y cambiante demanda de los mercados laborales, hoy tan complejos y competitivos.

Trabajos de Martínez Nogueira y de María Etchart resumen las demandas del sector empresario y las falencias en la formación universitaria para tales demandas, respectivamente.

A modo de reflexión creemos que el ensamble entre Academia y Medio, en lo relativo al comunicador social, debería reformular las discusiones sobre: 1) ver cómo abrir la currícula

universitaria a los múltiples mercados laborales incluyendo opciones en los trayectos curriculares; 2) intensificar la relación teoría – práctica en la universidad como marca de análisis de la potencialidad pedagógica; 3) realizar análisis de las experiencias innovadoras en cátedras; en relación al tratamiento teórico – práctico y a la integración de la práctica en el medio (pasantías).

Algunas apreciaciones de la investigación

Compartimos ahora algunas apreciaciones del trabajo de campo que servirán para marcar lineamientos en conclusiones finales. Hemos pretendido enfocar desde una perspectiva socio-interpretativa y fenomenológica el mundo comunicacional, analizando y describiendo a los actores involucrados en sus quehaceres, prácticas, saberes, desempeños, percepciones. Los criterios valorativos intra y extra grupo o inter y trans-subjetivos formarán parte de las descripciones realizadas respecto del comportamiento y expectativas de alumnos, egresados, docentes: la academia tanto como las percepciones y apreciaciones del mundo laboral, relativas, al desempeño profesional del Comunicador Social, su inserción y sus demandas.

La importancia del trabajo consiste, a nuestro criterio, en habernos acercado a los grupos protagonistas, que habiendo dejado los claustros universitarios, cuentan sus experiencias, gratificaciones y frustraciones en relación con su profesión.

Hasta ahora se hablaba de los egresados si se quiere de un modo especulativo, pero con la utilización de técnicas como relevamiento de datos estadísticos, entrevistas focalizadas, rastreo bibliográfico y documental respecto del origen y cambios curriculares de la carrera, permitieron traspasar lo particularmente empírico y recoger el sentido cualitativo, real del discurso de la situación de los egresados.

La autocrítica, reflexiones, opiniones y/o sugerencias de los docentes expresadas a través de entrevistas en profundidad, enriqueció el trabajo desde la perspectiva de los formadores de los profesionales en Comunicación.

Desde la óptica del mundo laboral: el afuera, no sólo se observó, analizó e interpretó lo manifiesto, lo expresado, sino que se accedió a la realidad en esta esfera tal como es en nuestra provincia, plasmándose diferencias interesantes entre el discurso, “lo que se dice que se hace”, con lo que verdaderamente conforma la misma. Se logró no solamente la descripción situacional del objeto de estudio, sino que pudo explicarse y entender aquellos aspectos que en el plano superficial resultan inteligibles. La utilización de un material empírico vasto y diversificado permitió comprender determinadas dimensiones que a modo de sustrato actúan en la formación y reproducción de los imaginarios que circulan, interactuando, entre los actores involucrados llámese ingresantes, alumnos, egresados, mundo académico y mundo laboral.

Confrontando las percepciones, expectativas, inserción y demanda de los grupos estudiados a modo de conclusiones se observa que:

- Las características del mercado profesional y campos laborales en comunicación en la provincia reflejan, por un lado, una visión acotada del Comunicador Social al rol periodístico; y por otro, una falta de especificidad en el conocimiento de sus incumbencias.

- El 90% de egresados y 50% de cuasi-egresados (con título intermedio) y alumnos en distintos estadios de la carrera, se encuentran insertos en el mercado laboral relativo a lo comunicacional en San Juan.

- La demanda y ocupación de espacios laborales en Comunicación se distribuye:

a- En el sector privado, fundamentalmente medios de comunicación, donde la casi totalidad de los egresados se encuentran insertos con estabilidad laboral y relativa gratificación (condicionados a la crisis económica actual) aunque a su vez existe numéricamente un predominio de cuasi-graduados y alumnos también allí insertos.

b- En el sector público estatal existe una mayor inserción relativa de los egresados donde son y se perciben como mejor valorados en cuanto a su desempeño, habilidades, conocimientos y eficiencia.

c- Las organizaciones intermedias tanto públicas como privadas reconocen formalmente un ámbito y actividades pertinentes al Comunicador Social enfocándolo como asesor, creador de imagen, pero cubren estos espacios laborales con criterios disímiles que no se corresponden con la valoración del desempeño profesional específico. En ese ámbito es donde se observa la menor y casi nula inserción del Comunicador formado en la Universidad y la invasión de sus incumbencias por profesionales de las más variadas disciplinas.

La situación de crisis económica a nivel nacional y particularmente local, caracterizada por la restricción de los mercados, influye esta tendencia en todos los espacios (ejemplo: empresas recientemente privatizadas, agencias de publicidad, agremiaciones y asociaciones, comercio, etc.). Así planteado, la demanda laboral se retrae y la oferta profesional se flexibiliza, se acomoda a los condicionamientos del mercado, originando y acentuando, en una economía sin expansión como la local, una invasión de incumbencias profesionales a través de la multiplicidad de tareas que se ofrece desempeñar, más allá de lo que acredita la formación específica.

Este fenómeno no es nuevo: se observa marcadamente en el terreno de las diversas Ciencias Sociales y es una de las percepciones asumidas como frustración en egresados, cuasi-egresados, alumnos, que abandonaron la carrera y se insertaron o no en el campo laboral específico. La misma postura es remarcada desde el sector docente, enfatizando esta transdisciplinariedad que desdibuja los perfiles profesionales específicos y sus desempeños. Desde los mercados laborales la postura es similar, pero enfocada desde otra óptica.

Los medios masivos aprecian la formación cultural, cosmopolita de los egresados pero observan carencia en sus habilidades prácticas, técnico-instrumentales.

A la hora de absorber este tipo de mano de obra especializada se inclinan por ocuparla en cargos y funciones no decisionales, o bien por emplear a cuasi-egresados o alumnos de años intermedios "...porque son más maleables para ser formados con los criterios de la empresa" aun cuando aprecian en ellos ciertas falencias que no observan en los egresados. Aquí se detecta, en base a los datos relevados en estas categorías de análisis, el fenómeno de la subocupación. A más temprana inserción ocupacional, menos estabilidad, menor remuneración y falta de beneficios laborales.

En los niveles gubernamentales el posicionamiento de los egresados es cualitativamente mejor en cuanto a las funciones

y/o cargos que desempeñan, como también sus condiciones laborales.

Instituciones intermedias, industria, comercio, empresas privadas de distinta índole y envergadura sostienen que "...el comunicador social es importante para ellas" y que "...se realizan tareas comunicacionales como difusión, información, publicidad, imagen externa de la empresa, etc. a cargo de asesores especializados"; en general, éstos poseen distintas formaciones profesionales (desde psicólogos, administradores de empresas, abogados, etc.).

Desde la perspectiva de la academia (infraestructura, recursos humanos y técnicos; curricular) las valoraciones, percepciones y demandas de egresados y alumnos, coinciden en afirmar:

- Lo positivo de la formación universitaria como bagaje general de teoría y conocimientos que posibilita actitudes críticas, reflexivas y de compromiso en el desempeño y actividad profesional.

- La vinculación entre teoría y práctica a nivel de Plan de Estudios es visualizada por los actores involucrados como escindida, manifestándose la necesidad de buscar una articulación entre ambas, de manera que se establezcan nexos lógico-pedagógico-científicos, entre materias de la misma área y entre áreas a fin de que la correlación no produzca superposición y/o ausencia de contenidos. Esto se aprecia subsanable a través de una mayor y continua interacción y actividad entre cátedras.

- Por lo anteriormente expuesto no se aprecian en el momento los resultados óptimos esperables que se establecieron como objetivos en la implementación de los Talleres en el plan vigente, tomados éstos como espacios de reflexión, aplicación y producción de los saberes, habilidades y conocimientos aprendidos.

- Como crítica desde los docentes, egresados y alumnos se demandan espacios con infraestructura adecuada, que con la menor distancia posible, reproduzcan las condiciones propias de lo massmediático: tecnología, acceso a diversidad de fuentes de información, rutinas de trabajo, producciones que traspongan los límites meramente académicos.

- Consenso docente sobre la necesidad de evaluar la relación: cargo - exigencias de la unidad académica – números de alumnos, para mejorar el funcionamiento y desarrollo de las asignaturas (particularmente los primeros años caracterizados por una abultada matrícula), reforzando los equipos de cátedra y las dedicaciones docentes.

- Establecimiento de conexiones y lazos con el medio, desde el Departamento, la Facultad y la Universidad como institución a fin de realizar prácticas y mantener un contacto real, permanente y fluido, promoviendo el reconocimiento de la carrera (ejemplo: expandiendo las prácticas y pasantías ya implementadas a otros espacios laborales).

- Con relación a los procesos de enseñanza – aprendizaje las opiniones y propuestas se centran en la aplicación de metodologías que movilicen tanto la capacidad crítica y reflexiva de los alumnos como las actitudes y habilidades para la praxis en la realidad concreta.

- Coincidencia generalizada en que la emergencia de nuevos campos y mercados profesionales está condicionada de manera latente al cambio institucional (poco acelerado en la provincia), impacto de nuevas tecnologías y actitud de los egresados, como oferentes, originando la necesidad del desempeño

específico.

- Importancia fundamental de la Colegiación como instrumento para la legitimación e institucionalización del rol profesional y la pertenencia de los espacios laborales que les incumben.

En este contexto, la percepción y evaluación positiva de la formación teórica es sobrevalorada desde el mundo académico con relación al mercado laboral local que la percibe como cultura general y no como bases epistemológicas que permiten al profesional interpretar, analizar, describir y planificar sobre fenómenos sociales en la práctica comunicacional. Respecto de las capacidades y habilidades técnicas e instrumentales requeridas para el desempeño de la profesión se asumen desde ambas ópticas (mundo laboral – mundo académico) con ciertas diferencias. Aunque desde el ámbito universitario se plantea la disyuntiva de formar técnicos con capacidades meramente instrumentales para el mercado, como un saber–hacer de rutinas productivas específicas de la profesión ligado a la dinámica del trabajo, o privilegiar una formación amplia y sólida, académica, que abarque espacios concretos y nuevos campos profesionales

Desde nuestra perspectiva el desafío radica en integrar y compatibilizar las dos tendencias adecuándose a la realidad laboral sin desvalorizar la misión de la Universidad como lugar ético y de compromiso, institucionalmente como espacio de surgimiento de nuevos conocimientos, formación de capacidades crítico – reflexivas y prácticas instrumentales que permitan trabajar para mejorar la realidad circundante y brindar servicios a la comunidad.

Desde la Escuela de Periodismo, pionera en el país (junto con la de La Plata) hasta su inserción institucional universitaria como Departamento de Ciencias de la Comunicación, esta unidad académica ha crecido notablemente en los últimos años en cuanto a recursos humanos, cantidad de ingresantes (una de las más importantes de todas las carreras que se dictan en la UNSJ, aun cuando a su vez presenta importantes índices de retención y deserción a partir de los dos primeros años, fenómeno cuyas causas se han mencionado tangencialmente en el trabajo por no ser un objetivo principal). Asimismo se agrega la producción para el medio e inserción en el campo de la investigación formal.

Se han producido modificaciones curriculares en los sucesivos cambios de planes de estudio que contemplaron las nuevas tendencias y enfoques teóricos, a la vez que la adecuación a las demandas de la praxis.

Desde el ámbito académico el tema acerca de que la carrera deba absorber, mediante contenidos curriculares, las aceleradas transformaciones tecnológicas, las capacidades y habilidades que ello requiere y las permanentemente cambiantes rutinas comunicacionales, plantea un debate frente a la postura de los mercados laborales (empresas, organismos, instituciones) donde no se advierte la preocupación por implementar políticas de capacitación para los profesionales por ellos absorbidos, acordes con la realidad de los cambios e innovaciones.

La postura del equipo que llevó a cabo este trabajo es que debe valorarse en su real dimensión esta pretensión de completud en la formación de los egresados, brindando, desde la academia los rudimentos, instrumentos y las lógicas necesarias para el trabajo técnico (saber hacer), tanto como los elementos que le permitan desarrollar actitudes críticas, reflexivas (saber pensar), que formen y estimulen la capacidad

de interpretar en toda su magnitud los procesos sociales en los cuales se inserta su práctica profesional (saber modificar).

Es nuestro compromiso ético, como docentes e investigadores, remarcar la necesidad urgente de estrategias institucionales: desde el Departamento, la Facultad y la Universidad, abriéndose al medio, a la sociedad, formando profesionales aptos y dando a conocer el perfil del graduado, anticipándose a las demandas y necesidades sociales requeridas o creándolas a partir de la legitimación del rol del comunicador desde la propia institución.

* GEICOM (Gabinete de Estudios e Investigación en Comunicación), Departamento de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de San Juan.

Bibliografía

BERGER, L; COCA, M. y otros. "Caminos andados, caminos por andar". Departamento de Ediciones de la FACSO-UNSJ. 2000.

BRICEÑO LEÓN, Roberto. "Violencia, sociedad, educación, trabajo y justicia en América Latina". Fundación de Estudios Latinoamericanos. 2003.

DE LA GARZA TOLEDO, E. y NEFFA, Julio César. "El trabajo del futuro; el futuro del trabajo". Compiladores. Edit. Norma. 2003.

FEIJÓ, María del Carmen. "Nuevo País, nueva pobreza". F.C.E. 2004.

GAMBINA, Julio. "La globalización económico-financiera: su impacto en América Latina". EUDEBA. 2004.

MATO, Daniel. "Estudios latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización". Tomo I. 2002.

TORRES, Carlos A. "Paulo Freire y la agenda de la educación latinoamericana en el siglo veintiuno". MT Edit. 2002.