



Contratexto

ISSN: 1025-9945

ISSN: 1993-4904

Universidad de Lima. Facultad de Comunicación

Blanco, Cecilia; Pereyra, Magdalena Ruiz  
A 50 años de la creación de las Carreras de Comunicación: la distancia entre la formación y el mercado\*  
Contratexto, núm. 37, 2022, Enero-Junio, pp. 25-49  
Universidad de Lima. Facultad de Comunicación

DOI: <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5690>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=570673373001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica Redalyc  
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso  
abierto

# A 50 AÑOS DE LA CREACIÓN DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN: LA DISTANCIA ENTRE LA FORMACIÓN Y EL MERCADO\*

CECILIA BLANCO\*\*

Universidad Nacional de Córdoba  
cecilia.blanco@unc.edu.ar

MAGDALENA RUIZ PEREYRA\*\*\*

Universidad Nacional de Córdoba  
magdalena.ruiz.pereyra@mi.unc.edu.ar

Recibido: 15 de diciembre del 2021 / Aceptado: 22 de febrero del 2022

doi: <https://doi.org/10.26439/contratexto2022.n037.5690>

**RESUMEN.** Bastante se ha escrito sobre la distancia entre la formación que adquirieron los graduados de Comunicación y Periodismo de Latinoamérica y las demandas del mercado de trabajo. Sin embargo, pocos estudios se propusieron analizar, de manera historiográfica, las causas que explican dicha distancia. Para tratar de comprender estas causas, realizamos una investigación documental sistemática con intención historiográfica. Trabajamos con repositorios digitales e incorporamos artículos publicados en revistas indexadas, libros y capítulos de libros de algunos de los principales referentes de la comunicación de la región. Los resultados muestran que, si se quiere evitar la marginación de estos graduados por parte del mercado, podría ser necesario que las Facultades de Comunicación estudien integralmente tanto las características y evolución del sistema socioproductivo y el mercado, como las características y evolución de los currículos. Además de este aspecto, que consideramos crucial, podría ser relevante analizar las trayectorias educativas y laborales de los profesionales en un sentido longitudinal, y desarrollar investigaciones interdisciplinarias y transdisciplinarias sobre los problemas de las sociedades actuales, para, de este modo, estructurar mapas heurísticos y desarrollar planes de estudio flexibles y actualizados.

**PALABRAS CLAVE:** Carreras de Comunicación / formación / mercado / distancia / causas

---

\* Este artículo es producto del proyecto de investigación titulado "Prácticas profesionales y procesos comunicativos. De lo laboral y sociabilidad a la comunicación como mediación y resistencia" (CONSOLIDAR Tipo III), financiado por la Secretaría de Ciencia y Técnica (SECyT) de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), y radicado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de esta universidad. Resoluciones SECyT UNC N.º 411/18, 455/18 y 472/18, para el periodo 2018-2021.

\*\* Doctora en Estudios Sociales de América Latina por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina (véase: <https://orcid.org/0000-0001-6521-1683>).

\*\*\* Licenciada en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina (véase: <https://orcid.org/0000-0002-3900-9075>).

## 50 YEARS AFTER THE CREATION OF COMMUNICATION CAREERS: THE DISTANCE BETWEEN TRAINING AND THE MARKET

**ABSTRACT.** There is abundant literature on the distance between the training of Latin American communication and journalism graduates and the labor market demands. However, few studies are concerned with a historiographic analysis of the reasons for such distance. In order to understand these causes, we carried out a systematic historiographic documentary research. We worked with digital repositories and incorporated articles published in indexed journals, books and chapters from books by some of the region's most renowned communication professionals. The results show that to prevent graduates from being marginalized by the market, it would be necessary for communication faculties to comprehensively study the characteristics and evolution of the socio-productive system and the market, as well as the characteristics and evolution of curricula. Apart from this aspect, which we consider crucial, it would be relevant to analyze the educational and professional trajectories of these professionals longitudinally, and to conduct interdisciplinary and transdisciplinary research on the problems of present-day society in order to draw heuristic maps and develop flexible and updated study programs.

**KEYWORDS:** Communication Careers / training / market / distance / causes

## 50 ANOS APÓS A CRIAÇÃO DOS CURSOS DE COMUNICAÇÃO: A DISTÂNCIA ENTRE A FORMAÇÃO E O MERCADO

**RESUMO.** Muito tem se escrito sobre a distância entre a formação adquirida por graduados em Comunicação e Jornalismo na América Latina e as demandas do mercado de trabalho. Porém, poucos estudos se propuseram analisar, de maneira historiográfica, os motivos que explicam esse distanciamento. Para compreender essas causas, realizamos uma investigação documental sistemática de corte historiográfico. Trabalhamos com repositórios digitais e incorporamos artigos publicados em revistas indexadas, livros e capítulos de livros de alguns dos principais pesquisadores da comunicação no continente. Os resultados mostram que, se o pretendido é evitar a marginalização dos graduados no mercado, seria necessário que as Faculdades de Comunicação analisem de forma integral as características e evolução tanto do sistema socioprodutivo e o mercado quanto dos currículos. Além desse aspecto que consideramos crucial, poderia ser relevante analisar as trajetórias educacionais e laborais dos profissionais em um sentido longitudinal e desenvolver pesquisas inter e transdisciplinares sobre os problemas das sociedades atuais para estruturar mapas heurísticos e desenvolver conteúdos curriculares flexíveis e atualizados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Carreiras de Comunicação / treinamento / mercado / distância / causas

## INTRODUCCIÓN

Estudios recientes han mostrado la distancia entre la formación que adquieren los comunicadores y periodistas en la academia y las habilidades, competencias y cualificaciones que demanda el mercado. Una investigación realizada por Blanco (2016), en Argentina, estudió las trayectorias educativas y laborales de cohortes de graduados y graduadas (2000, 2002 y 2005) de la antigua Escuela de Ciencias de la Información (ECI), hoy Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC), de la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Al estudiar no solo sus trayectorias, sino también el currículo y el mercado, demostró que la formación que adquirieron era más bien teórica y generalista. Los programas analizados, pertenecientes a la totalidad de materias de la carrera, mantuvieron, entre los años 1995 y 2005, una escasa formación técnica, con contenidos que respondían a una etapa anterior del desarrollo de la sociedad hipertecnologizada y una escasa práctica preprofesional. Estos programas privilegiaban la formación teórico-enciclopédica de carácter ideológico-crítico, y presentaban una fragmentación de la formación profesional a partir del cuarto año de la carrera, cuando empieza el ciclo de especialización profesional, con cinco orientaciones diferentes.

Por otro lado, el mismo estudio mostró, en relación con las opiniones recogidas de los empleadores, que el mercado demanda profesionales con competencias vinculadas con los nuevos paradigmas de comunicación y tecnoproductivos, es decir, el de la comunicación multimedial, el de la comunicación comercial y el de la globalización. Así, según la investigadora, los empleadores preferían una formación, formal o informal, en el manejo multimedia, el manejo de la intranet, el armado de páginas web y el *community management* o manejo estratégico de redes sociales (Blanco, 2018). A su vez, este aspecto ha sido señalado por los propios graduados. Para un gran porcentaje de ellos, se presentó una gran dificultad para establecer la relación entre los contenidos teóricos y el campo laboral. Pues, para la gran mayoría, la formación carece de “especialización”, “actualización bibliográfica”, “formación en administración”, “en gestión”, “en contabilidad básica”, “en *marketing*”, “en diseño gráfico”, en “idiomas”, en “computación”, “en armar campañas y en cómo publicitarlas”, entre otros (Blanco, 2020).

Los resultados de estos estudios coinciden con lo hallado en el Perú por Quiroz Velasco (2007), quien sostiene que los graduados entienden como deficitaria la integración de los conocimientos teóricos con los prácticos de producción en medios. Les preocupa el aislamiento de la facultad y entienden que debería estar atenta a la realidad del país para enfrentar los retos profesionales que a ellos les esperan. Lo observado en estos estudios probablemente tenga puntos de coincidencia con los resultados de la investigación de Lozano-Ascencio y Mariño (2010), que mostró que los profesores de teorías de la comunicación de 237 universidades de Latinoamérica y Europa buscan desarrollar en sus alumnos destrezas cognitivas antes que actitudinales y/o competencias profesionales.

Estas dificultades fueron señaladas también en un estudio realizado en el año 2017 por Deharbe, en Argentina, quien, al igual que Blanco (2016), hace mención de la formación generalista que caracteriza a los planes de estudio de las Facultades de Comunicación en lugar de una formación profesionalizante acorde a las necesidades del mercado. La investigadora afirma que la formación técnica de los comunicadores sociales estaría desfasada en relación con el nuevo campo y esto se debe, en parte, a la presencia de una mirada dicotómica sobre la formación, que se origina en la tensión entre una racionalidad instrumental y una racionalidad emancipadora que opera en la configuración de las prácticas educativas en las Facultades de Comunicación en América Latina (Deharbe, 2017).

Ahora bien, esta constatación no se circunscribe únicamente a Argentina, sino que se trata de una problemática extensiva a América Latina. Así, Mellado Ruiz (2010) se interroga sobre si la fusión entre periodismo y comunicación a fines de los años sesenta —realizada por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) con el objetivo de ampliar las posibilidades de empleo de los egresados en centros de investigación de mercadeo, oficinas de relaciones públicas, entidades oficiales, entre otros— ha estado en línea con las demandas del mercado. Asimismo, la autora hace referencia a la emergencia de las nuevas tecnologías, que se asocia tanto con la necesidad de actualización de los currículos universitarios como con la menor capacidad por parte de los mercados para absorber profesionales. Cuestiones que son, en sus estudios, señaladas como causantes directas de la precarización de las condiciones laborales de los periodistas (Mellado Ruiz, 2008, 2010).

Las preguntas que caben ahora son estas: ¿cuáles son las causas, históricamente reconstruibles, que permiten comprender esta distancia? ¿Es suficiente mirar solo los currículos y las demandas del mercado como si fueran dos aspectos contrapuestos? Para comprender esta brecha, nos propusimos reconstruir, historiográficamente, la manera en que se configuró el campo académico y disciplinario de la comunicación en América Latina, los modelos pedagógicos de enseñanza que se han ido instaurando, las características y evolución del sistema socioproductivo, y las consecuentes calificaciones y demandas esperadas por parte del mercado.

## **METODOLOGÍA**

El presente artículo se propone realizar una investigación teórica de carácter historiográfico. Para ello se revisita una serie de investigaciones llevadas a cabo hasta el año 2021.

Salomón Tarquini (2019) entiende que el análisis documental es el conjunto de principios y operaciones técnicas que permiten establecer la fiabilidad y adecuación de un

cierto tipo de informaciones para el estudio y explicación de un determinado proceso histórico. En cuanto al diseño, seguimos algunos pasos sugeridos por Booth et al. (2016):

- Búsqueda inicial: se revisitan algunos textos y críticas propios y ajenos, relativos a la temática, y se chequean las secciones bibliográficas para reconocer a los referentes, artículos y obras. Se identifican las obras más antiguas.
- Se hace uso de bases de datos bibliográficas como Scopus, Latindex y SciELO, y de redes académicas como Academia.edu y Research Gate. Se realiza la búsqueda a partir de los descriptores “institucionalización de las carreras de comunicación”; “mercado para comunicadores”; “formación de comunicadores”; “competencias, habilidades y calificaciones”.
- Se localizan artículos publicados en revistas indexadas; se duplican artículos centrales en relación con el tópico; se incorporan tesis de licenciatura y doctorado, capítulos de libros y libros de algunos de los principales referentes del campo de la comunicación en América Latina. También se incorporan artículos escritos por referentes de la escuela estructuralista cepalina y otros de la sociología. El corpus quedó conformado por 90 documentos.
- Se verifica la fiabilidad y adecuación del material recolectado en función de los objetivos de la investigación, y se elaboran fichas y resúmenes.
- Se organiza la revisión siguiendo la estructura tradicional de análisis sistemático documental: IMRyD (introducción, métodos, resultados y discusión).

## RESULTADOS

### Institucionalización del campo de la comunicación

La ciencia de la comunicación, entendida como disciplina, en el sentido que le otorga Wallerstein (2010), tiene un origen tardío, en el marco de una necesidad del *establishment* de los países desarrollados, no tanto de contener las revueltas internas, sino de gestionar la opinión pública en pos del apoyo de la empresa bélica de la Primera Guerra Mundial (Mattelart, 1973). La diferencia entre el desarrollo de las ciencias sociales y la comunicación social es que esta última comienza fuera del marco académico. Los principales desarrollos de la comunicación social quedaron asociados, durante mucho tiempo, a la sociología de la comunicación de masas norteamericana. Sin embargo, en la década de 1930, cuando en Alemania avanzaba el nazismo y la comunicación masiva era utilizada con objetivos manipulatorios, comenzó en Europa un contramovimiento generado por una masa crítica de intelectuales de izquierda, de inspiración marxista, materialista, hegeliana y freudiana (Muñoz, 1989; Mattelart & Mattelart, 1997).

En América Latina, durante el ciclo 1967-1973, se intensificó la lucha de clases y, en 1959, triunfó en Cuba la revolución liderada por Fidel Castro contra Fulgencio Batista (Ansaldi & Giordano, 2012, p. 245). En ese mismo año, en Quito, Ecuador, se creó el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), organismo que contribuyó a conformar el campo académico y disciplinario de la comunicación. En un principio, el CIESPAL, que tenía fines estratégicos impulsados desde los Estados Unidos (Moragas Spà, 2011), contribuyó a la creación de las primeras escuelas de comunicación y periodismo de América Latina y a la conformación del campo disciplinario a partir de la puesta en funcionamiento del subcampo de la reproducción de la comunicación (es decir, del sistema de enseñanza que replicaba los enfoques, teorías y resultados de investigaciones provenientes, fundamentalmente, aunque no de manera única, de Norteamérica) (León Duarte, 2012a; Vassallo de Lopes & Fuentes Navarro, 2005). Asimismo, desde el punto de vista de la formación práctica, estas escuelas de comunicación respondían a las necesidades de los incipientes medios de comunicación latinoamericanos. Siguiendo a Follari (2006), la comunicación se erigió como un campo de actuación profesional para luego desarrollarse en el ámbito académico.

Ahora bien, en el marco de esas escuelas, y en un contexto regional de variopintas dictaduras y violencias contra los derechos humanos, empezaron a surgir voces disidentes que generaron un pensamiento original y contrahegemónico (León Duarte, 2012a, 2012b; Schmucler, 1997), así como el inicio de la semiología de la comunicación de masas latinoamericana (Dorfman & Mattelart, 1973; Schmucler, 1973a, 1973b, 1997; Verón, 1974a, 1974b). Un grupo de intelectuales de izquierda, inspirados en Marx, Gramsci, la Escuela Crítica de Fráncfort, los estudios culturales británicos, Freud, Barthes, Morin, entre otros, reaccionaron frente a los avasallamientos sucesivos a la libertad de expresión y la dominación y la violencia simbólica ejercida por los medios de comunicación en manos de los grupos dominantes (León Duarte, 2012a, 2012b). En palabras de Waisbord (2020), los académicos latinoamericanos realizaron un *mix* de “epistemologías y filosofías locales con el estructuralismo crítico, la semiótica y la economía política marxista” (p. 594), priorizando como líneas de investigación “el análisis estructural del capitalismo y las industrias de los medios, y los vínculos entre comunicación/medios y los procesos macroculturales” (p. 594).

Además de los aportes de Pasquali, Freire, Luis Ramiro Beltrán, Luis Prieto, José Marques de Melo, Luiz Beltrão, Edgardo Ríos, Marco Ordóñez, Mario Kaplún y de la escuela cepalina de la economía latinoamericana, se produce, en la década de 1970, una polémica que condiciona la conformación del campo académico hasta el presente: la disputa entre Mattelart/Schmucler y Verón en torno a cómo entender la investigación en comunicación (Dorfman & Mattelart, 1973; Fuentes Navarro, 2011c; Schmucler, 1973a, 1973b, 1997; Verón, 1974a, 1974b): si como compromiso político y social, o como investigación científica, es decir, la disputa en torno a la oposición entre ideología y ciencia.

Por otra parte, en 1978, Martín Barbero (1987) crea la Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIIC). Asimismo, surge en las mismas escuelas de comunicación la escuela crítica latinoamericana liderada por Fuentes Navarro, Martín Barbero y Orozco Gómez (Fuentes Navarro, 2007, p. 4).

Entel (2017) ha señalado que las carreras de comunicación crecieron al calor de los frágiles periodos democráticos. Para Fuentes Navarro (2003, 2007, 2011a, 2011b, 2011c, 2012a, 2012b), la conformación del campo está asociada a las disputas de poder entre instancias como las instituciones que promueven la investigación (UNESCO, CIESPAL, CEPAL, organismos gubernamentales y no gubernamentales, públicos y privados), las cuales a su vez responden a intereses de las entidades financiadoras (sea el Estado, sean las empresas), a las instancias extrainstitucionales como revistas (por ejemplo, *Comunicación y Cultura*, *Lenguajes* y las posteriores), a los tipos de gobierno, a la irrupción de las fuerzas de la violencia física en los procesos democráticos, a los distintos grupos (Iglesia, partidos políticos, movimientos sociales) y a los intereses propios de la industria mediática.

De acuerdo con Fuentes Navarro (2003, 2007, 2011a, 2011b, 2011c, 2012a, 2012b), el campo académico de la comunicación social se ha mantenido fragmentado, disperso, polarizado, poco institucionalizado, teñido de dogmatismos, poco riguroso, mezclado con la política y los intereses ajenos al campo, asociado con los procesos institucionales externos a él que condicionaron su conformación. Por su parte, Bisbal (2001) entiende que las carreras de comunicación nacieron bajo el signo de la indefinición y de la falta de identidad (p. 14). Lo anterior remite a una discusión, que se ha presentado a lo largo del tiempo, en torno a si la comunicación es un campo o una disciplina, y si la formación teórica es suficiente.

El problema de la falta de un núcleo conceptual y disciplinario ha sido sostenido por Armand Mattelart. Para el autor, uno de los problemas de las ciencias de la comunicación es la falta de consistencia interna, y esto se refleja en la ausencia de “un punto de partida disciplinario” a partir del cual aquel que recién se inserta en el campo pueda introducirse en lo interdisciplinario. Según Mattelart, quienes mejor pueden pensar la reformulación de las ciencias de la comunicación y la información son los que saben manejar conceptos, es decir, aquellos que provienen de campos disciplinarios tradicionales como la historia o la sociología (como se cita en Moragas Spà, 2011, p. 22). El autor hacía referencia a la falta de estatus disciplinario como consecuencia de una falta de núcleo de conocimiento y una falta de legitimidad institucional y académica.

Por el contrario, Moragas Spà (2011) rompe con esta dicotomía planteando que la comunicación es, simultáneamente, un campo de estudio y una disciplina. Para el autor, la comunicación, entendida como disciplina, no responde a los cánones tradicionales de aquellas constituidas en el marco de las universidades del siglo XIX, tales como la



sociología, la antropología o la psicología. Por el contrario, hay que pensar en la comunicación como fenómeno transversal a todos los ámbitos de la sociedad, que interesa a todas las ciencias sociales y humanas (Moragas Spà, 2011, p. 18). El meollo de la cuestión no sería si el campo es suficiente y autónomo del resto de las ciencias sociales, sino, más bien, que la comunicación podría ser “un primer ejemplo de un nuevo y naciente sistema de organizar la investigación”. Para el autor, el curioso estatus del campo de la comunicación debería ser más una señal de que algo se está transformando antes que una causa de alarma. A lo anterior, Moragas Spà (2011, pp. 19-20) agrega que, al ser la comunicación un objeto transversal, resulta en un objeto-campo de estudio para cuyo análisis pueden aplicarse métodos y puntos de vista provenientes de diferentes ciencias sociales y humanidades. Ahora bien, la colaboración entre disciplinas se produciría a partir de una teoría de la comunicación que delimite el objeto de investigación y proponga preguntas pertinentes a cada disciplina. Es decir, a la teoría de la comunicación le correspondería, en definitiva, una tarea interdisciplinaria de articulación de conocimientos oriundos de diversas disciplinas en pos de la comprensión de la complejidad de su objeto específico.

### **Modelos pedagógicos y perfiles profesionales pensados desde la academia**

Fuentes Navarro (1998), tras un análisis extensivo e intensivo de los planes curriculares implementados en México, aunque también de otros elaborados en la región, identificó cuatro modelos pedagógicos. Karam Cárdenas (2017) propuso algunos cambios en la manera de leer el cuarto, aunque también agregó un quinto.

El modelo más antiguo, el de la *formación de periodistas*, se arraigó inclusive en aquellas escuelas que se conformaron inicialmente como de comunicación. El modelo, focalizado en las prácticas periodísticas de los graduados, prioriza la habilitación técnico-profesional, el relativo ajuste a las demandas del mercado laboral, y el objetivo de incidir política y socialmente a través de la opinión pública (Fuentes Navarro, 1998, p. 91). Originario de Estados Unidos e inspirado por Joseph Pulitzer y Walter Lippmann, fue impulsado en América Latina por el CIESPAL. Responde al modelo desarrollado en el libro de Harold Lasswell, *Propaganda Technique in the World War*, publicado en 1927, el cual describe el acto de la comunicación en términos de “quién ha dicho qué, por qué canal, a quién y con qué efecto” (Cerruti, 2019).

El segundo proyecto, el *humanista*, se instauró principalmente en México y concibe al comunicador como intelectual. Para su precursor, el jesuita José Sánchez Villamayor, el comunicador debía mantener solidez intelectual, basada en la formación en humanidades, principalmente, en filosofía. La habilitación técnica quedaba supeditada a la capacidad de discernimiento filosófico y existencial del comunicador/periodista, el cual debía ser responsable y competente al momento de crear un mensaje y procurar, así, la transformación de la dinámica sociocultural. El discernimiento debía realizarse sobre la base de valores humanos universales, tales como la justicia, la verdad, la libertad, la

belleza, la solidaridad o la creatividad, y la comunicación debía investigarse tomando en cuenta la creciente complejidad de la cultura, amenazada por el materialismo consumista (Fuentes Navarro, 1998).

El tercer proyecto académico fue el *denuncista*, originado en los años setenta, a partir de la confluencia en América Latina de los referentes de la semiología de la comunicación de masas (Deharbe, 2018, 2017; Karam Cárdenas, 2017; Schmucler, 1997). Este modelo entendió al comunicólogo como científico social, tomando elementos de los dos modelos anteriores, aunque articulándolos de manera diferencial. Instauró la idea de que la política era condición del hacer científico y priorizó la creencia utópica de la transformación social revolucionaria mediante la comunicación. Este proyecto pretendió, desde una perspectiva crítica, elaborar construcciones teóricas y epistemológicas totales. Así, las escuelas de comunicación que lo adoptaron abandonaron casi por completo la formación instrumental y la habilitación profesional. Priorizaron la enseñanza de la teoría crítica (materialismo histórico, economía política y otros contenidos de tinte marxista) e hicieron propia la utopía de la emergencia de una comunicación social “contrahegemónica”. Según Mattelart, lo primordial era desarrollar la capacidad de develar el carácter ideológico de los mensajes y de sus sistemas de producción y reproducción, entendidos todos ellos como instrumentos de dominación (como se cita en Fuentes Navarro, 1998). Con Acosta y Schmucler, descubrir y denunciar a quienes detentaban el poder económico y político de las industrias culturales, y a sus cómplices, se convirtió en una obligación moral y en una condición de cientificidad de la utópica praxis revolucionaria (como se cita en Fuentes Navarro, 1998, p. 98).

El cuarto modelo, el del *burócrata de la comunicación*, surgió en la década de los ochenta e implicó el desplazamiento del sujeto a la función anónimamente prescrita: desde el proyecto utópico de transformación social al afán de insertarse eficiente y despersonalizadamente en la compleja maquinaria global de la comunicación (Fuentes Navarro, 1998, p. 100). Este modelo fue redefinido por Karam Cárdenas (2017) desde la perspectiva de los estudios culturales latinoamericanos liderada por Martín Barbero y el proceso de antropologización de los estudios comunicacionales. Para la autora, los cambios acaecidos en la década de 1980 en las ciencias sociales (en el campo de la investigación, la teoría y la intervención, en relación con nuevos objetos de estudio, tales como la juventud, el género y los movimientos sociales) implican la necesidad de pensar en un nuevo perfil de comunicador, entendido como promotor y/o gestor cultural.

Por último, Karam Cárdenas (2017) propone un quinto perfil, ligado a una propuesta curricular diseñada por Cardona y Macías (2007, como se cita en Karam Cárdenas, 2017), que se dio a conocer en la obra de Massoni (2013, como se cita en Karam Cárdenas, 2017). La autora entiende que el cambio de paradigma, fundado en la teoría estratégica, la planificación de la comunicación y el desarrollo organizacional, permite pensar

la comunicación como facilitadora de transformaciones en las relaciones sociales en ámbitos específicos. En este sentido, el comunicador, haciendo uso de herramientas de intervención institucional, evaluación y seguimiento, puede modificar técnica y estratégicamente la realidad de los actores comunicativos. Teniendo en cuenta que estos perfiles no son exclusivos ni excluyentes, y que en diferentes currículos de distintas Facultades de Comunicación de América Latina pueden solaparse varias modalidades correspondientes a dos o más de ellos, la pregunta que cabe es cómo se manifiestan, en concreto, en cada Facultad de Comunicación de América Latina los programas de estudio. En Argentina, por ejemplo, los estudios de Blanco (2016, 2018, 2020), citados con anterioridad, mostraron que la antigua ECI, de la UNC, mantuvo, hasta el año 2014, un plan de estudios con algunos tintes denunciistas, de carácter ideológico-crítico, aunque con algunas características del modelo del comunicador burócrata, fundamentalmente, a partir de la fragmentación del conocimiento que ofrece el plan de estudios.

### **Contexto actual del sistema socioproductivo y nuevas figuras profesionales**

En América Latina, el proceso de industrialización estancado y la penetración irregular del progreso tecnológico contribuyeron a conformar un sistema socioproductivo heterogéneo dual de inclusión-marginación (Dombois & Pries, 2002; Pinto, 1970, 1973). En tal sentido, conviven, a lo largo y ancho de la región, un pequeño segmento dinámico, de grandes empresas con perfil exportador ligado a capitales extranjeros, que demanda trabajadores especializados y mantiene altos niveles de productividad, tecnologías y salarios; y un gran sector, de micro y pequeñas empresas, asociado al mercado interno, con baja productividad, tecnología y salarios, que cubre la demanda de trabajo de la mayor parte de la población poco especializada (Salvia, 2016). Esta estructura productiva da cuenta, en general, de la baja calidad del empleo en la región: mientras las pequeñas empresas ofrecen trabajos de subsistencia, las grandes empresas, vinculadas a los procesos de terciarización y tercerización de la economía global (Basualdo & Esponda, 2014), imponen la dinámica de flexibilización, subcontratación, rotación y despidos de sus trabajadores. A ello se suman los sistemas de discriminación de género (De la Garza, 2000).

En general, esta estructura productiva heterogénea explica, en gran parte, la baja demanda de profesionales por parte del mercado laboral y, en particular, de comunicadores y periodistas. El mercado para esos profesionales adquiere características distintivas a partir de la década de 1990 y las políticas neoliberales de los gobiernos de la región. El acatamiento, por parte de los Estados, de las reformas impuestas por el nuevo modelo económico (NME) basado en el Consenso de Washington (Bulmer Thomas, 2010) implicó la liberación del comercio, la descentralización, la privatización de empresas públicas, la externalización y la reducción de personal en la administración pública (Ramírez Brouchoud, 2009). La firma de tratados internacionales y la política de exención

de impuestos a capitales multinacionales contribuyeron a la instalación de empresas de servicios. A su vez, los procesos de privatización de medios públicos contribuyeron a la conformación de los grandes conglomerados multimediáticos. Ante la necesidad de mantener la competitividad, medios de comunicación pequeños y medianos cerraron, algunos se fusionaron o vendieron sus acciones a los grandes monopolios. La mayoría se especializó e incorporó tecnología a los modos de producción de noticias, y el trabajo se empezó a organizar bajo modalidades toyotistas. Cambió el modo de entender el periodismo: se impuso una visión de *business*, *administration*, *infotainment* y *newsfiction* (Dimitriu, 1997, p. 228). Se redujo el campo mediático y, consecuentemente, los puestos disponibles para comunicadores y periodistas. Asimismo, se incrementaron, exponencialmente, las relaciones laborales atípicas.

A su vez, estudios realizados en Argentina dieron cuenta de cómo, a partir de los años noventa (Sidicaro, 2001; Calcagno & Calcagno, 2001), el mercado llevó a la fuerza de trabajo a desarrollar la estrategia de supervivencia del pluriempleo y empezó a subutilizar las capacidades de los profesionales (Gómez, 2000). El mercado buscaba profesionales con competencias genéricas y transversales, que desarrollasen aprendizajes diversos, trabajasen multi- e interprofesionalmente, y produjesen análisis según situaciones cambiantes. En tal sentido, la educación basada en la acopiación de capital cognitivo, información o destrezas específicas perdía adaptabilidad (Gómez, 2000).

Mientras tanto, el nuevo modelo tecnológico que permitió el proceso de adaptación digital de los medios masivos y, concomitantemente, el desarrollo de los medios nativos digitales (Reyna García, 2021c) implicó cambios en los modelos de negocios, en los modos de producir las noticias, y en los formatos y géneros periodísticos (Vega Velásquez, 2018). Asimismo, la crisis del periodismo tradicional fue conceptualizada por distintos estudiosos como “periódicos poscorporativos” (McChesney & Nichols, 2010, como se cita en Reyna García, 2021a, p. 4), periodismo posindustrial (Anderson et al., 2014, como se cita en Reyna García, 2021a, p. 4), el más allá del periodismo (ligado a las organizaciones nativas digitales) (Deuze & Witschge, 2020, como se cita en Reyna García, 2021a, p. 4) o periodismo pionero (Hepp & Loosen, 2021, como se cita en Reyna García, 2021a, p. 4).

Para los comunicadores, fue necesario formarse en nuevas tecnologías y adaptarse vertiginosamente a los cambios de la World Wide Web. De repente, el colectivo profesional debió migrar de la plataforma de negocios Web 2.0 a la plataforma semántica Web 3.0 (o ejecutable), y de allí al Agente Electrónico Ultra Inteligente o Web 4.0 (de carácter simbiótico, ubicuo y ejecutable) (Kujur & Chhetri, 2015). En particular, el paso de la World Wide Web a la Web 3.0 implicó para los comunicadores la generación de nuevos nichos de inserción laboral, la reconfiguración de sus ámbitos habituales de trabajo, de sus rutinas productivas, prácticas laborales y competencias cognitivas requeridas (Scolari, 2008). Un entramado interactivo de lenguajes, nuevos modos de escritura, representaciones, imaginarios, narrativas, tecnologías digitales, reticulares, hipertextuales,

multimediales e interactivas contribuyeron a estos cambios. La Web 4.0 agrega a lo anterior el desarrollo y confluencia de las redes sociales, el *big data*, la inteligencia artificial (IA) y el M2M (*machine to machine*) (Almeida, 2017). Según Marconi (2020, como se cita en Gondwe, 2020), la IA se presenta como un desafío para los periodistas, aunque también, entendemos, para los comunicadores. Por otra parte, del *big data* surge el periodismo de datos (Salaverría Aliaga, como se cita en Vega Velásquez, 2018). Para Morales (2017), en la actual etapa de reorganización capitalista, “la naturaleza de las tecnologías digitales permite, pero a la vez exige, márgenes y modalidades de apropiación inéditos por parte de los usuarios” (p. 40).

El proceso de hiperdigitalización se transformó en una condición estructural que afecta, directa o indirectamente, las trayectorias de los profesionales de la comunicación y del periodismo. La cuarta revolución industrial (o segunda *machine age*) implicó procesos de masificación de las TIC, digitalización y automatización (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Para sostener la competitividad, el sistema socioproductivo desarrolló nuevas estrategias exigiendo a la fuerza de trabajo que sea plástica y que desarrolle habilidades y competencias en el marco de trayectorias laborales flexibles, con alternancia de periodos de empleo y desempleo (Rodríguez Fernández & Pérez del Prado, 2018). Así, las modalidades de empleo, trayectorias y relaciones laborales adquieren contornos difusos. Un estudio realizado por Blanco Herrero et al. (2020) sobre condiciones laborales de periodistas en Brasil, México, España y Portugal, en dos periodos de tiempo (2007-2017), señaló que el pluriempleo aumentó para la mayoría de ellos; que se ha incrementado la importancia de un segundo empleo, que ha disminuido el empleo a tiempo completo y ha aumentado el empleo a tiempo parcial y el trabajo *freelance*. Otros estudios sobre las condiciones laborales de comunicadores en general refuerzan estos resultados. Por su parte, Reyna García (2019) mostró cómo la imposición de contratos laborales individualizados por parte de periódicos del norte de México a los profesionales contribuyó a incrementar el riesgo de desempleo, la insatisfacción laboral y la rotación. Además, mostró cómo la rotación de periodistas convirtió a las salas de redacción, otrora consideradas lugares de construcción de identidades y desarrollo de trayectorias laborales, en lugares de transición (Reyna García, 2021a). Por último, el autor entiende que los periodistas tendrían que ser considerados como agentes de movilidad (Reyna García, 2021b).

Ahora bien, a partir de la pandemia del COVID-19, el teletrabajo se instaura irremediablemente como modalidad de empleo y contribuye a una nueva flexibilización de las condiciones de trabajo y trayectorias, así como del espacio-tiempo de los profesionales; conduce al solapamiento de sus tiempos privados con los del trabajo, del tiempo productivo con el reproductivo, a una mayor digitalización y automatización de sus rutinas laborales (Blanco, 2021). Se evidencia el incremento de los riesgos psicosociales derivados del confinamiento, las suspensiones, los despidos, las desigualdades de género al

interior de los hogares y una nueva manera de relacionarse con las tecnologías: el estrés y sus efectos en la salud de los profesionales. En ese marco, un estudio uruguayo mostró cómo los líderes de la comunicación interna de algunas organizaciones empezaron a adoptar un rol crucial para mitigar el estrés y contribuir al bienestar de los empleados (Arzuaga Williams et al., 2021). La tecnología permite el entrelazamiento entre el periodismo de datos y la IA generando un panorama inédito y desafiante (De-Lima-Santos & Salaverría, 2021).

En general, los cambios tecnológicos implican una redefinición tanto del tipo de profesional en comunicación como de los distintos modos de articular sus competencias y habilidades en nuevos entornos sociales y profesionales. Hoy, las profesiones pierden la sobreespecialización característica de finales del siglo XIX (Karam Cárdenas, 2017).

### **Perfiles profesionales, calificaciones y competencias demandadas por el mercado**

Estudios realizados a lo largo y ancho de América Latina, por su parte, han mostrado cuáles son los perfiles profesionales, calificaciones y competencias que el mercado de trabajo espera de los graduados de comunicación o periodismo. Si bien hay una mayoría de estudios que se focalizan en los procesos de inserción laboral de periodistas, sin embargo, otro porcentaje no menor se dedica a estudiar lo que ocurre con comunicadores de manera general y con comunicadores institucionales en particular.

#### *Chile*

En los distintos estudios desarrollados por Mellado Ruiz y sus colegas, los autores hacen referencia a la importancia creciente de la producción de contenido institucional por parte de profesionales de la comunicación. Es decir, la comunicación corporativa y estratégica aparece como la competencia más valorada por parte del mercado, y no tanto aquellas restringidas a los medios de comunicación (Mellado Ruiz & Parra, 2008; Mellado Ruiz et al., 2009; Mellado Ruiz et al., 2010). Una apreciación similar se encuentra en Délano et al. (2007), quienes abordan el mercado para periodistas. Los autores mencionan la necesidad de que los periodistas se formen en disciplinas como la publicidad y los recursos humanos.

#### *Colombia*

En Colombia hallamos estudios que hacen referencia a nuevas figuras laborales. Ocampo Villegas (2019) señala la preponderancia que han adquirido dentro de los departamentos de comunicación las profesiones como la del publicista, el licenciado en mercadotecnia, el administrador de empresas o el comunicador corporativo, antes que el comunicador social o periodista. Es que, según afirma la autora, las competencias más valoradas por los empleadores son aquellas relacionadas con el hacer (tales como la realización de los

productos, la comprensión de la intención comunicativa, y la investigación y planificación de procesos comunicativos), y no con el pensar (Ocampo Villegas, 2019). Estrechamente ligado con este estudio, Zambrano Ayala et al. (2018) postulan cuáles son las competencias en que deben formarse los comunicadores para acceder al mercado de trabajo actual, entre ellas destacan el conocimiento de las tecnologías, el trabajo en equipo, la habilidad para adaptarse a los cambios, los conocimientos sobre teorías de comunicación digital, el espíritu emprendedor, entre otras.

### *México*

Una serie de estudios desarrollados en México indagan sobre aspectos que revisten interés a la hora de comprender las demandas actuales del mercado. Entre dichos aspectos, se hallan las actividades que llevan a cabo los comunicadores, los nuevos espacios que se están consolidando para estos profesionales, y el perfil esperado o deseado por los empleadores en el mercado de trabajo.

Ayala Perdomo (2009) ilustra, en una investigación desarrollada en la Universidad Autónoma del Estado de México, que, de un total de 45 encuestados, el primer grupo modal (36,36 %) hace actividades “de comunicación audiovisual”, como la preproducción, la producción y la posproducción de audiovisuales tanto para empresas públicas como para negocios propios; fotografía; edición de imágenes; cámara; diseño gráfico; publicidad; diseño editorial; edición de video; conducción y locución; y realización de cápsulas para radio y televisión. Por otro lado, el segundo grupo modal (33 %) efectúa actividades relativas a la “comunicación social”, tales como la asistencia en la comunicación organizacional de una empresa; la difusión de programas sociales; la coordinación y supervisión de contenidos de programas en radio; el seguimiento de medios de coordinación en la comunicación interna de una empresa; la atención ciudadana; la coordinación y supervisión de noticias; la atención a medios, redacción de boletines, reportes y evaluaciones (Ayala Perdomo, 2009).

Asimismo, el estudio de Medina Medina et al. (2015) muestra resultados similares. Los autores destacan la importancia que tiene para los empleadores que los comunicadores posean habilidades relativas al uso de sistemas de *softwares*, computadoras y cámaras.

Por otro lado, los resultados de la investigación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC, 2014) presentan la visión de los empleadores respecto de los espacios que se están abriendo para los comunicadores.

Según el estudio, los empleadores de organismos públicos sostienen que se está revalorizando el rol de los comunicadores en los altos niveles de las instituciones. Opinan, además, que se hallan nuevos espacios en actividades vinculadas con portales

informativos y las redes sociales. Asimismo, afirman que otras áreas en las que existen oportunidades son la cultural y la comunicación política. En cuanto a los entrevistados pertenecientes a empresas privadas, afirman que los potenciales espacios para comunicadores son la comunicación de crisis, la consultoría en imagen y la mercadotecnia digital. Quienes pertenecen a empresas televisoras también mencionan el manejo de redes sociales, la mercadotecnia, la comunicación política y el manejo de la imagen pública. Por último, los empleadores de medios impresos y radio señalan que las tecnologías permiten desarrollar proyectos propios y no depender de una contratación. Cabe señalar también que los empleadores hacen hincapié en que muchos jóvenes egresados consideran que el único campo de trabajo es el de los medios, cuando en realidad la actividad del comunicador en las organizaciones también ofrece amplias posibilidades (CONEICC, 2014).

Por otro lado, resulta interesante recuperar el perfil de comunicador que esperan las empresas. Los entrevistados pretenden contar con un profesional honesto, decente, trabajador, respetuoso, íntegro, preparado, ético, que esté dispuesto a dar más de lo que se le pida, que tenga pasión por el oficio. Con iniciativa, espíritu de servicio, curiosidad intelectual, interés por ampliar sus conocimientos, que escriba muy bien, acuciosos en las redes sociales, que sea capaz de tener una buena práctica del ejercicio profesional, es decir que los objetivos que se plantee sean claros, y que los procedimientos que tenga que seguir estén también claros (CONEICC, 2014).

Por último, el estudio longitudinal de diez generaciones de graduados (1994-2003) de la Carrera de Comunicación y Periodismo de la Universidad del Altiplano, de la ciudad de Ocotlán, desarrollado por Sánchez Olavarría (2012a, 2012, 2013, 2014), diferencia tres tipos de ámbitos de desempeño, a los que asoció distintas funciones que pueden cumplir estos profesionales en el mercado de trabajo: el “comunicacional”, el “indirectamente relacionado” y el “no relacionado”. El “indirectamente relacionado” incluye funciones para las cuales los egresados no fueron preparados, aunque, por su perfil, quedan habilitados, tales como las funciones de docencia, diseño gráfico y relaciones públicas. El “no relacionado” cumple funciones ajenas a la formación, tales como bibliotecarios, ejecutivos de ventas, asistentes, administrativos y encargados de control escolar. El “comunicacional” abarca a los comunicadores “de campo” (corresponsales, encargados de difusión y reporteros) y “de escritorio” (analistas, asistentes de producción, creadores de campañas publicitarias, conductores, diseñadores, editores, locutores, productores, verificadores de anuncios publicitarios y voceros).

En otro artículo, Sánchez Olavarría (2013) estableció los requisitos formales de inserción. Allí el autor distingue entre “documentos oficiales” (cuyas categorías son: título de licenciatura y documentos adicionales), “experiencia laboral disciplinaria” (cuyas categorías son: experiencia en medios electrónicos, experiencia en medios impresos, y experiencia en medios digitales y *software*), “habilidades profesionales” (cuyas categorías



son: buena expresión verbal, muy buena redacción y ortografía, personas críticas, e idiomas) y “factores socioeconómicos” (Sánchez Olavarría, 2013).

### *Argentina*

La investigación desarrollada por Gordillo (2017) aborda exclusivamente a profesionales que se desempeñan en ámbitos institucionales de la ciudad de Chilecito. Los resultados indican que solo en el 11 % de las organizaciones encuestadas las actividades de comunicación son delegadas a un licenciado en Comunicación Social, en el 54 % no son siquiera delegadas a profesionales y en un 11 % son realizadas por otros profesionales. Otro dato que puede resultar sugestivo en Gordillo (2017) es que el 89 % de los empleadores considera que contar con estos profesionales podría contribuir a mejorar la gestión.

## **DISCUSIÓN**

En este artículo nos propusimos comprender la cuestión referida a la distancia entre la universidad y el mercado para comunicadores sociales o, si lo entendemos de otra manera, brindar una respuesta a por qué la formación recibida en las Facultades de Comunicación de Latinoamérica no se adecúa a las demandas que requiere el mercado actual de trabajo.

A partir de los resultados hallados en esta investigación teórica, pareciera que, para comprender en profundidad la distancia entre la universidad y el mercado para comunicadores y periodistas, podría resultar útil incorporar al análisis global una serie de análisis pormenorizados de las características y evolución de nuestras sociedades y el sistema socioprodutivo, de las demandas para los comunicadores a lo largo del tiempo, y de las características y evolución del campo disciplinar y el currículo. Esto permitiría elaborar un mapa heurístico, actualizado y actualizable, que quizá pueda contribuir a saldar este abismo entre la formación y el mercado.

A su vez, para completar el mapa, estimamos que podría ser valioso desarrollar estudios longitudinales de trayectorias educativas y laborales de graduados, que incorporen problemáticas como la desigualdad de género y el advenimiento de la virtualidad como modalidad principal de trabajo. Los estudios longitudinales de seguimiento de graduados, de carácter cualitativo y biográfico, incorporan los factores de carácter contextual amplio mencionados en el párrafo precedente. En tal sentido, el estudio integral de los procesos de inserción laboral de distintas cohortes de graduados y graduadas de las Carreras de Comunicación de Latinoamérica implica analizar los tiempos de educación y de trabajo, la manera en que se produce el interjuego entre la situación del contexto social y económico, los cambios en la estructura productiva y el mercado, y las decisiones individuales de los sujetos. Estos estudios permiten redirigir la mirada a los sujetos, es decir, a quienes son receptores tanto de los currículos como de

las demandas del mercado. Permiten comprender cómo se reconfiguran las trayectorias de los individuos, los ámbitos tradicionales de ejercicio de la profesión, los nuevos escenarios de inserción laboral y las identidades sociales-profesionales. Otras propuestas tienen relación con la implementación en las Carreras de Comunicación de programas de investigación inter- y transdisciplinarios, con investigadores de otras ramas de las ciencias sociales y humanas (sociología, economía, ciencia política, antropología, lingüística, semiótica, historia, psicología), para obtener conocimientos actualizados sobre las problemáticas del campo comunicacional, tecnológico y digital, y alimentar, de este modo, los currículos. Con Mellado Ruiz et al. (2020) coincidimos en que resulta necesaria la comprensión de los significados y consecuencias de los cambios referidos al mundo digital. Asimismo, la tendencia cada vez menos reversible de la digitalización de los procesos de trabajo plantea a las Carreras de Comunicación, tal vez, el desafío de brindar a sus estudiantes una alfabetización digital y una formación teórico-práctica destinada a obtener y desarrollar algunos conocimientos, destrezas y calificaciones no solo multimediales, de creación de páginas web y de manejo de redes sociales, sino también de programación, estadística, matemática, ciencia de datos o aprendizaje automático (Antón Bravo & Serrano Tellería, 2021). Para las Carreras de Periodismo, quizá, el periodismo de datos se convierta, a futuro, en un *must*. Según el LACM (Álvarez-Nobell et al., 2021), los temas estratégicos que hoy preocupan a los profesionales de la comunicación corporativa son la evolución digital y la web social, el *big data*, los algoritmos y las nuevas formas de crear y distribuir contenidos.

Las Carreras de Comunicación de América Latina se encuentran ante un gran desafío: el de diseñar planes de estudio flexibles, con una formación integral (tanto teórica como práctica), que permitan poner a los estudiantes en contacto y relación con los grandes debates de la disciplina, los desarrollos y descubrimientos sobre los últimos avances tecnológicos y las problemáticas de la región, así como con situaciones problema (es decir, con hechos sociocomunicacionales susceptibles de ser investigados y puestos en discusión para ser comprendidos y, eventualmente, resueltos inter- y transdisciplinariamente).

En síntesis, a partir de los estudios de trayectorias, del contexto en sentido amplio y el desarrollo de programas de investigación inter- y transdisciplinarios, se podrían armar mapas heurísticos y *aggiornar* los planes de estudio. A partir de la estructuración de los nuevos perfiles profesionales, se implementarán luego los procesos de inserción laboral de los estudiantes y graduados. Coincidimos con Martín Barbero (2008) en que, si la universidad no quiere quedar al margen de las sistemáticas transformaciones del sistema productivo actual, y las maneras en que este contribuye a reconfigurar el mapa de las profesiones, se verá enfrentada a la necesidad de incorporar a sus currículos no solo los saberes indispensables, sino también los rentables. De lo contrario, se corre el riesgo de facilitar al mercado la marginación o exclusión de los graduados

en comunicación y periodismo. Quizá la distinción (y no oposición) entre saberes indispensables (conocimientos poco o nada funcionales al sistema hegemónico) y saberes rentables resulte en una encrucijada donde se dirima el sentido y el futuro de las Carreras de Comunicación.

## REFERENCIAS

- Almeida, F. (2017). Concept and dimensions of Web 4.0. *International Journal of Computer and Technology*, 16(7), 7040-7046. DOI: 10.24297/ijct.v16i7.6446
- Álvarez-Nobell, A., Molleda, J. C., Moreno, A., Athaydes, A., Suárez-Monsalve, A. M., & Herrera, M. (2021). *Comunicación estratégica y relaciones públicas en América Latina: crisis del COVID-19 en la gestión de comunicación, ciberseguridad, situación de las mujeres, retos éticos y nuevas competencias. Resultados de una encuesta en 20 países*. EUPRERA.
- Ansaldi, W., & Giordano V. (2012). *América Latina. La construcción del orden. De la Colonia a la disolución de la dominación oligárquica* (t. I). Ariel.
- Antón Bravo, A., & Serrano Tellería, A. S. (2021). Innovación en la docencia del periodismo a través de la ciencia de datos. *European Public and Social Innovation Review*, 6(1), 70-85. <https://doi.org/10.31637/epsir.21-1.6>
- Arzuaga Williams, M., Pepe Arias, I., & Umpiérrez Echenique, A. (2021). Teletrabajo en pandemia: la crisis que le dio a la comunicación interna su gran oportunidad. *Pangea. Revista de Red Académica Iberoamericana de Comunicación*, 12(1), 1-16. <https://doi.org/10.52203/pangea.v12i1.130>
- Ayala Perdomo, J. C. (2009). Seguimiento laboral de egresados 2008. Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UAEM. *Espacios Públicos*, 12(26), 315-328. <https://www.redalyc.org/comocitar.ou?id=67612145019>
- Basualdo, V., & Esponda M. A. (2014). La expansión de la tercerización a nivel global a mediados de los años setenta, sus antecedentes históricos y su alcance actual. En V. Basualdo y D. Morales (Coords.), *La tercerización laboral. Orígenes, impacto y claves para su análisis en América Latina* (pp. 19-64). Siglo XXI Editores.
- Bisbal, M. (2001). La nueva escena y el comunicador social: el resentimiento entre la razón identificante y la razón instrumental. ¿Desde dónde pensamos el problema? *Diálogos de la Comunicación*, 62, 9-25.
- Blanco, C. (2016). *Trayectorias de formación y de trabajo de graduados de comunicación de la UNC en un contexto heterogéneo. Un estudio longitudinal* [Tesis doctoral no publicada]. Universidad Nacional de Córdoba.

- Blanco, C. (2018). Trayectorias de formación y de trabajo de graduados de comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba en un contexto heterogéneo. Un estudio longitudinal. *Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, 22(35), 221-229. [http://alast.info/relet\\_ojs/index.php/relet/article/view/276](http://alast.info/relet_ojs/index.php/relet/article/view/276)
- Blanco, C. (2020). Los comunicadores y la construcción de una identidad social-profesional. En M. Panaia (Coord.), *Tensiones entre la asalarización y la profesionalización. El difícil equilibrio entre la autonomía y la estabilidad* (pp. 61-97). Miño y Dávila.
- Blanco, C. (2021, 24-26 de junio). *Relatoría de la Mesa 3.4: Procesos de inserción laboral de profesionales antes y durante la pandemia del COVID 19*. VI Jornadas Nacionales de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades "Trabajo, educación, territorio y sociedad en el marco de la pospandemia", Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Argentina.
- Blanco Herrero, D., Oller Alonso, M., & Arcila Calderón, C. (2020). Las condiciones laborales de los periodistas iberoamericanos. Diferencias temporales y geográficas en Brasil, México, Chile, España y Portugal. *Comunicación y Sociedad*, 17, e7636. <https://doi.org/10.32870/cys.v2020.7636>
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2016). *Systematic approaches to a successful literature review*. Sage.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age, work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. Norton & Company.
- Bulmer Thomas, V. (2010). *La historia económica de América Latina desde la Independencia*. Fondo de Cultura Económica.
- Calcagno, A. E., & Calcagno, E. (2001). ¿Cuánto tiempo le queda al modelo? De Martínez de Hoz al blindaje. *Le Monde Diplomatique*, (19), 9-11.
- Cerruti, P. (2019). Comunicación, política y poder: una reconsideración de la obra de Harold Lasswell. *Austral Comunicación*, 8(2), 191-220.
- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. (2014). *Diagnóstico de la formación y el campo laboral de los comunicadores en México*. Academia.edu. [https://www.academia.edu/11049326/Diagn%C3%B3stico\\_de\\_la\\_formaci%C3%B3n\\_y\\_el\\_campo\\_laboral\\_de\\_los\\_comunicadores\\_en\\_M%C3%A9xico](https://www.academia.edu/11049326/Diagn%C3%B3stico_de_la_formaci%C3%B3n_y_el_campo_laboral_de_los_comunicadores_en_M%C3%A9xico)
- Deharbe, D. C. (2017). Las "huellas" sobre el saber técnico. Relatos sobre los itinerarios de formación de los estudiantes de comunicación social. *RevCom*, 5, 153-167. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/article/view/4489>

- Deharbe, D. C. (2018). Las huellas sobre el saber técnico. Relatos sobre los itinerarios de formación de los estudiantes de Comunicación Social. *Revista Científica de la REDCOM*, 5(3), 153-167. [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/67871/Documento\\_completo\\_\\_\\_.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/67871/Documento_completo___.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- De la Garza, E. (2000). El fin del trabajo o el trabajo sin fin. En E. de la Garza (Coord.), *Tratado latinoamericano de sociología del trabajo* (pp. 755-774). Fondo de Cultura Económica.
- Délano D., Niklander K., & Susacasa P. (2007). Los periodistas recién titulados y el mercado laboral. *Calidad en la Educación*, 27, 206-234. <http://dx.doi.org/10.31619/caledu.n27.224>
- De-Lima-Santos, M.-F., & Salaverría, R. (2021). From data journalism to artificial intelligence: challenges faced by *La Nación* in implementing computer vision in news reporting. *Palabra Clave*, 24(3), e2437. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2021.24.3.7>
- Dimitriu, A. (1997). Cuando las cosas son llamadas por su precio: del periodismo de opinión a la información como valor de cambio. En A. Entel (Comp.), *Periodistas: entre el protagonismo y el riesgo* (pp. 217-232). Paidós.
- Dombois, R., & Pries, L. (2002). *Relaciones laborales entre mercado y Estado. Sendas de transformación en América Latina*. Nueva Sociedad.
- Dorfman, A., & Mattelart A. (1973). *Para leer al Pato Donald*. Siglo XXI Editores.
- Entel, A. (2017, septiembre). *Comunicadores: entre el deseo y la brújula rota* [Presentación de *paper*]. XV ENACOM, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos, Argentina.
- Follari, R. (2000). Comunicología latinoamericana: disciplina a la búsqueda de un objeto. *Revista Fundamentos en Humanidades*, 1, 50-55.
- Fuentes Navarro, R. (1998). *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).
- Fuentes Navarro, R. (2003). La producción social de sentido sobre la producción social de sentido: hacia la construcción de un marco epistemológico para los estudios de la comunicación. En M. I. Vassallo de Lopes (Org.), *Epistemologia da comunicação* (pp. 15-40). Loyola.
- Fuentes Navarro, R. (2007). Prácticas profesionales y utopías universitarias: notas para repensar el modelo del comunicador. *Diálogos de la Comunicación*, 74, 1-7.

- Fuentes Navarro, R. (2011a). Condiciones institucionales para la práctica de la investigación académica de la comunicación: la persistencia de la triple marginalidad en México. En E. Sánchez Ruiz (Coord.), *Qué pasa con el estudio de los medios. Diálogo con las ciencias sociales en Iberoamérica* (pp. 15-55). Comunicación Social.
- Fuentes Navarro, R. (2011b). Pensamiento comunicacional latinoamericano y convergencia digital. Retos epistemológicos y académicos. En C. del Valle, F. J. Moreno & F. Sierra (Coords.), *Cultura latina y revolución digital. Matrices para pensar el espacio iberoamericano de comunicación* (pp. 41-68). Gedisa.
- Fuentes Navarro, R. (2011c). *Tendencias de la investigación de la comunicación en América Latina: reflexiones sobre una internalización desintegrada* [Sesión de conferencia]. Encuentro Nacional de la SEICOM, Quito, Ecuador.
- Fuentes Navarro, R. (2012a). *La comunicación y la doble hermenéutica: convergencias entre disciplinas científicas y profesiones* [Presentación de paper]. XI Congreso de la ALAIC, Montevideo, Uruguay.
- Fuentes Navarro, R. (2012b). La formación de investigadores en ciencias sociales y humanas: agencia y estructura socioeducativa en la periferia de la sociedad del conocimiento. *Signo y Pensamiento*, 30(60), 62-72.
- Gordillo, M. A. (2017). Comunicación y educación. Análisis de la demanda de egresados de la licenciatura de Comunicación Social en organizaciones. *Correspondencias & Análisis*, 7, 159-175. <https://doi.org/10.24265/cian.2017.n7.09>
- Gómez, M. (2000). *El mercado de trabajo para los egresados universitarios recientes*. Editorial de la Universidad Nacional Tres de Febrero.
- Gondwe, G. (2020). Book review. *Newsmakers: Artificial Intelligence and the Future of Journalism*, by Francesco Marconi. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98, 289-290. <https://doi.org/10.1177/1077699020957963>
- Karam Cárdenas, T. (2017). Nuevas tecnologías, nuevos perfiles profesionales en comunicación. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, XIV(27), 56-67. <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/article/view/1057/517>
- Kujur, P., & Chhetri, B. (2015). Evolution of the World Wide Web: journey from Web 1.0 to Web 4.0. *International Journal of Computer Science and Technology*, 6(1), 134-138.
- León Duarte, G. A. (2012a). *Comunicación y desarrollo en América Latina. La investigación latinoamericana de la comunicación frente al siglo XXI* [Presentación de paper]. AE-IC Comunicación y Desarrollo en la Era Digital, Málaga, España. <http://fama2.us.es/fco/congresoaeic/60.pdf>

- León Duarte, G. A. (2012b). Historia y comunicación en América Latina. El papel de Ciespal en el proceso de institucionalización de los estudios de la comunicación en América Latina. *Miguel Hernández Communication Journal*, 3, 235-261. [http://mhcj.es/2012/12/09/gustavo\\_leon/](http://mhcj.es/2012/12/09/gustavo_leon/)
- Lozano-Ascencio, C., & Mariño, M. V. (2010). La enseñanza universitaria de las teorías de la comunicación en Europa y América Latina. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, 255-265. DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-898-255-265
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. G. Gili.
- Martín Barbero, J. (2008). Repensar/reubicar la universidad en una sociedad del conocimiento con agenda de país. *Hoy la Universidad*. <http://www.unc.edu.ar/sobre-launc/historia/reforma/hoylau/articulos/repensar-reubicar-la-universidad-en-unasociedad-del-conocimiento-con-agenda-de-pais-por-jesus-martin-barbero>
- Mattelart, A. (1973). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Siglo XXI Editores.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós.
- Medina Medina, M., Enciso Arámbula, R., & Ávalos Flores, I. (2015). Exigencias en el desempeño profesional de los egresados de la licenciatura de Comunicación y Medios de la Universidad Autónoma de Nayarit. *EDUCATECONCIENCIA*, 6(7), 39-53. <https://core.ac.uk/download/pdf/277458648.pdf>
- Mellado Ruiz, C. (2009). Evolución del campo ocupacional y académico del periodista latinoamericano: lógicas de mercado y esquemas de formación. *Opción*, 25(59), 11-24.
- Mellado Ruiz, C. (2010). Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica. *Revista de Ciencias Sociales*, 16(1), 9-20. [http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182010000100002](http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182010000100002)
- Mellado Ruiz, C., & Parra, E. (2008). Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile. *Opción*, 24(55), 145-167. <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/opcion/article/view/6429>
- Mellado Ruiz, C., Salinas, P., & Barría, S. (2009). Estructura de empleo periodístico y validación profesional de sus prácticas en el mercado laboral chileno. *Innovar*, 20(36), 91-106. [https://www.researchgate.net/publication/292769495\\_Estructura\\_del\\_empleo\\_periodistico\\_y\\_validacion\\_profesional\\_de\\_sus\\_practicas\\_en\\_el\\_mercado\\_laboral\\_ch](https://www.researchgate.net/publication/292769495_Estructura_del_empleo_periodistico_y_validacion_profesional_de_sus_practicas_en_el_mercado_laboral_ch)
- Mellado Ruiz, C., Salinas, P., Del Valle, C., & González, G. (2010). Estudio comparativo de cuatro regiones: mercado laboral y perfil del periodista. *Cuadernos de Información*, 26, 45-64. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=97114962005>

- Mellado Ruiz, C., Georgiou, M., & Nah, S. (2020). Advancing journalism and communication research: new concepts, theories and pathways. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(2), 333-341. <https://doi.org/10.1177/1077699020917204>
- Moragas Spà, M. (2011). Introducción. Ubicación epistemológica e ideológica de la investigación en comunicación. En *Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa* (pp. 15-26). Gedisa.
- Morales, S. (2017). Imaginación y *software*, aportes para la construcción del paradigma de la apropiación. En R. Cabello & A. López (Eds.), *Contribuciones al estudio de procesos de apropiación de tecnologías* (pp. 39-53). Ediciones del Gato Gris.
- Muñoz, B. (1989). *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*. Editorial Barcanova.
- Ocampo Villegas, M. C. (2019). Mercado laboral de los comunicadores corporativos en las organizaciones en Colombia. *Perfiles Educativos*, 41(165), 81-95. <https://doi.org/10.22201/issue.24486167e.2019.165.58996>
- Pinto, A. (1970). Naturaleza e implicaciones de la heterogeneidad estructural de la América Latina. *El Trimestre Económico*, 37(145-1), 83-100.
- Pinto, A. (1973). *Heterogeneidad estructural y modelo de desarrollo reciente de la América Latina*. CEPAL, ILPES.
- Quiroz Velasco, T. (2007). Los comunicadores sociales: ¿entre la crítica y el mercado? *Diálogos de la Comunicación*, 74. <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2015/74/74-revista-dialogos-los-comunicadores-sociales.pdf>
- Ramírez Brouchoud, M. F. (2009). Las reformas del Estado y la administración pública en América Latina y los intentos de aplicación del *New Public Management*. *Estudios Políticos*, 34, 115-141. <http://www.scielo.org.co/pdf/espo/n34/n34a6.pdf>
- Reyna García, V. H. (2019). Individualización y riesgo de desempleo en los periódicos del norte de México. *Frontera Norte*, 31, artículo 14. <http://dx.doi.org/10.33679/rfn.v1i1.2047>
- Reyna García, V. H. (2021a). Journalists as mobility agents: labor mobilities, individualized identities, and emerging organizational forms. *Journalism*, 0(0), 1-18. <http://dx.doi.org/10.1177/14648849211058343>
- Reyna García, V. H. (2021b). Las salas de redacción como no lugares. *Brazilian Journalism Research*, 17(2), 402-423. <http://dx.doi.org/10.25200/BJR.v17n2.2021.1394>
- Reyna García, V. H. (2021c). Los estudios sobre el periodismo digital en México: dos décadas de investigación dispersa. *Comunicación y Sociedad*, 18, e7846. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.784>



- Rodríguez Fernández, M. L., & Pérez del Prado, D. (2018). El impacto de la economía 4.0 sobre las condiciones de trabajo y empleo. Estudio de caso en dos empresas de base tecnológica. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 3(72), 355-372. DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/CRLA.60701>
- Salvia, A. (2016). Introducción. Heterogeneidad estructural y marginalidad económica en un contexto de políticas heterodoxas. En A. Salvia & E. Chávez Molina (Coords.), *Claves sobre la marginalidad y la movilidad social. Segregación urbana y cambios macroeconómicos* (pp. 19-41). Biblos.
- Sánchez Olavarría, C. (2012a). La práctica profesional del comunicador de la Universidad del Altiplano: un panorama de su trayectoria. *Perfiles Educativos*, 34(137), 119-144. <https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2012.137.34120>
- Sánchez Olavarría, C. (2012b). Movilidad profesional y generacional del comunicador de la Universidad del Altiplano. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 14(2), 150-165. [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1607-40412012000200011&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412012000200011&lng=es&tlng=es)
- Sánchez Olavarría, C. (2013). La inserción laboral de los comunicadores de la Universidad del Altiplano. *Revista de la Educación Superior*, 42(165), 105-123. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=604/60428314006>
- Sánchez Olavarría, C. (2014). Los egresados de comunicación y el mercado laboral: un estudio de trayectorias profesionales. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 5(13), 40-54. [https://doi.org/10.1016/S2007-2872\(14\)71952-3](https://doi.org/10.1016/S2007-2872(14)71952-3)
- Schmucler, H. (1973a). Editorial. *Revista Comunicación y Cultura*, 1.
- Schmucler, H. (1973b). Donald y la política. En A. Dorfman & A. Mattelart (Eds.), *Para leer al Pato Donald* (pp. 3-10). Siglo XXI Editores.
- Schmucler, H. (1997). La investigación: ideología, ciencia y política. En H. Schmucler (Ed.), *Memoria de la comunicación* (pp. 131-164). Biblos.
- Scolari, C. (2008). Proyecto "Comunicadores digitales". La formación de los comunicadores en Iberoamérica ante el desafío digital. *Análisis*, 36, 197-209. [https://www.researchgate.net/publication/28262502\\_Proyecto\\_Comunicadores\\_digitales\\_la\\_formacion\\_de\\_los\\_comunicadores\\_en\\_Iberoamerica\\_ante\\_el\\_desafio\\_digital/references](https://www.researchgate.net/publication/28262502_Proyecto_Comunicadores_digitales_la_formacion_de_los_comunicadores_en_Iberoamerica_ante_el_desafio_digital/references)
- Sidicaro, R. (2001). *La crisis del Estado y los actores políticos y socioeconómicos en la Argentina (1989-2001)*. Eudeba.
- Salomón Tarquini, C. (2019). Capítulo 6: Análisis documental, observación documental y análisis de contenido. En C. Salomón Tarquini, S. R. Fernández, M. Á. Lanzillotta

- & P. I. Laguarda (Eds.), *El hilo de Ariadna. Propuestas metodológicas para la investigación histórica* (pp. 83-94). Prometeo Libros.
- Vassallo de Lopes, M. I., & Fuentes Navarro, R. (Coords.). (2005). *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Guadalajara.
- Vega Velásquez, A. M. (2018). El *big data* y los desafíos innovadores para el periodismo. *Comunicación*, (39), 79-89. <https://doi.org/10.18566/comunica.n39.a06>
- Verón, E. (1974a). Presentación: medios masivos y política cultural. Teorías. Estrategias. Tácticas. *Lenguajes*, 1, 7-13.
- Verón, E. (1974b). Acerca de la producción social de conocimiento: el estructuralismo y la semiología en la Argentina y Chile. *Lenguajes*, 1, 96-125.
- Waisbord, S. (2020). Virtual theme collection: journalism and media in Latin America. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 97(3), 594-596. <https://doi.org/10.1177/1077699020912324>
- Wallerstein, I. (2010). *Impensar las ciencias sociales*. Siglo XXI Editores.
- Zambrano Ayala, W. R., García Ramírez, D., & Barrios Rubio, A. (2018). El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 25(1), 587-607. <http://dx.doi.org/10.5209/ESMP.63747>