

## LA INSERCIÓN PROFESIONAL DE LOS LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

**Blanco, Alberto; Franco, Facundo; Papa, Paola.**

Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (OPC).

Departamento de Especializaciones Profesionales.

Instituto de Comunicación. Facultad de Información y Comunicación. Universidad de la República.

### Resumen

La comprensión del campo profesional de la comunicación en Uruguay aparece como necesaria para la generación de insumos de mejora de los procesos de formación. La formación universitaria en comunicación de Udelar, en un campo profesional no homogéneo con límites complejos y subáreas (periodismo, publicidad, audiovisual, organizacional, comunitaria, multimedia, etc.), reconoce la heterogeneidad de las trayectorias de los profesionales y la influencia de factores económicos, tecnológicos y socioculturales.

Con el proyecto “Trayectorias profesionales”, desde 2014 el OPC<sup>1</sup> ha avanzado en la exploración del campo profesional a partir de las trayectorias de los graduados universitarios de comunicación de Udelar, con insumos generados con metodologías cuanti-cualitativas (encuestas, relevamiento documental, talleres, relatos y testimonios de profesionales egresados).

La inserción profesional de los comunicadores, que incorpora como dimensiones el egreso de la carrera, el ingreso al campo y el inicio de las trayectorias, refleja elementos centrales de las primeras experiencias laborales y sus modalidades. También de prácticas profesionales previas al egreso, de expectativas y decisiones en relación con elecciones en la formación, áreas de interés y vocaciones de los egresados.

La presencia de prácticas profesionales durante la carrera o cercanas al egreso, la valoración de las primeras experiencias de inserción, el reconocimiento de que han sido claves en las trayectorias por sus efectos formativos y por aspectos significativos que las relacionan con lo vocacional y con tensiones entre formación y trabajo, hacen que su análisis como procesos de “socialización profesional” brinden aportes esenciales a la formación en comunicación en la Udelar.

---

<sup>1</sup> Observatorio de las Profesiones de la Comunicación. Departamento de Especializaciones Profesionales. Facultad de Información y Comunicación. Universidad de la República.

## Lo que “dicen” los relatos de los profesionales.

Del análisis de los testimonios de egresados que se desempeñan en distintas áreas profesionales pueden extraerse elementos interesantes para el análisis, y por supuesto, para ser desarrollados por estudios posteriores. Si bien cada uno de los sub-campos presenta realidades particulares, hay puntos en común a todas las áreas profesionales de la comunicación.

Entre los egresados de distintas generaciones se vuelve frecuente escuchar que la entrada al campo está marcada por el “multiempleo” y la “multitarea”, con poco margen para la libre elección. En los primeros años parece importante contar con la “oportunidad de entrar”, y parece no importar demasiado el cómo. En algunos casos esa oportunidad está dada por la propia universidad, ya sea a través de pasantías y prácticas o las redes de contactos generadas por el pasaje por la carrera. En otros casos, la oportunidad de entrada se gesta más por cuenta propia, a partir de redes de vínculos fuera de facultad o gracias a la iniciativa personal, que ha llevado a sostener prácticas en donde “apenas cobraba los boletos”.

En este sentido, entre los egresados más recientes parece reconocerse cada vez más a la FIC como un espacio de oportunidad para realizar las primeras prácticas profesionales (tanto en lo curricular como extracurricular). Ello se da principalmente a través de la realización de proyectos o pasantías que dan la posibilidad de “mostrar y mostrarse” y producir profesionalmente, lo que “para conseguir trabajo” en buena parte de las áreas profesionales aparece como “algo más importante que enviar currículums”.

La “ansiedad por entrar” tempranamente al campo, es la que parece llevar a trabajos donde se realizan todo tipo de tareas y a empleos no bien remunerados, por lo que se suele buscar otros trabajos -relacionados o no con la comunicación- como complemento para lograr un mejor ingreso. La posibilidad de sostener los comienzos, menos remunerados y reconocidos, resulta un factor común y fundamental como puente a la consolidación profesional. Dado que el ingreso muestra diversas estrategias para la generación de trayectorias, la especialización en procesos de formación, aprender el oficio, reconstruir y resignificar los roles a la interna del primer trabajo y/o construir una trama vincular mayor, permite buscar y encontrar alternativas, remuneradas o no, pero que se acercan a las proyecciones imaginadas por los egresados.

Los relatos de los profesionales parecen apoyar los datos de la encuesta a egresados de la carrera,

donde se señala que 37% accedió a su primer trabajo relacionado con la comunicación a través de contactos, 19% por concursos, 17% gracias a prácticas o pasantías y 16% a través de avisos (Observatorio de las Profesiones de la Comunicación: 2016). Asimismo, 45% de ellos trabajaba en comunicación antes de terminar la carrera, mientras que 22% estuvieron menos de un año para conseguir un empleo vinculado a la profesión y al 34% restante le llevó más de un año lograrlo. Entre quienes no trabajan en comunicación, 45% aceptó un empleo no vinculado con sus estudios porque no pudieron conseguir algo mejor, 26% porque gana más de lo que ganaría en el campo, 24% lo hizo debido a que su empleo les ofrece seguridad y 17% porque le da flexibilidad horaria. Finalmente, para 67% de los encuestados, la formación fue importante para conseguir su trabajo actual, tanto en el campo profesional de la comunicación como fuera de él.

### **Lo que dan a pensar los relatos de los graduados.**

A pesar de la heterogeneidad de las experiencias de inserción profesional que relatan los egresados, encontramos una fuerte presencia de prácticas profesionales durante la carrera o muy cercanas al egreso: “visitas”, becas, pasantías, prácticas curriculares o no integradas al currículo; “suplencias”, experiencias honorarias, “en especias” (boletos y/o viáticos) y remuneradas, documentadas o no; “formales” o “precarias”, con y sin evaluación; institucionalizadas o conseguidas por interés del estudiante-egresado; con presentación de currículum o envío de producciones propias, conseguidas por vínculos, contactos o recomendaciones; realizadas por “vocación” o “necesidad de hacer comunicación”, “por interés” o “necesidad económica”, por la “ansiedad” y “terror” de reducir las “preocupaciones e incertidumbres de ingreso a lo laboral”, y un largo etcétera. Frente a la diversidad de modalidades que se narran, nos encontramos con una alta recurrencia de sentidos en común en relación con las mismas.

Por un lado, una alta valoración de las primeras experiencias de inserción profesional y el reconocimiento de que han sido claves en sus trayectorias, a pesar de que son “relatadas” con una multiplicidad de propósitos: “es una manera de acercarse al trabajo”, “a lo que vas a desarrollar más adelante en la profesión”, “para que te conozcan”, “adquirir experiencia”, “aprender”, “mostrar y mostrarme”, “formarme como periodista”, “acumular currículum”, contactos y vínculos, tener prácticas “documentadas” o confirmar la “orientación” y la “vocación”. En referencia a los propósitos, que en algunos casos son el hilo conductor de los relatos, parecen señalar también interesantes efectos formativos, resultado de esas primeras experiencias (a pesar de su diversidad y heterogeneidad).

A partir de las primeras prácticas, los egresados narran aspectos significativos que relacionan lo vocacional con el ingreso al campo, como el “descubrimiento de la vocación, la pasión”, “el camino profesional que quería hacer” y “áreas de interés” profesionales “no pensadas antes de la práctica”, “durante la carrera” o “luego de egresar”, muchas definidas “por el aporte de la práctica”, “porque conseguí trabajo de pasante” o “mediante el trabajo”. Por ejemplo, se encuentran relatos que plantean que “la práctica (...) fue lo que me terminó de convencer de qué era lo que me gustaba”, o “a partir de un primer contacto con el campo se va despertando el interés o se confirma”.

Estas primeras experiencias van redirigiendo posibilidades, alimentando “la vocación y el interés por el periodismo”, la complementación “con la formación en otras áreas de la comunicación” o la confirmación de que el aprendizaje está en la práctica profesional: “ser becario fue la mejor escuela”. En algunos casos, las primeras experiencias no aparecen relacionadas a lo vocacional aunque lo definen. Por ejemplo, en el área audiovisual el ingreso al campo se relata en tareas y empleos diversos; en publicidad como una “puerta de entrada” que después permite una cierta movilidad. En comunicación organizacional, el inicio de la trayectoria en el campo “laboral” es lo que determina continuar “estudios en el área específica”, con una “vocación descubierta al trabajar en el área, no durante la carrera”. En otros casos, se valora la posibilidad de descubrir la vocación en el transcurso de la carrera en comunicación.

En los discursos de los profesionales en relación con la inserción aparecen tensiones en referencia a la formación y el campo profesional, sobre todo entre la lógica del mundo de la formación académico-profesional y del mundo del trabajo. Algunos relatos son recurrentes en referencia al “aprendizaje en la práctica”, al “aprendizaje del oficio”, lo que “se aprende en la cancha”, donde se señala un fuerte acercamiento al campo “directamente en el trabajo”, al que la formación no aportó “herramientas concretas”: “Me quedé corta de herramientas técnicas prácticas”, “eso se adquiere en la práctica y haciendo de todo, desde servir café hasta pensar guiones”.

Los egresados parecen valorar algunos aspectos de la formación de la carrera al volver a reflexionar sobre los inicios de su trayectoria profesional, sobre todo en relación “al bagaje teórico y el acercamiento al campo”, con “herramientas para pensarse en la profesión”. La formación en comunicación en la Udelar es considerada “diferente a la de las universidades privadas”, como “la posibilidad de pensar la comunicación (...) de forma más crítica, integral”, con una “mirada crítica (...) y la diversidad teórica que permite saber algo de muchas cosas”. También mencionan a la

formación de la carrera como “necesaria para tener un bagaje de cultura general” y académica, pero no frente a “lo práctico”, que algunos señalan que fue adquirido con otras formaciones o “en el desarrollo laboral”. Por ejemplo, algún egresado que trabaja con TIC mencionaba en sus inicios en la profesión: “Como autodidacta (...) empezamos a probar muchas cosas (...) empecé a trabajar con ingenieros y fue muy interesante”. Estos elementos parecen fortalecerse cuando se analizan los relatos de egresados de generaciones que cursaron la carrera hace más tiempo, “cuando la carrera no tenía orientaciones específicas” e ingresaron en áreas profesionales difusas o medianamente nuevas (organizacional, multimedia y TIC, el “trabajo con redes virtuales” o “la utilización de plataformas de entornos virtuales de aprendizaje”).

En los relatos de los egresados de generaciones nuevas aparece una inserción e ingreso al campo “a partir de oportunidades que brinda la facultad”, que son señaladas como significativas, desde las “prácticas del seminario-taller” (curriculares), pasando por “ser colaborador honorario”, “ser becario” o “la pasantía”. Esto parece confirmar lo recogido en la encuesta a egresados (2016), que señala que las posibilidades de ingreso al campo en las últimas generaciones ha aumentado y que se vislumbra a la FIC como “otra” posibilidad de ingreso, a lo que se agrega la alternativa que brindan las prácticas pre-profesionales de inserción y conocimiento del mundo del trabajo.

El ingreso al campo parece plantear nuevos desafíos a los profesionales en referencia a su formación, con actualizaciones, complementaciones o incorporación de competencias específicas en otras áreas de la comunicación, realizadas en la propia Facultad, con estudios en otras carreras (en simultáneo), en otras instituciones (UTU u otras universidades), o “con estudios de posgrado posteriores”. Alguno considera que “es esencial formarse después del egreso”.

En varios de los relatos aparece de manera interesante un ingreso “precoz” al campo laboral que parece “alargar” las carreras, con egresos “tardíos” o con “alejamiento de la carrera” para lograr desarrollarse en lo profesional durante algunos períodos (“trabajé casi 10 años en comunicación sin tener un título”) y “reenganchar para terminar”. En estos casos se valoran elementos “de la formación”, se validan “conocimientos que tenía”, y lo “fundamental, conseguir el título”, que “permitió el ingreso a mi trabajo actual”. Estos aspectos de los relatos apoyan lo relevado en la encuesta a los egresados que señala que más de la mitad de los encuestados de generaciones de egreso posteriores al 2011 trabaja en el campo desde antes de terminar la carrera, lo que al parecer es un elemento que alarga el itinerario de formación de grado y la propia carrera, en algunos casos.

## Comprender los procesos de “socialización profesional” como aportes para la formación en comunicación.

Al avanzar en el análisis de la inserción de los licenciados a partir de sus relatos hemos encontrado la centralidad que tiene el proceso de “socialización profesional” en los inicios de las trayectorias. Con Berger y Luckman (1986) entendemos que la socialización profesional es el proceso a partir del cual los sujetos internalizan tramas de significados socialmente elaborados y compartidos, que intervienen en los modos de “hacer y representar” la profesión y se desarrollan como espacios privilegiados de transmisión cultural del campo profesional. Las primeras experiencias de ingreso parecen desplegar “espacios de socialización y de transmisión de herencias y legados que moldean el vínculo de cada uno, con la actividad profesional”, además de significativos “efectos formativos que las prácticas producen en el plano identitario (...) y la importancia de concebir a los aprendizajes de las prácticas como saberes que articulan la identidad profesional” (Andreozzi, 2011: 106).

Explorar en profundidad estos procesos de socialización profesional se transforma en un desafío que permite generar insumos para pensar los procesos de formación en comunicación desplegados por la facultad. Los avances realizados parecen poner en discusión “el supuesto según el cual las prácticas” y primeras experiencias de inserción “se presentan como espacios de ‘aplicación’ de saberes teóricos y procedimentales al campo del desempeño profesional”, sino que aparecen como “vías regias de aproximación al universo material, simbólico e imaginario de la profesión elegida” (Andreozzi, 2011: 113-114).

Junto a Lucarelli sostenemos que la inserción y las prácticas profesionales son “producto de determinaciones sociales e institucionales que van configurando formas compartidas de interpretar la realidad profesional, constituyendo conocimientos específicos, valoraciones y normativas”, una identidad que determina “un deber ser profesional que comienza a gestarse en las situaciones de formación (las que operan como primer espacio de socialización profesional)” (2007:35). Por ello, instalar el diálogo crítico con el campo profesional en situaciones de aprendizaje reales se torna significativo para las transformaciones en las estrategias y dispositivos de inserción profesional de los futuros egresados de comunicación.

### Referencias bibliográficas:

- Andreozzi, M. (2011) Las prácticas profesionales de formación como experiencias de pasaje y tránsito identitario. Archivos de Ciencias de la Educación, 4a. Época, 5. Facultad de Humanidades y Ciencias de la

Educación, Universidad Nacional de La Plata. Recuperado el 9 de mayo de 2018 de:  
[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.5431/pr.5431.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5431/pr.5431.pdf)

- Dirección General de Planeamiento (2017). *Principales características del censo de egresados del Cluster A Generación 2012*. Programa de Seguimiento de Egresados. Universidad de la República.
- Lucarelli, E. et. al. (2007). La formación en la profesión: la problemática de los aprendizajes complejos en la universidad. *Praxis Educativa (Nº 11)*, pp. 31-37. Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de La Pampa.
- Observatorio de las Profesiones de la Comunicación FIC-UDELAR (2016). Primera encuesta a egresados de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República. Presentación realizada en el II Seminario del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación, julio de 2016. Facultad de Información y Comunicación. Recuperado del 9 de mayo de 2018 de: <http://www.comunicacion.edu.uy/OPC/Seminarios>