

**Universidad Mayor de San Andrés
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social
Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción
Social en Comunicación (IpiCOM)**

**El desempeño profesional
de los egresados y titulados
de la Carrera de Ciencias de
la Comunicación Social de la
UMSA en el mercado laboral**

**MSc. María del Carmen Rivero S.
Docente Investigadora**

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN, POSGRADO E INTERACCIÓN
SOCIAL EN COMUNICACIÓN (IpiCOM)
Calle Federico Zuazo esq. Zapata, edificio René Zavaleta, piso 5. Telfs.
2911880-2911890 interno 107. E-mail: ipicom.umsa@gmail.com
La Paz-Bolivia

Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social:

Lic. Edgar Pomar C.

**Directora del Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social
en Comunicación:**

Msc. Esperanza Pinto S.

*El desempeño profesional de los egresados y titulados de la
Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA
en el mercado laboral*

Msc. Carmen Rivero S.

Docente investigadora IpiCOM

Depósito legal: falta

ISBN: falta

Diseño y diagramación

José Ignacio Mamani B.

Impresión:

Hiperactiva

Calle Potosí esq. Loayza N° 406 Of. 6 Mezanine

Teléfono 2204474. Celular: 70113436

E-mail: hiperactivaprint@gmail.com

La Paz-Bolivia

Mayo de 2020.

Equipo investigador

Msc. María del Carmen Rivero S.

Docente investigadora del IpiCOM

Estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social-UMSA

Dania Quispe Valdez

Daniela Conde Coronel

David Blanco Villacuti.

Nicol Apaza Ramos

CONTENIDO

ÍNDICE GENERAL	5
ÍNDICE DE CUADROS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	7
PRESENTACIÓN.....	9
INTRODUCCIÓN	11
ANTECEDENTES	13
CAPÍTULO I. ASPECTOS METODOLÓGICOS	15
1.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA	15
1.2. OBJETIVOS	16
1.2.1. Objetivo general	16
1.2.2. Objetivos específicos	17
CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO	18
2.1. BALANCE DEL ESTADO DEL ARTE	18
2.1.1. Formación académica	18
2.1.2. Condiciones laborales	21
2.1.3. Expectativas y valoración social	23
2.2. MARCO TEÓRICO	25

2.2.1. La comunicación, campo de estudio multi, inter y transdisciplinar	25
2.2.2. Estructura del campo académico de la comunicación	25
2.2.3. Abordaje teórico del problema	27
2.2.3.1. Mercado laboral	27
2.2.3.2. Desempeño profesional	29
2.2.3.3. Formación académica	30
2.2.3.4. Condiciones laborales	31
2.2.3.5. Expectativas y valoración social	32
CAPÍTULO III ESTRATEGIA METODOLÓGICA	33
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	33
3.2. ENFOQUE METODOLÓGICO	34
3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	34
3.4. EL DESEMPEÑO PROFESIONAL Y SUS COMPONENTE	36
3.5. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	38
3.5.1. Entrevistas en profundidad	38
3.5.2. Grupos focales	39
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	40
4.1. GRUPOS FOCALES	40
4.1.1. Componente Formación académica	41
4.1.2. Componente: Expectativas y valoración social	38
4.2. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD	54
4.3. ENTREVISTAS COMPLEMENTARIAS	83

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
5.1. CONCLUSIONES POR TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN Y COMPONENTES	87
5.1.1. Grupos focales - Formación académica	87
5.1.2. Grupos focales - Expectativas y valoración social	89
5.1.3. Entrevistas complementarias - Condiciones laborales	91
5.1.4. Entrevistas en profundidad	92
5.2. DISCUSIÓN	94
5.3. RECOMENDACIONES	97
FUENTES DE CONSULTA	99
ÍNDICE DE CUADROS	
Cuadro 1: Técnicas de recopilación de la información e instrumentos	35
Cuadro 2: Componente Formación académica	23
Cuadro 3: Componente Condiciones laborales	37
Cuadro 4: Componente Expectativas y valoración social	38
ÍNDICE DE FIGURAS	
Figura 1: Estructuras del campo académico de la comunicación	27
Figura 2: Modelo de análisis	36
ANEXO 1 FOTOGRAFÍAS GRUPOS FOCALES	102
ANEXO 2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	109

PRESENTACIÓN



En mayo del 2016, se lanzó la convocatoria al II Congreso de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés con el objetivo de *“Establecer los principios, bases y propuestas para construir una Carrera que forme profesionales integrales e íntegros, dentro de la unidad de teoría, práctica e investigación en el proceso de su formación”*.

A principios del 2017, el Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación (IpiCOM) con el afán de vitalizar su vocación de servicio a la mencionada Carrera, de la cual depende tanto académica como administrativamente, lanzó dos convocatorias cuyos ejes temáticos estaban directamente relacionados con los intereses del II Congreso. Como producto de ello se publicaron dos textos que sistematizaron las propuestas presentadas por docentes y estudiantes correspondientes a las áreas Básica, Troncal y Complementaria determinadas por la Carrera en su primer Congreso, efectuado en 1997.

En los primeros meses del 2018, el IpiCOM perseveró con su vocación de servicio a la mencionada Carrera y lanzó la Convocatoria 01/2018, para su área de investigación, con ejes temáticos que buscaron diagnosticar la situación del mercado laboral en sus dimensiones de

demanda y desempeño profesionales para egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

Las postulantes ganadoras del proceso de selección meritocrático y de defensa de proyecto investigativo de la señalada Convocatoria fueron las docentes MSc. Sandra Villegas T. y MSc. Carmen Rivero S. Ambas ejecutaron sus proyectos con la participación de estudiantes en el marco del proceso enseñanza/aprendizaje de la investigación comunicacional.

El IpiCOM, a tiempo de agradecer el compromiso académico y realzar la solvencia profesional de las colegas Villegas y Rivero, pone en circulación estos dos estudios para la discusión y debate de la comunidad docente-estudiantil que espera participar en el necesario II Congreso de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

MSc. Esperanza Pinto Sardón

**DIRECTORA TITULAR DEL INSTITUTO DE
INVESTIGACIÓN, POSGRADO E INTERACCIÓN SOCIAL
EN COMUNICACIÓN**

INTRODUCCIÓN



La Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA) forma a sus estudiantes y futuros profesionales, con una malla curricular que no ha sido modificada desde el último congreso, realizado en 1997, a pesar que el mercado laboral está cambiando constantemente, junto a las transformaciones económicas y tecnológicas a nivel nacional y global.

Este mercado laboral no solo está en constante transformación, sino que además se hace cada día más competitivo, prueba de ello es que, hasta el año 2011, existían más de 40 carreras de comunicación en el país (Canedo, 2011), y a diferencia de la nuestra, muchas de ellas ofreciendo especialidades en diferentes áreas.

La presente investigación aborda la temática del mercado laboral, a partir de la oferta, pero lo hace desde la perspectiva del desempeño de los profesionales en comunicación en el mismo, sobre la base de tres componentes: *formación académica*, *condiciones laborales* y *expectativas y valoración social* de la profesión de los comunicadores egresados y titulados de esta casa superior de estudios.

En este contexto, se pretende avanzar con el estudio de estos tres componentes, sobre la base de algunos elementos de análisis, emanados de estudios como el realizado por el Observatorio Nacional

de Medios (Onadem), el año 2009 en Bolivia y a nivel regional por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs) el 2010, entre otros. Proporcionar, de esta forma, algunos insumos para el II Congreso de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, que se prevé realizar próximamente.

Esta investigación se llevó adelante con el apoyo del Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación (Ipicom), a través del cual se ha conformado un equipo junto a cuatro estudiantes; tres de la carrera y una becaria de Bibliotecología, que presta servicios en el Ipicom.

Es así que el presente documento está planteado en cinco capítulos. El primero aborda los aspectos metodológicos que guiaron la investigación, tales como la delimitación temática y el problema de estudio, así como los objetivos del mismo. En el segundo, se conceptualiza a la comunicación como campo de estudio, desde las prácticas de producción, reproducción y aplicación del conocimiento, enmarcándose, sobre todo en estas dos últimas, ya que las mismas se refieren a la formación académica y la profesión. Se hace también un abordaje teórico del problema, desde los componentes de la investigación y un balance de las investigaciones hechas hasta el momento sobre esta temática.

En el tercer capítulo, se expone la estrategia metodológica y se plantean los instrumentos que servirán para la recopilación de la información. En el cuarto se lleva adelante el análisis de los resultados y en el quinto las conclusiones y recomendaciones más relevantes de la investigación.

ANTECEDENTES



El número de carreras de comunicación en Bolivia, con diferentes denominativos, llegaba a 44 hasta el año 2011. Todas ellas albergaban a aproximadamente 18.000 estudiantes (Canedo, 2011). De éstas, 16 se encontraban en Santa Cruz, 12 en La Paz, 6 en Cochabamba, 4 en Potosí, 2 en Tarija, una en Oruro, una en Chuquisaca, una en Pando y una en Beni.

Sin embargo, la primera fue creada en la Universidad Católica Boliviana (UCB) en 1969, inicialmente como un curso de periodismo. Quince años más tarde, nace la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, por Resolución del Honorable Consejo Universitario No. 153, del 20 de agosto de 1984, compartiendo, no solo las aulas de las carreras de Sociología y Trabajo Social, sino también los docentes y las asignaturas, contempladas para el primer semestre. Posteriormente, se fueron incluyendo materias más relacionadas a esta área de estudio, como *Historia de la comunicación* o *Psicología de la comunicación*, de acuerdo a los datos proporcionados por el primer director de esa carrera, José Bernal.

Esta carrera, que comenzó su trabajo con aproximadamente 500 estudiantes, el 2016 contaba con 4.771 matriculados y para el 2017

alcanzó los 4.965¹, constituyéndose en una de las más grandes del país.

El I Congreso Académico de esta carrera, llevado a cabo en 1997, definió el perfil profesional del licenciado en Ciencias de la Comunicación Social con las siguientes menciones: *Planificación en políticas de comunicación, Comunicación y educación alternativa y popular, Periodismo y Producción audiovisual*. Durante el mencionado congreso se establecieron, además, cuatro áreas de estudio: *Teorías de la comunicación, Cientista social, Lenguaje y periodismo e Investigación*.

La propuesta señalada planteó también la necesidad de acortar la brecha existente entre la teoría y la práctica con la implementación del *Taller de síntesis*, mismo que involucró la interacción entre estudiantes de los primeros cursos con los que están finalizando la carrera, para coordinar un ejercicio similar al que se desarrolla en una sala de redacción o en un estudio de radio o televisión.

Luego de haber transcurrido más de veinte años de la aplicación de esta malla curricular, hace falta conocer en qué medida estos contenidos lograron alcanzar los objetivos para los cuales fueron establecidos y de qué forma éstos contribuyeron al desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, para su desempeño en un mercado laboral cada vez más restringido y competitivo.

1 Informe de la División de Sistemas de Información y Estadística - UMSA, 2017.

CAPÍTULO I

ASPECTOS METODOLÓGICOS



1.1. DELIMITACIÓN TEMÁTICA

La presente investigación se constituye en un desafío por determinar cuál es la situación actual del mercado laboral, desde la dimensión del desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, durante el presente año (2018).

Para analizar la problemática del desempeño de estos profesionales, se han establecido tres componentes: *formación académica*, *condiciones laborales* y *expectativas y valoración social*.

Las investigaciones realizadas hasta el momento, dan cuenta que la *formación académica* en las carreras de comunicación latinoamericanas fue más teórica que práctica. Así lo señala un estudio llevado adelante por la organización internacional que agrupa a las Facultades y Escuelas de Comunicación de América Latina (Felafacs, 2010).

En cuanto a las *condiciones laborales*, esta misma investigación señala que las mismas no son las mejores, por lo que existe cierta

insatisfacción entre los comunicadores sociales latinoamericanos. El Observatorio Nacional de Medios (Onadem, 2009), dependiente de la Fundación UNIR - Bolivia, confirma esta situación desventajosa en la que trabajan los comunicadores bolivianos, sobre todo los periodistas, debido a que éstos se ven obligados a cumplir jornadas laborales extensas, que sobrepasan las diez horas, salarios bajos, contratos civiles, entre otras cosas.

Este panorama desalentador, lleva a los comunicadores a sentirse social y económicamente desvalorados en su desempeño profesional, menguando así sus *expectativas y valoración social*. De acuerdo al mismo informe, a este panorama se suma la tendencia de éstos a verse constantemente sustituidos por profesionales de otras disciplinas o, peor aún, por personas que no han realizado ningún estudio.

En este contexto se ha formulado el siguiente problema de investigación:

¿Cuál es la situación del desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés y, cómo y por qué su formación académica, condiciones laborales, y expectativas y valoración social son determinantes para dicho desempeño en el mercado laboral de la ciudad de La Paz, 2018?

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo general

Determinar la situación del desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés, a través de su formación académica, condiciones laborales, y expectativas y valoración social en el mercado laboral de la ciudad de La Paz, 2018.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer la contribución de la *formación académica* al desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en la ciudad de La Paz.
- Determinar en qué *condiciones laborales* se desempeñan los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, en el mercado laboral de la ciudad de La Paz.
- Analizar las *expectativas y valoración social* de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, sobre su desempeño profesional en el mercado laboral de la ciudad de La Paz.

CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO



2.1. BALANCE DEL ESTADO DEL ARTE

El estado de la cuestión será analizado sobre la base de cada uno de los componentes de este estudio, los cuales son: *formación académica, condiciones laborales y expectativas y valoración social* de los profesionales en comunicación de la UMSA.

2.1.1. Formación académica

La Felafacs el año 2010 consultó a profesionales de la comunicación en diferentes países de la región sobre aspectos relacionados a su desempeño profesional y, en lo que respecta a su *formación académica*, muchos de ellos consideraron que les faltó práctica al momento de ingresar a trabajar, así como fortalecimiento en las bases teóricas, desarrollo de las capacidades reflexivas y pensamiento crítico (25%). Observaron también, que las universidades deben fortalecer esas competencias (*saber hacer, saber y saber ser*), además de la enseñanza de las herramientas tecnológicas, para que los nuevos comunicadores logren desarrollar esas habilidades para desempeñarse en el mercado laboral.

En Bolivia, uno de los primeros estudios sobre el desempeño de los profesionales de la comunicación es el realizado por Raúl Peñaranda, denominado *Retrato del periodista boliviano* (2002). A través de una encuesta, aplicada a aproximadamente 250 personas, que se desempeñaban como periodistas² en el eje central del país (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz), se afirma que, si bien el 90 por ciento de los periodistas había realizado algún estudio universitario, ese no era precisamente en comunicación social o periodismo. De todos ellos, solo el 25 por ciento contaba con un título profesional. Es así que una gran parte de los periodistas de ese entonces, se había formado en la práctica del trabajo.

Por su parte, Onadem ha realizado algunas investigaciones sobre el desempeño profesional de los periodistas en el mercado laboral. Una de ellas es producto de una encuesta, aplicada a 764 trabajadores de la prensa de las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz. Consultados por su *formación académica*, el 77 por ciento manifestó haber egresado de alguna universidad, de los cuales un 75 por ciento habría obtenido un título universitario. Mientras que otro 47 por ciento dijo ser aún estudiante. Un 22% en Cochabamba, 20% en La Paz y un 6% en Santa Cruz señaló tener un posgrado.

Este estudio pudo evidenciar también, que en algunas ciudades aún existen periodistas que se desempeñan solo con el título de bachiller o que algunos otros cuentan con profesiones distintas a la de comunicación o periodismo, “varios de ellos son abogados, agrónomos o veterinarios” (2009: 195), señala el informe de Onadem.

Otra investigación efectuada por la Universidad Católica Boliviana (UCB), regional Cochabamba (2013), sobre la base de encuestas

² De acuerdo a Peñaranda (2002) el periodista es aquella persona que, habiéndose formado en las carreras de comunicación social, periodismo o cualquier otra en las universidades o en el ejercicio profesional, tiene por principal actividad económica remunerada, la recolección, elaboración o edición de noticias y otros textos informativos en radios, canales o periódicos.

realizadas a cien periodistas, señala que si bien éstos reconocen que la formación universitaria ayuda en el desempeño profesional (75%); en el momento de trabajar, más vale la experiencia (72%). A pesar de ello, esta investigación da cuenta que la cifra de los periodistas que han realizado estudios universitarios se ha incrementado a un 87 por ciento; de los cuales 75 por ciento es titulado.

Este incremento en el porcentaje de titulados, es atribuible al crecimiento del número de carreras de comunicación en Bolivia, el mismo que vino de la mano de la proliferación de canales televisivos y estaciones de radio privadas en todo el país, iniciada en la segunda etapa de la década de los noventa, de ahí que una gran parte de ellas cuenta con menos de veinte años de experiencia. De acuerdo al estudio de Canedo (2011), señalado líneas arriba, en nuestro país existen 44 carreras de comunicación.

Cabe destacar que los contenidos mínimos de estas carreras, de acuerdo Onadem (2009) son ambiguos y generalistas, puesto que giran en torno a asignaturas humanistas y sociales, complementadas con teorías de la comunicación y de investigación con algún énfasis en *Comunicación publicitaria*, *Marketing*, *Comunicación organizacional* o *Periodismo*, pero que aún no han delimitado bien su territorio de estudio y su intervención en el campo laboral.

Otro estudio, realizado en la Universidad de Bogotá, plantea un desafío para los comunicadores y periodistas, no solo en su desempeño profesional, sino en su propia *formación académica*, en un entorno dominado por las nuevas tecnologías de comunicación e información. Este trabajo propone el desarrollo de innovaciones estratégicas para mejorar la interacción con los receptores de la información y crear nichos, compartir vivencias y experiencias, para construir procesos de comunicación bidireccional, con mayor cobertura y responder así de manera expedita a las expectativas de los públicos (Barrios, 2014).

Se trata de un estudio de caso descriptivo, de tipo exploratorio relacional, en el que se recurrió a encuestas y entrevistas en profundidad con directores y actores que desarrollan sus actividades en el ámbito de la comunicación. El estudio deja como principal conclusión que hoy, más que dominar las herramientas tecnológicas, se debe tener claro el para qué de ellas y cómo emplearlas profesionalmente.

2.1.2. Condiciones laborales

En cuanto a *condiciones laborales* se refiere, el estudio de la Felafacs (2010) habla sobre un constante descontento entre los comunicadores sociales, por los bajos salarios que perciben, pues solo el 39% de ellos se encuentra satisfecho.

Señala que, si bien el promedio salarial de los comunicadores sociales en Bolivia es de 800 dólares mensuales, lograrlo significa trabajar en más de un empleo. Es decir que, el 22% trabaja en dos lugares y el 11% en más de dos, por lo que el 33% está desempeñando más de una tarea en el área de comunicación. Lo cierto es que, la mayor parte de los trabajadores en comunicación bolivianos, no gana más de 500 dólares mensuales.

Este mismo estudio da cuenta que, las áreas en las que mayormente se desempeñan los comunicadores sociales son: periodismo (22%), desarrollo de proyectos (16%); seguidos de dirección y coordinación (16%), relaciones públicas (15%), docencia (9%), marketing y publicidad (8%). Este trabajo investigativo, es uno de los intentos más importantes por analizar la situación del mercado laboral de los comunicadores, sobre todo desde las *condiciones laborales* de este sector.

La investigación realizada por Peñaranda (2002) señala que el 49 por ciento de los periodistas encuestados, trabajaba en medios de prensa, el 29 por ciento en radio y el 25 por ciento en televisión. Siguiendo el mismo estudio, se encontró que estos periodistas trabajaban entre

diez y doce horas diarias, percibiendo un salario que oscilaba entre 300 y 400 dólares mensuales. Estas fuentes de trabajo no ofrecían estabilidad laboral, tampoco incluían seguro médico ni jubilación, lo cual generaba una gran insatisfacción en el gremio, ocasionando que muchos de los periodistas buscaran otras opciones laborales.

La investigación realizada por la UCB, Cochabamba (2013) señala que, en lo que a *condiciones laborales* se refiere, los periodistas no han mejorado su nivel salarial, con relación al estudio realizado el 2002; puesto que éste no cubre sus necesidades básicas, de acuerdo a las respuestas del 63 por ciento de los encuestados. Un 38 por ciento de ellos mencionó recibir un salario mensual que oscilaba entre 1.000 y 2.000 bolivianos mensuales, en tanto que el 25 por ciento ganaba entre 2.000 y 3.000, un porcentaje similar señaló que alcanzaba a percibir hasta 4.000 bolivianos y solo el 8 por ciento lograba ganar un salario por encima de los 5.000. Si bien este nivel salarial logra elevarse un poco con el pago de horas extra y turnos de fin de semana, las condiciones laborales siguen siendo desfavorables para este sector.

El informe de Onadem (2009), señala al respecto, que las *condiciones laborales* de los periodistas son precarias, con extensas jornadas laborales, que oscilan entre 12 y 15 horas diarias, turnos nocturnos y de fin de semana, sin remuneraciones adicionales. Con salarios bajos, que promedian los 3.000 bolivianos, aunque en medios de comunicación como los radiales, éste puede llegar a 500 bolivianos e inclusive a 200. Este informe señala que muchos de los periodistas, trabajan bajo la firma de contratos civiles y sin beneficios sociales, en un mercado inestable y con continuas rotaciones. A pesar que este análisis solo incluye al periodismo, el estudio de Onadem brinda importantes elementos para comprender las *condiciones laborales* en las que se desempeña una gran parte de los comunicadores en el área del periodismo.

Otros artículos sobre el componente *condiciones laborales* de los comunicados, abordan esta temática desde los testimonios de periodistas, quienes expresan su pasión y dedicación por el periodismo, pero a la vez, mucha frustración por los bajos salarios, extenuantes jornadas laborales y ausencia de estabilidad laboral.

2.1.3. Expectativas y valoración social

Si se habla de *expectativas y valoración social* de la profesión, quizás el panorama es aún más preocupante. El estudio de la Felafacs (2010) señala que, si bien el comunicador social se siente satisfecho con su carrera y el trabajo que desarrolla (74%); el nivel de responsabilidad, importancia e impacto del mismo no está acorde con el nivel salarial (34% de insatisfacción y 26% de indiferencia).

El mismo estudio señala que el 9% de los comunicadores se encuentra insatisfecho con su carrera, debido a que considera que no es suficientemente reconocida, ya que existen personas que no están formadas para ejercer cargos como comunicadores o que profesionales de otras áreas practican esa profesión.

El 59 por ciento de los consultados considera que el trabajo que realizan los comunicadores es valorado, sobre todo por la empresa privada, no así por instituciones como el Estado o la sociedad civil. Esto se debería, a criterio del 8 por ciento de los encuestados, a la falta de conocimiento sobre la importancia del trabajo que realizan los profesionales de la comunicación o, a que los medios masivos han desacreditado esta tarea social. Cabe destacar que la *valoración social* de los comunicadores es abordada en la investigación de la Felafacs (2010), sobre todo, desde las expectativas salariales que éstos tienen con respecto al grado de responsabilidad que cumplen en una determinada institución, no así en cuanto a la función social del comunicador o las competencias estratégicas que éste debiera desempeñar.

El estudio realizado por la UCB (2013) hace notar que las *condiciones laborales* de los periodistas no son nada halagüeñas, pues sus niveles salariales no logran compensar ni el esfuerzo ni el tiempo destinado a estas tareas. Por esta razón, el 72 por ciento de los encuestados considera que el ejercicio de su profesión es poco valorado y está subestimado por la sociedad en su conjunto; otro 55 por ciento señala que el mercado laboral se encuentra saturado de profesionales en periodismo y comunicación social, por lo menos en la ciudad de Cochabamba.

Esta saturación del mercado laboral, a la que hacen referencia los consultados en este estudio, tiene que ver, de acuerdo a Onadem (2009), con la falta de conocimiento de las necesidades y el tamaño de este mercado por parte de las universidades –cuyo objetivo era captar una buena proporción del grupo de estudiantes que, hasta el 2006, elegía a la comunicación como una de las carreras de su preferencia–, puesto que “el 67% de las universidades que contestaron el cuestionario no tienen información sobre el destino de sus graduados en comunicación” (2009: 207), señala el informe.

Otra investigación similar a la efectuada por la Felafacs (2010), abarca además de América Latina, países europeos como Alemania, España e Inglaterra, evidenciando que en ambas regiones las *condiciones laborales* para los periodistas son precarias, tanto en los niveles salariales como en los tipos de contratación (García, Ramírez y Osorio, 2015). Estas deficiencias en la *formación académica* y las precarias *condiciones laborales* de los comunicadores en general y de los periodistas en particular, hacen que las *expectativas y valoración social* de éstos se vean cada vez más devaluadas.

En este contexto se estudiará el desempeño profesional de los comunicadores sociales, egresados y titulados de la UMSA, que desarrollan sus actividades en instituciones públicas y privadas de la ciudad de La Paz.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. La comunicación, campo de estudio multi, inter y transdisciplinar

En múltiples ocasiones se le ha reprochado a la comunicación no contar con principios explicativos propios ni autonomía y haberse prestado de otras disciplinas modelos teóricos, que le sirven de paraguas epistemológico. Capparelli y Stumpf (2005) señalan al respecto que “la comunicación no es una ciencia, sino un campo de estudio multidisciplinario, cuyos métodos de análisis no tienen ninguna especificidad: fueron desarrollados por diversas ramas del conocimiento filosófico, histórico o sociológico” (2005: 66).

Para Raúl Fuentes y Enrique Sánchez (1997) la comunicación comparte un dominio de estudio inter y transdisciplinar en el marco de las ciencias sociales

...no tiene ni ha tenido un campo disciplinar propio, sino un dominio de estudio, más o menos común, alrededor del cual se ha conformado el campo sociocultural. Y, en segundo lugar, este dominio ha sido, es y quizá tendrá que seguir siendo una encrucijada inter y transdisciplinaria dentro de las ciencias sociales y humanas (1997: 415).

La comunicación es concebida como disciplina, según Fuentes (2012), solo con fines institucionales, de posicionamiento en un marco científico, de creación de un currículo de estudios universitarios o bien de creación de colectivos de investigación, que circunden un objeto concreto de estudio.

2.2.2. Estructura del campo académico de la comunicación

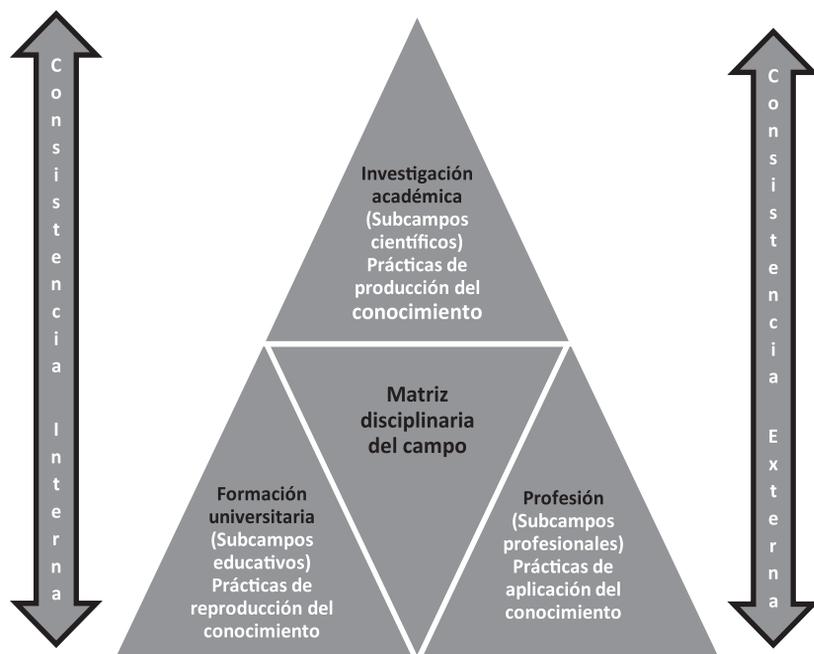
En este contexto, Raúl Fuentes Navarro (1998) considera que el campo académico de la comunicación está conformado por tres

modalidades: i) las prácticas de *producción* de conocimiento o investigación; las cuales “se realizan como concreciones de marcos lógicos, ideológicos, técnicos y éticos de las ciencias sociales a las cuales realimenta” (Fuentes, 1998: 68). Estas prácticas son llevadas adelante por las universidades, como instituciones públicas generadoras de conocimiento académico y las instituciones privadas en el marco de un conocimiento sujeto a las necesidades del mercado; ii) las prácticas de *reproducción* de conocimiento, a través de procesos de formación de profesionales, “median desde las universidades la conformación del campo en términos socio-culturales” (Fuentes, 1998: 70); y iii) las prácticas de *aplicación* de conocimiento centradas en la profesión, “que operan los sistemas de comunicación social y son reguladas por el mercado al que concurren, tanto las instituciones especializadas en esta función (medios masivos, agencias de publicidad o de noticias, etc.), como individuos calificados formal (título universitario, colegio o asociación profesional) o informalmente (experiencia reconocida) como competentes en alguna de las múltiples especialidades de la actividad económica” (1998: 69 - 70).

Todas estas prácticas del conocimiento, que a su vez, conforman los subcampos científico, educativo y profesional, están sujetas a determinaciones internas y externas. Su consistencia externa se expresa en los modos y grados de articulación entre todos los subcampos, lo que otorga, en magnitudes distintas, reconocimiento y legitimidad académica. En tanto que, las prácticas de producción y las de reproducción del conocimiento, articulan los subcampos científico y profesional, a través de programas de docencia e investigación, y es esta interrelación la que le da la consistencia interna a la estructura del campo académico de la comunicación, expresada principalmente, en lo que Fuentes denomina “esquemas interpretativos”, “una ideología profesional” específica, “conformada por sistemas de significación, de valoración (reglas morales y éticas) y de recursos de poder, que

son el referente estructural del *habitus* y de la agencia de los sujetos” (1998: 71).

Figura 1: Estructuras del campo académico de la comunicación



Fuente: Raúl Fuentes Navarro (1998).

2.2.3. Abordaje teórico del problema

2.2.3.1. Mercado laboral

Existen diversas teorías que definen el mercado laboral, sin embargo, la siguiente es la que se adecúa de mejor manera a la presente investigación, porque se conceptualiza como el espacio donde confluyen la oferta y la demanda de trabajo. La primera está conformada por el conjunto de trabajadores con disponibilidad de emplearse y, la segunda, por las instituciones públicas o privadas con posibilidades de contratar trabajadores.

De acuerdo al Instituto de Estudios Avanzados en Desarrollo (Inesad), por su sigla en inglés, en este mercado laboral, el salario sería el resultado de las negociaciones entre demandantes y ofertantes (explícitas o implícitas), las mismas que están asociadas a la productividad laboral y al poder de negociación de las mencionadas partes intervinientes en el mercado de trabajo.

A pesar de que el mercado laboral está regido por la oferta y la demanda, éste es regulado por el Estado, a través de normas jurídicas, como el derecho laboral, y es en este marco en el que se establecen las condiciones laborales, los convenios y contratos. La legislación laboral fija las características de los contratos laborales, parámetros salariales, las indemnizaciones por despido, la fijación de un salario mínimo, entre otras cosas (economipedia.com/definiciones/mercado-laboral.htm).

En este marco, cabe destacar dos conceptos relevantes para el presente estudio. Uno de ellos es: *i)* la ocupabilidad, que tiene que ver con el grado de probabilidad de un trabajador para acceder al mercado de trabajo, a desarrollar una ocupación; y *ii)* la empleabilidad que es el conjunto de competencias, aptitudes y actitudes que favorecen la integración laboral de las personas, siendo necesaria la adquisición de nuevas herramientas que permitan su mantenimiento o reciclaje en un mercado de trabajo en continuo cambio (servicios públicos de empleo www.sepe.es).

En el contexto de la comunicación y debido a la emergencia de los medios de difusión masiva, el Centro de Estudios Superiores para América Latina (Ciespal) diseñó un plan macro curricular, para la formación de comunicadores polivalentes, que pudieran satisfacer las necesidades del mercado de ese entonces. Esas necesidades, de acuerdo a Andion (1991) eran básicamente técnico-operativas, porque se acuñó la idea de que el “mercado natural” de los comunicadores serían los medios que habían iniciado su expansión.

Lamentablemente, de acuerdo a Erick Torrico (2008) aún se mantiene esa tendencia instrumentalista en el ejercicio profesional de la comunicación, entendiéndosela casi como un conjunto desarticulado de oficios técnicos, los cuales podrían realizarse por cualquier persona que tenga algo de sentido común. Contexto que se ve agravado por la informalización y precarización del mercado laboral.

En términos generales, el mercado laboral para el comunicador comprende áreas relacionadas a la publicidad, el marketing, la producción de contenidos para medios de comunicación y virtuales, además de gestión de relaciones institucionales. Siguiendo al mismo autor, es posible afirmar que los rumbos de la comunicación en el mercado van transformándose poco a poco hacia la gestión cultural, la comunicación para el desarrollo, la investigación de lo social. Y van emergiendo otros ámbitos relacionados a la gestión de la crisis, la comunicación intercultural, la comunicación para la integración, gestión del conocimiento, el ciberperiodismo, entre otros, señala Torrico.

2.2.3.2. Desempeño profesional

Por otro lado, el fenómeno de la oferta laboral, para fines de la presente investigación, se abordará desde la perspectiva del desempeño profesional, entendido éste como el conjunto de habilidades del recurso humano, a través de las cuales se mide la eficiencia y eficacia en la producción. Son las “acciones que realiza el recurso humano en una profesión u oficio aprendido, lo cual permite demostrar su idoneidad para resolver los problemas de la producción o los servicios en correspondencia con el sistema social” (Pérez - Hernández, 2006: 1).

De acuerdo a autores como: Ben-David (1963), Elliott (1995), Martín Serrano (1982), Dingwall y Lewis (1983), en Fuentes (1998) se considera a la profesión como una institución o “estructura

social”. Según Pablo Latapí, “la profesión (...) es un conjunto de relaciones estables entre hombres con necesidades y hombres con la capacidad de satisfacerlas. Por esto las profesiones adquieren modos de funcionamiento, acordes con la formación social en la que están insertas, por eso son estructuras sociales” Latapí en Fuentes (1998: 70).

Añorga, en Pérez-Hernández (2006) define al profesional como “aquel individuo que, a partir de una instrucción formalizada o no, ejerce una profesión, demostrando en su actividad cuatro cualidades que lo definen como tal: rapidez, exactitud, precisión y cuidado” (: 6). La misma autora destaca, además, que en la etapa de madurez, el profesional es capaz de traspasar las fronteras de la reproducción aplicada de conocimientos, para iniciar la etapa de producción de conocimientos, entendiéndose éste último como “búsqueda creadora de soluciones y aportes a una determinada ciencia, así como su aplicación, siempre que sea posible, en su praxis profesional” (: 6).

De acuerdo a Fuentes Navarro (1998) y en el marco de la estructura del campo académico de la comunicación, la profesión se expresa en las prácticas de aplicación del conocimiento “que operan los sistemas de comunicación social y son reguladas por el mercado al que concurren, tanto las instituciones especializadas en esta función (medios masivos, agencias de publicidad o de noticias, etc.)” (1998: 69 - 79), como los individuos calificados, ya sea de manera formal, validados por un título universitario o asociación profesional o informalmente, a través de su experiencia reconocida, “como competentes en alguna de las múltiples especialidades de esta rama de la actividad económica” (: 70).

2.2.3.3. Formación académica

Fuentes (1998) define a la *formación académica* o de profesionales como una práctica de reproducción del conocimiento, la cual media desde las universidades la conformación del campo en términos

socioculturales. La importancia de estas prácticas radica en la articulación de los subcampos científico y profesional, a través de programas de docencia e investigación y, sobre todo, porque sus parámetros de consistencia se fijan en el ejercicio de la profesión.

2.2.3.4. Condiciones laborales

De acuerdo a Lázaro Gonzáles (2006) “el proceso laboral debe tener como objetivo central el incremento de la calidad de vida laboral” (2006: 2). Este autor propone algunas condiciones para lograr la satisfactoria en la calidad de vida laboral: *i)* eliminación de cualquier clase de discriminación, respeto a la dignidad individual; *ii)* libertad de determinar la labor según aspiraciones, vocación, capacidad y conocimientos; *iii)* seguridad en el empleo y oportunidad de ascenso; *iv)* sindicalización; *v)* salario justo; *vi)* calificación profesional y cultural; *vii)* continuidad del proceso laboral; *viii)* seguridad y salud; *ix)* reconocimiento moral y material oportuno y público de los resultados alcanzados; *x)* posibilidad de participación en decisiones; *xi)* clima laboral armónico.

Las condiciones de trabajo varían sensiblemente según el área o sector que se analice. De acuerdo a Neffa (1987), las mismas “están constituidas por los factores socio - técnicos y organizacionales del proceso de producción, implantado en el establecimiento y por los factores de riesgo del medio ambiente de trabajo” (1987: 31). Esos factores están determinados por el proceso de trabajo vigente, mismo que es resultante de las relaciones sociales y de la interrelación entre las variables que actúan a nivel del contexto socio - económico y las características propias de las empresas.

En términos generales, se puede señalar que las condiciones de trabajo tienen que ver con la organización y contenido del trabajo, la duración y configuración del tiempo, sistemas de remuneración, transferencia de tecnologías, modo de gestión de la fuerza de trabajo, servicios sociales y asistenciales, entre otros.

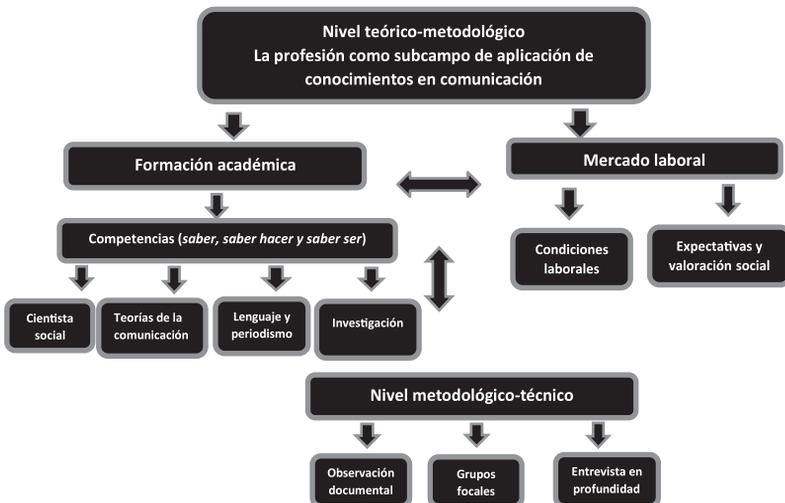
2.2.3.5. *Expectativas y valoración social*

A criterio de Erick Torrico (2008) el ejercicio profesional en el área de la comunicación está marcado por una orientación instrumental y muy vinculado a los medios de difusión masiva, “lo que da lugar a un insuficiente reconocimiento social de su status laboral y académico o a su confusión con territorios de trabajo de especialidades afines, varias de ellas simplemente técnicas” (2008: 1).

Para este autor, en la medida en que la comunicación logre una apropiada delimitación de sus territorios y una respuesta adecuada a las demandas reales de la sociedad, los profesionales de esta área podrán gozar del correspondiente reconocimiento social y académico.

Esto último, como se sabe, es algo que no está ocurriendo como se esperaría: el campo aún enfrenta un déficit de legitimación, pese a la centralidad que alcanzó el tema comunicacional en la sociedad contemporánea, por lo que desde las carreras de Comunicación correspondería reflexionar en torno a las probables razones de esa situación (: 1).

Figura 2: Modelo de análisis



Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III.

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

*Descriptiva*³, *explicativa* y *correlacional*; inicialmente la investigación buscará exponer la situación del desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social en sus diferentes fuentes laborales, a través de tres componentes: *i) formación académica; ii) condiciones laborales; y iii) expectativas y valoración social*, para posteriormente interpretar⁴ esta información en el contexto del desempeño profesional y el mercado laboral de los comunicadores egresados y titulados de la UMSA, así como la correlación⁵ y asociación existente entre los diferentes componentes de la investigación.

3 De acuerdo a Sampieri (2010) este tipo de investigación “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (...) pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren” (2010: 80).

4 Para Sampieri un estudio es explicativo cuando “su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables (: 84).

5 Según el mismo autor, un estudio correlacional “tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (: 81).

3.2. ENFOQUE METODOLÓGICO

La presente investigación se sustentará en el enfoque cualitativo, porque busca básicamente explicar los fundamentos de este fenómeno y sus relaciones entre cada uno de sus componentes: *i) formación académica; ii) condiciones laborales; y iii) expectativas y valoración social*, para entender el fenómeno del desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

Es de conocimiento público que los resultados aplicados a través de los métodos y técnicas cualitativas no son representativos, debido a que no es posible hacer generalizaciones con ellos, pero son de gran ayuda para analizar de forma profunda una determinada problemática, objetivo que persigue la presente investigación.

3.3. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

- *Métodos teóricos*; para llevar adelante el trabajo teórico-conceptual (sistematización y obtención de conclusiones) se recurrirá, por un lado: *a)* al análisis que, de acuerdo a Torrico (1997) se refiere a “la descomposición de un todo en sus partes constitutivas y su clasificación, es así que en esta investigación se intentará descomponer cada uno de los componentes: *i) formación académica; ii) condiciones laborales; y iii) expectativas y la valoración social*; para explicar en qué medida incide cada uno de ellos en el desempeño de los profesionales en comunicación de la UMSA; y *b)* a la síntesis, que consiste en “la reunificación conceptual - abstracta de las partes separadas de un todo” (:62), para unificarlos nuevamente y analizarlos como una totalidad.
- *Métodos empíricos*; la presente investigación acudirá a la observación científica que, siguiendo al mismo autor, es “el registro sensorial y la sistematización de las características,

componentes, propiedades o relaciones de un fenómeno que tiene lugar fuera de la conciencia del investigador” (1997: 62), este método será de gran utilidad para el procesamiento, sistematización e interpretación de los datos, sobre todo bibliográficos y hemerográficos, la construcción del estado del arte y el marco teórico, fundamentalmente.

Cuadro 1: Técnicas de recopilación de la información e instrumentos

Técnica	Definición	Sujeto/objeto	Instrumentos
<i>Observación documental</i>	<p>Es la observación sistemática de la sociedad a través de documentos (materiales escritos e impresos, así como reproducciones audiovisuales), la misma que es aplicada en todo el proceso investigativo (Sampieri, Fernández y Baptista (2010)</p> <p>El procedimiento para realizar la observación documental consiste en revisar la bibliografía pertinente, organizada en ficheros para posteriormente iniciar su revisión.</p>	<p>Documentos que abordan la temática del desempeño profesional como subcampo de aplicación del conocimiento de la comunicación</p> <p>Textos relacionados a la temática del mercado laboral y desempeño profesional</p> <p>Programa académico de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA</p>	Fichas bibliográficas, textuales, de análisis y de resumen
<i>Entrevista en profundidad</i>	Es una técnica de investigación cualitativa, en la que el entrevistador guía la conversación, pero concede espacio al entrevistado para que exprese sus propios puntos de vista. Esta busca “la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras” (Taylor y Bogdan, 1987: 194-195).	<ul style="list-style-type: none"> - Responsables de unidades de comunicación en instituciones públicas y privadas - Responsables de informaciones en medios de comunicación - Líderes de opinión y teóricos de la comunicación 	Registro digital de la información y notas de los testimonios más relevantes de los entrevistados

<i>Grupos focales</i>	Es una técnica de recolección de datos semiestructurada, a través de la cual se arman grupos de discusión en torno a una temática y es guiada por un conjunto de preguntas. Esta técnica se centra en la interacción del grupo. Es una estrategia de reflexión y articulación que logra una multiplicidad de miradas sobre un mismo tema (Escobar, 2011).	Profesionales que se desempeñan en instituciones públicas y privadas, así como en medios de comunicación de la ciudad de La Paz	Registro digital de las conversaciones, notas y apuntes.
-----------------------	---	---	--

Fuente: Elaboración propia.

3.4. EL DESEMPEÑO PROFESIONAL Y SUS COMPONENTES

Con la finalidad de aprehender de mejor manera el objeto de estudio, se ve por conveniente nominar al desempeño profesional como una dimensión del mercado laboral y, con la intención de hacer más precisa la aproximación empírica y la correspondiente interpretación y análisis de la información obtenida, se ha considerado pertinente considerarla desde los siguientes componentes, subcomponentes e indicadores:

Cuadro 2: Componente *Formación académica*

Componente	Definición conceptual	Subcomponentes	Indicadores
<i>Formación académica</i>	Prácticas de reproducción del conocimiento, que median desde las universidades la conformación del campo de la comunicación en términos socioculturales.	Desarrollo de competencias (<i>saber, saber hacer, saber ser</i>)	<p>Área de formación del cientista social</p> <p>Área de teorías de la comunicación</p> <p>Área del lenguaje y periodismo</p> <p>Área de investigación</p>

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3: Componente *Condiciones laborales*

Componente	Definición conceptual	Subcomponentes	Indicadores	Índices
<i>Condiciones laborales</i>	Factores socio-técnicos y organizacionales del proceso de producción implantado en el establecimiento de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel salarial • Estabilidad laboral • Beneficios sociales • Jornada laboral • Capacitación 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto • Medio • Bajo <p>Tipos de contratos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seguro de salud • Aportes AFP • Aguinaldos y bonificaciones • Vacaciones • Pago por jornada dominical u horas extra • Descanso para las mujeres por concepto de pre y posparto • Horarios de lactancia • Número de horas de trabajo • Turnos de fin de semana y nocturnos • Cursos • Talleres • Seminarios • Viajes para cursos de especialización 	<p>10.000 - 15.000 5.000 - 10.000 5.000 y SMN</p> <p>Indefinidos, civiles o privados, fijos, eventuales, pasantías, contratos verbales o sin contratos</p> <p>8 horas/más de 8 horas</p>

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4: Componente *Expectativas y valoración social*

Componente	Definición conceptual	Subcomponentes	Indicadores
<i>Expectativas y valoración social</i>	Metas desarrolladas en el ámbito profesional, logros alcanzados y nivel de reconocimiento social del status laboral y académico.	<ul style="list-style-type: none"> • Opinión de profesionales con amplia trayectoria profesional • Líderes de opinión y teóricos de la comunicación 	<p>Competencias técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicidad, propaganda y diseño gráfico • Producción de contenidos • Reportería y redacción • Locución <p>Competencias estratégicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de conocimientos • Análisis socio-político-cultural • Políticas y estrategias de comunicación • Comunicación para la integración, manejo de redes y gestión de la crisis.

Fuente: Elaboración propia.

3.5. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.5.1. Entrevista en profundidad

Es una técnica de investigación cualitativa, en la que el entrevistador guía la conversación, pero concede espacio al entrevistado para que exprese sus propios puntos de vista. La entrevista en profundidad se dirige a “la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras” (Taylor y Bogdan, 1987: 194-195).

Según Corbeta (2003) es una conversación: *a)* provocada por el entrevistador; *b)* dirigida a sujetos elegidos sobre la base de un plan de investigación; *c)* en un número considerable; *d)* su finalidad es cognoscitiva; *e)* guiada por el entrevistador; y *f)* sobre la base de un esquema flexible no estandarizado.

3.5.2. Grupo focal

Es una técnica de recolección de datos semiestructurada, a través de la cual se arman grupos de discusión en torno a una temática, guiada por un conjunto de preguntas. Esta técnica se centra en la interacción del grupo. Es una estrategia de reflexión y articulación que logra una multiplicidad de miradas sobre un mismo tema (Escobar, 2011).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS



4.1. GRUPOS FOCALES

Cabe destacar que, en primera instancia, se había previsto alcanzar una muestra de 60 titulados y egresados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), para lo cual se propuso la realización de 6 grupos focales, cada uno conformado por 10 personas. Sin embargo, se hicieron efectivos 4 grupos focales, con la participación de 48 personas, los cuales se detallan a continuación:

- El primer grupo de discusión se realizó el 31 de agosto, con 10 maestrantes de Gestión de la Comunicación, maestría que lleva adelante la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, todos ellos titulados.
- El segundo, se realizó el 4 de septiembre, con la participación de 14 personas, 8 de ellos titulados y 6 egresados.
- El tercero se compuso de 11 participantes, 7 de ellos titulados y 4 egresados. Este grupo focal se realizó el 12 de septiembre.
- El cuarto grupo focal se realizó el 26 de septiembre, con 13 participantes, 7 de ellos titulados y 6 egresados.

De los 48 participantes: 19 trabajan en instituciones públicas, 11 en medios de comunicación, 7 son profesionales independientes, 6 en organizaciones no gubernamentales y 5 en la empresa privada.

Por otro lado, se debe hacer notar que, debido a la amplitud de la temática abordada en los grupos focales, se determinó enfocar la discusión fundamentalmente en los componentes: *i) formación académica* y; *iii) expectativas y valoración social*, dejando el abordaje del componente *ii) condiciones laborales* para entrevistas estructuradas complementarias, realizadas a los mismos participantes de los grupos focales (48). Esta información fue analizada de manera separada, dado que las preguntas fueron respondidas en un contexto distinto al de los grupos focales.

Para la aplicación de este instrumento de recojo de información, sobre el desempeño profesional de los titulados y egresados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, se diseñó una guía de preguntas, la misma que se formuló tomando como referente, como ya se había señalado, dos de los tres componentes de la investigación.

4.1.1. Componente *formación académica*

Desde el componente *formación académica* y el subcomponente *desarrollo de las competencias: saber, saber hacer y saber ser*, se trabajaron las preguntas guía en las siguientes áreas de estudio⁶: Formación del cientista social, Teorías de la comunicación, Lenguaje y periodismo e Investigación.

Área del cientista social

En esta área, que comprenden las asignaturas: Economía política, Teorías sociológicas, Procesos históricos, Formación social,

⁶ Programa académico de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social (UMSA), aprobado en el Primer Congreso Académico (1997).

Procesos y tendencias políticas contemporáneas y, Legislación y ética en comunicación, se planteó la siguiente pregunta a los grupos focales:

¿Creen ustedes que se ha alcanzado el objetivo de: dotar al comunicador de las herramientas teórico/conceptuales de las ciencias sociales para comprender la sociedad y los procesos históricos del desarrollo de las sociedades? y en este marco, ¿se ha logrado aplicar este conocimiento en su desempeño profesional?

Desde la competencia del *saber*, si bien existe consenso entre los participantes sobre la importancia del área de formación del Cientista social, muchos de ellos manifestaron que la forma de abordar algunas de estas materias fue algo general, de ahí que reconocieron tener deficiencias en su formación académica con respecto a esta área de estudio. Esta posición se pudo advertir, sobre todo entre las nuevas generaciones de egresados y titulados de la carrera. “...en mi caso (...) he desarrollado esas capacidades (...) una preparación teórico-conceptual inicial en el campo de las ciencias sociales, sin embargo he tenido que buscar por mi parte conceptos que me han ayudado a comprender, de una manera más completa, diferentes entradas a lo que son las realidades en diferentes partes” (Gabriela, UMSA). “...el perfil de la formación del Cientista social en esta área está muy bien encaminada (...) pero la dotación de conocimientos dentro del aula, ahí es donde, si, tal vez, se está fallando mucho (Moisés, UMSA). “...como bien sabemos, si hablamos de porcentajes, es un cincuenta por ciento, si no es menos, lo que te da la universidad” (Guissel, auxiliar de investigación - Ipicom).

Pero además de ello, los contenidos curriculares no han sido actualizados desde 1997, de ahí que, si bien es cierto, que el manejo de los mismos, pudieron haber sido de mucha ayuda para las generaciones de los noventa, después de casi veinte años, dejaron de

tener utilidad para los nuevos profesionales, “porque ahora estamos en otro momento y (...) al salir de la universidad, vemos otro tipo de realidad a la que nos ha mostrado la universidad, por eso nos cuesta mucho entender cómo aplicar estos conocimientos” (Luis, UMSA).

De ahí que, para completar su formación en esta área, ha sido necesario que los estudiantes apelen a su iniciativa propia “las materias que nos han brindado en el área del Cientista social son importantes y ya depende del estudiante, de qué manera le ha sacado provecho a la materia” (Guissel, auxiliar de investigación - Ipicom). “No puedes quedarte solamente con lo que te ofrecen dentro de la universidad. Es casi como esperar obtener todo el conocimiento en cuatro paredes (...) creo que dentro de la universidad el comunicador, muchas veces, ha tenido que esforzarse, buscar el conocimiento propio, por su parte” (Wara, RTP).

En ese marco, el desarrollo de la competencia del *saber hacer* se complica aún más, porque, desde la perspectiva de algunos egresados y titulados de las nuevas generaciones, estos conocimientos no se pueden emplear en el campo laboral, “muchas veces, para la investigación social, si se llegan a aplicar estos conocimientos, (...) pero en las instituciones no; rara es la institución o afortunados son los comunicadores que pueden trabajar en una institución donde pueden desarrollarse como científicos sociales” (Carlos, COMPA).

Se ha notado que desde la competencia del *saber*, el área del Cientista social es de gran relevancia para los profesionales en comunicación, sobre todo para los egresados y titulados antes del cambio curricular o durante el periodo de transición (1997 - 1998), ya que una gran parte de ellos, señalaron haber logrado conocer desde una perspectiva crítica los procesos históricos ocurridos en Bolivia, Latinoamérica y el mundo, “precisamente el área del Cientista social

le ha permitido al estudiante de la carrera desarrollar, manejar más categorías, más conceptos en la interpretación de la sociedad (...) a través del análisis económico, sociológico y la revisión de la historia boliviana” (William, Maestría en Gestión de la Comunicación).

Este análisis crítico de la realidad es posible hacerlo desde una posición política y ya en el marco del *saber hacer* “...no sé, si es por la calidad de los docentes o por los contenidos, yo me he sentido muy sólida al momento de ir a trabajar. Por ejemplo: Economía política nos sirve hasta ahora, para analizar nuestro contexto, para analizar nuestra realidad desde la perspectiva marxista, es absolutamente válida, lo mismo las sociologías. En general, la malla curricular que hemos tenido, previo a este cambio, creo que ha sido muy interesante” (Gabriela, UNIR - Bolivia).

Pero además, desde las asignaturas que conforman el área del Cientista social, se han abordado también temáticas de la historia reciente, necesarias para entender los cambios que han generado las últimas corrientes económicas, políticas y socio-culturales a nivel internacional, “Cortez fue nuestro profe de Tendencias y creo que todavía es docente, pero puso sobre la mesa temáticas tan actuales, que aún están vigentes. El tema de la globalización, por ejemplo, o las sociedades de la información, por lo menos a mí, me ayudó mucho en la comprensión de la realidad” (Gabriela, UNIR - Bolivia).

Abordando la competencia del *saber ser*; desde esta área de formación académica, se contribuye al desempeño profesional de los comunicadores sociales, en el momento de proponer proyectos de desarrollo, para resolver diferentes problemáticas que afectan a la sociedad desde el ámbito laboral, “permite avanzar hacia los proyectos de índole social e intervenir en instituciones que trabajan en este ámbito y ahí, sí entra la aplicación del área del Cientista social, no solamente al análisis de la sociedad, sino (para) comprender las realidades diferentes en las que la sociedad está inmersa, ya sea en

una comunidad campesina o en barrios de una zona, en El Alto o, ya sea un problema que encontramos en un grupo dentro de la sociedad” (William, Maestría en Gestión de la Comunicación).

Cabe anotar que varios participantes han destacado la importancia de la formación del Cientista social, para el desarrollo de otras áreas de conocimiento y aplicación en el campo profesional de la comunicación. El periodismo es una de ellas, “la base para la comunicación es pues Historia, Economía política, Historia de la comunicación, porque esas materias ayudan a generar tu opinión y eso es lo que necesitas para después desempeñarte, porque en algún momento tú vas a querer ser un periodista y vas a querer conducir la opinión de la gente, entonces tienes que tener una buena base” (Rocío, Ministerio de Defensa).

Esta área de la formación académica ha sido relacionada también con la gestión y planificación de la comunicación, “el comunicador tiene que ser considerado un cientista social, porque precisamente en el sentido de elaborar las estrategias de comunicación, se hace el asesoramiento en diferentes áreas que tienen que ver con la comunicación que es amplia, como de las relaciones sociales, por ejemplo” (José Luis, Solidar Suiza/AOS). En términos generales, se ha concluido que el área del Cientista social es esencial para comprender cualquier ámbito del desempeño profesional del comunicador.

Área de Teorías de la comunicación

En el marco de esta área, con las asignaturas: Teoría y práctica de la comunicación I y II, Taller de investigación de la realidad comunicacional boliviana y Teoría y análisis de los lenguajes, se planteó la siguiente pregunta a cada uno de los grupos focales:

*¿Consideran ustedes que se ha logrado el objetivo de:
Conocer las diferentes tendencias teóricas: estructuralismo,*

funcionalismo, así como la teoría crítica, de los sistemas, entre otras?, ¿diferenciarlas, para contraponerlas desde una posición crítica a nivel global y nacional? y, en este marco, ¿se ha logrado aplicar este conocimiento en su desempeño profesional?

Una buena parte de los participantes, tanto de las generaciones antiguas como de las nuevas, pondera también esta área de formación, más específica dentro del campo de la comunicación, porque ha permitido conocer las diferentes escuelas, autores y tendencias durante el transcurso de la historia, desde el desarrollo de la competencia del *saber*, “yo creo que hemos tenido una muy buena base teórica, porque hemos comenzado a hablar de las escuelas clásicas, los autores. Creo que inclusive ahora hay una dinámica más interesante, a partir de estas actividades con la ABOIC, que organizan las carreras de comunicación (...) entonces hay un *refresh* de las teorías” (Carmen, UNIR - Solidaridad Suiza). “Es importante conocer todos esos aspectos sobre las teorías (...) poder explicar los procesos de comunicación, analizar las radios mineras, la revolución del 52, qué papel ha cumplido la comunicación en la historia” (Sandra, Caja Nacional de Salud).

Desde las competencias del *saber hacer* y *saber ser* las teorías de la comunicación y de los lenguajes, por ejemplo, han sido aplicadas para llevar adelante análisis de mensajes y de discursos, “la teoría de la comunicación y teoría de los lenguajes y todo lo demás sí me ha servido bastante y se aplican en el caso de la investigación” (Lorena, TVU). Así como para definir la postura política-ideológica del comunicador en el desarrollo de su trabajo, “cuando se habla de las teorías comunicacionales, creo que hay que también ver que estén presentes en cada entrevista que hacemos, en cada nota que armamos, porque lo hacemos con una prospectiva ideológica específica” (Lorena, TVU). “...Me ha servido también para ver como yo me voy a definir, cuál es mi perspectiva de la comunicación

(...) si me voy para el estructuralismo, el funcionalismo. Yo creo que es súper importante para posicionarse uno frente a su realidad y eso creo que me forma como profesional” (Karem, comunicadora independiente).

Pero este aspecto está muy vinculado también con el *saber ser*, porque de inmediato se enlaza con la propuesta, con la investigación. Entonces, “se puede hacer, desde análisis de videos, de noticias y todo con las teorías de la comunicación. Yo creo que son súper importantes cuando uno hace investigación sobre todo (...) Creo que sí, se ha cumplido, en mi caso, el objetivo” (Karem, comunicadora independiente).

Sin embargo, existen opiniones que no concuerdan con las anteriores, porque consideran que existen aún debilidades en los estudiantes a la hora de aplicar estas teorías a la investigación que emprenden, “la falta de aplicación de las teorías hace precisamente que se queden en eso, en elementos teóricos, sin poder constatar hasta qué punto se aplican y se hacen parte de la realidad comunicacional en la que nos encontramos” (William, Maestría en Gestión de la Comunicación).

La causa de esta deficiencia podría encontrarse en la falta de profundidad con la que se abordan estas asignaturas en la carrera, “hay cosas que se toma muy superficialmente en la cátedra, hay escuelas que se ven solo de nombre; no se conocen ni los autores que conforman éstas, hay escasos mapas sobre las teorías de la comunicación, y esto se refleja en la formación de los estudiantes” (Oscar, Maestría en Gestión de la Comunicación).

Área de Lenguaje y periodismo

En esta área se encuentran las asignaturas de Lenguaje, Redacción I, II y III, además de Periodismo y en este marco se hizo la siguiente consulta a los participantes:

¿Creen ustedes que se ha logrado alcanzar el objetivo de: Desarrollar y dominar las destrezas necesarias del lenguaje en sus diferentes formas con finalidades comunicativas y de difusión de mensajes? y en este marco, ¿se ha logrado aplicar este conocimiento en su desempeño profesional?

Así como es importante conocer sobre las teorías de la comunicación y tener una visión crítica de la realidad, desde las competencias del *saber y saber hacer*, escribir bien es fundamental para un profesional en comunicación. Esta afirmación vino, sobre todo, de los profesionales egresados y titulados de la carrera, de hace por lo menos dos décadas atrás “creo que lo que se necesita es ponerse cuatro o cinco parámetros que te permitan ver la realidad de una manera integral y no fragmentada (...) creo que hemos recibido una formación integral de los docentes de aquí, del área de periodismo (...). No sé qué estará pasando con los colegas más jóvenes de ahora (...) pero creo que hay una crisis evidente, porque si bien he conocido a algunos periodistas muy buenos; también he conocido algunos que siguen con falencias. Y me refiero a falencias simples, como no saber escribir el nombre de una persona, no tener nociones del manejo de la ‘m’ de la ‘p’ o de la ‘h’; menos aún sobre las nuevas reglas ortográficas” (Mavi, Ministerio de Comunicación).

Este problema es reconocido por los nuevos egresados de la carrera, “nosotros, nuestra generación está fallando, es cierto. A veces, nos hemos desapegado un poco de los libros. Nos hemos ido a lo más liviano que es el internet, donde muchas veces no se encuentra el texto completo (...) Encontramos cosas interesantes, pero no lo profundizamos” (Merice, UMSA).

Una deficiente redacción tiene raíces estructurales, viene desde la escuela y se arrastra a través de todos los niveles de la universidad, “la gente no sabe las mínimas bases ortográficas; entonces el docente no avanza y vas a la par de los que no saben nada. Así en

Redacción I no aprendes bien la noticia y pasas a Redacción II y no sabes bien la noticia, entonces tenemos que repetir la noticia para aprender opinión y es un círculo vicioso de mediocridad (...) éste es un problema que tiene que ver con que en estas materias hay malos docentes, pero tampoco los estudiantes exigen a los docentes” (Karem, Comunicadora independiente).

Desarrollar el hábito por la lectura, conocer las normas de expresión oral y escrita, además de los estilos periodísticos de redacción, son las capacidades básicas dentro de esta área de formación, que los profesionales en comunicación debieran desarrollar para ser aplicados en distintos ámbitos del trabajo. Sin embargo, no todos ellos advierten esta necesidad, sobre todo los recientemente egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UMSA, puesto que consideran que el desarrollo de estas capacidades, solo son aplicables en el ámbito periodístico. “En las instituciones no necesitan periodistas, sino comunicadores, los ministerios del Estado, alcaldías, subalcaldías, secretarías municipales (...) entonces ahí es como que se desfasa nuestra visión de periodistas desde la labor de comunicadores” (Luis, UMSA).

En ese marco, las nuevas generaciones consideran que la carrera ha vinculado la enseñanza de manera muy estrecha a los medios, dejando de lado la formación en áreas, como la comunicación institucional por ejemplo. “El último pensum de 1997 (...) se ha enfocado en los medios de comunicación (...) Sí, hay una materia que evidentemente es Comunicación organizacional, que te da ciertas pautas, pero no está tomada como materia (...) es un seminario (Paola, UMSA). “...bueno yo he entrado a estudiar comunicación social y no periodismo, y yo no me quiero dedicar a trabajar en ningún canal, radio, periódico, (...) a lo que yo quiero apuntar es a una empresa, una institución (...). Entonces (...) para mí, deberían enseñarnos estrategias comunicacionales, que nos enseñen proyectos comunicacionales” (Marie France, UMSA).

Aunque, entre los profesionales de la comunicación más jóvenes, también se encuentran opiniones que destacan la relevancia del área de Lenguaje y periodismo, sin dejar de lado las demás, “en instituciones públicas, piden comunicadores sociales, comunicadores que sepan, tanto del área periodística, porque se trabaja con medios, pero también desde la creación de la imagen de la institución, del manejo de las redes sociales, los medios digitales, lo que son las nuevas tecnologías” (Wara, RTP).

Desde la competencia del *saber hacer*, la mayor parte de los participantes considera que, independientemente del lugar donde se desempeñe el profesional en comunicación, así como de la especificidad del trabajo que desarrolle, éste debe saber redactar, “cuando vas a hacer producción audiovisual, se utiliza la parte de redacción, la parte de periodismo. Es un área troncal sobre todo si te vas a dedicar a medios, pero si haces comunicación institucional también, porque obviamente tienes que saber escribir. Una vez un docente dijo (...) si uno sabe escribir consigue trabajo en cualquiera área” (Paola, UMSA). “Esta área es muy importante, porque ya sea que trabajes en periodismo o en comunicación institucional, tienes que saber escribir, porque se trabaja con medios” (Wara, RTP).

Es así que lograr una buena redacción no solo sirve para trabajar en medios de difusión, sino en cualquier ámbito de la comunicación. Esta opinión prepondera en las generaciones que egresaron con la pasada currícula “¿Que si el mercado laboral requiere comunicadores? Claro que sí, pero comunicadores con criterio, con formación teórica” (Mavi, Ministerio de Comunicación) De acuerdo a esta opinión, la empresa privada prefiere contratar relacionistas públicos con conocimientos en el área de periodismo, “y, aunque la materia de Relaciones públicas, como tal, no podrá servir de mucho, porque se la lleva de manera superficial; a mí me han contratado en una institución, porque tenía un currículum con un noventa por ciento en periodismo (...) pero ¿por qué se necesita periodistas? Porque

la gente (...) sabe que un periodista puede hilar cuatro ideas con claridad en un texto” (Mavi, Ministerio de Comunicación).

En este marco, el *saber ser*, cobra mucha más relevancia, debido a que las carencias que el estudiante de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, arrastra desde la escuela, podrían resolverse a partir de la formación de un hábito por la lectura, de acuerdo a los participantes. Tiene que ver, sin duda, con el esfuerzo y tiempo que el estudiante dedique a su formación académica, para aprovechar, tanto los conocimientos teóricos proporcionados por los docentes como los que pueda aportarse a sí mismo. “En la actualidad creo que los periodistas tienen muchos problemas de ortografía, de reglas gramaticales; falencias que nosotros no las teníamos. Y eso no te va a dar la universidad, depende del interés que tenga el estudiante para mejorar. Creo que la base sigue siendo nomás la lectura, aunque al parecer ahora ya no se lee tanto como antes ni se investiga tanto como antes” (Gabriela, UNIR-Bolivia).

Área de Investigación y métodos

Introducción a la investigación, Epistemología y lógica, Métodos y técnicas de investigación y Métodos de la comunicación, son las materias que incluyen esta área de formación y con respecto a ellas se formuló la siguiente pregunta.

¿Considera que se ha conseguido el objetivo de: Conocer la estructura y principios del pensamiento científico y de las técnicas de investigación? y ¿Aplicar críticamente las prescripciones del método científico al análisis y lectura de la realidad a los problemas de la comunicación? y, en este marco, ¿se ha logrado aplicar este conocimiento en su desempeño profesional?

Una gran parte de los participantes de los grupos focales, han destacado la importancia de la investigación para la formación

del profesional en comunicación, desde la competencia del *saber*, la misma que debe tener un carácter transversal en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA. Esta opinión fue unánime entre los jóvenes como los antiguos egresados y titulados de esta carrera, “yo creo que es importante alentar la investigación dentro de la propia carrera, porque es ahí donde vas formando criterio, vas obteniendo mejores destrezas para desarrollar investigación” (Gabriela, UNIR - Bolivia). “En mi caso sí, han habido bastantes docentes que han reforzado la investigación por muchos años, desde primero que se lleva investigación y, sí, nos han formado bien” (Karem, Comunicadora independiente), aunque es evidente que tanto para las generaciones antiguas como las nuevas, esta formación es aún insuficiente.

Al respecto, se desatacó la labor que se impulsa desde la carrera y el Ipicom, a través de las auxiliaturas de investigación, así como las actividades que se llevan adelante, desde la Asociación Boliviana de Investigación en Comunicación (ABOIC) para que los estudiantes se involucren en labores investigativas, desde el *saber hacer* y el *saber ser* “personalmente yo creo que la ABOIC, de alguna manera, ha formado jóvenes. Yo desde el primer año participé y eso me ha ayudado (...) hay investigaciones, por ejemplo, que no están buenas; pero ahí aprendes ¿no? (...) Que te digan qué es lo que no está bien en métodos, técnicas, instrumentos, en la aplicación de estos instrumentos para esta investigación” (Karem, comunicadora independiente). “Saludo que se vaya alentando, ya subiendo un poco más a un nivel, respecto a esto que se llama investigación y acción, yo creo que ahí la responsabilidad de la carrera es fundamental. Hay tantos temas comunicacionales que se nos pasan por las narices, realidades que necesitan ser explicadas desde la academia” (Gabriela, UNIR-Bolivia).

Sin embargo, hay posiciones divergentes sobre el desarrollo de las capacidades en el *saber ser* de los estudiantes de la Carrera de

Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, debido a que, pese a este apoyo, una gran parte de éstos no contaría con las competencias suficientes como para plantear un tema para tesis de grado, por ejemplo. “Es ponderable el hecho de que, desde primer año, ya se empiece a educar en los métodos de investigación, desde la primera materia Epistemología y lógica y (...) que vayan fortaleciendo el proceso de investigación; sin embargo, (...) pareciera que para los estudiantes la investigación es como un castigo. Clara muestra de esto, está en que hay bastantes defensas de examen de grado” (Moisés, UMSA). “Falta profundizar el tema de las teorías, así como las metodologías de investigación (...) con eso mejoraríamos profundamente la formación de los estudiantes” (Abdón, Maestría en Gestión de la Comunicación).

Una gran parte de los participantes de los grupos focales, considera que los estudiantes de esta carrera, salen con grandes dificultades para hacer investigación, porque se interpreta a la metodología como un proceso de aplicación mecánica, cuando en realidad se la debería entender como parte fundamental de cada una de las áreas de formación, sobre todo con la de Teorías de la comunicación. Algunos otros manifestaron que la investigación no solo debe ser transversal a todas las demás áreas, sino que debiera entenderse desde una perspectiva multidisciplinaria, para vincular la comunicación con otras ciencias.

Lo cierto es que, así como el área del Cientista social, el de Investigación, es fundamental para la formación del profesional en comunicación en cualquiera de los ámbitos en que se desempeñe, “para ser periodista, un buen periodista, tienes que ser un buen investigador”, o desde otro ámbito de la comunicación, “para hacer un trabajo de la oficina, tu estrategia de comunicación, estrategia de relaciones públicas o lo que fuera, tienes que ser un buen investigador (...) Tienes que saber método o metodología para ser un buen investigador” (Gabriela, UNIR - Bolivia).

Al respecto, se expresaron opiniones acerca de las falencias en el trabajo periodístico a nivel metodológico, “en periodismo también falta investigar, los periodistas hacen aseveraciones sin respaldo (...) falta la contraposición de fuentes (...) eso significa que puede hablar hasta el vecino sobre lo diferentes temas, que los bolivianos estamos enfrentados, que la crisis, etc. (...) Creo que lo que se ha avanzado en las carreras de comunicación, no se traduce en la práctica por distintos factores” (Abdón, Maestría en Gestión de la Comunicación). Una de las razones por las cuales los periodistas no logran llevar adelante ese proceso de investigación, de acuerdo a varias opiniones, tiene que ver con el trabajo bajo presión, que realiza el periodista para cumplir con la cobertura diaria de la información “no hay el tiempo para que el periodista pueda decodificar la noticia y analizarla, a través de diferentes fuentes, hacer un periodismo interpretativo (...) buscar a más personas, instituciones, fuentes bibliográficas (...) para mejorar también la calidad periodística en el servicio que se brinda a los usuarios (...) la mayoría de los periodistas se queda en el género informativo” (Guissel, auxiliar de investigación- Ipicom).

Esa mejora en la calidad del desempeño profesional, tanto del comunicador como del periodista, tiene que ver justamente con el manejo de metodologías de investigación, para profundizar temas de estudio y análisis de la realidad, tanto en el ámbito académico como en el periodístico. Los participantes coincidieron en señalar que en este último caso, la investigación se traduce en el instrumento para generar opinión pública y línea política.

4.1.2. Componente *expectativas y valoración social*

Como se señaló anteriormente, estas *expectativas y valoración social*, del trabajo que realizan los profesionales en comunicación, tiene que ver con una delimitación de los territorios de la comunicación y, en esa medida, con el desarrollo de capacidades adecuadas para responder a las demandas reales de la sociedad. Esta

posibilidad estaría directamente relacionada con el correspondiente reconocimiento social y académico al desempeño de los profesionales en comunicación (Torrice, 2008).

En este contexto, los participantes de los grupos focales reflexionaron en torno a la disyuntiva entre el desempeño profesional, vinculado a capacidades técnico-operativas o estratégicas. De este planteamiento surgieron las siguientes propuestas de análisis.

El trabajo del comunicador entre lo técnico - operativo y lo estratégico

Si bien existen instituciones, en las que el desempeño profesional de los comunicadores es muy valorado –logrando desarrollar un trabajo junto a equipos multidisciplinarios y muchas veces liderizándolos– estos ejemplos no son muchos, “generalmente dentro de los trabajos, al comunicador se lo ve como el técnico o aquel que sabe manejar los programas de edición, diseño gráfico o audiovisual, esa es mayormente la producción que requieren” (Carlos, Compa).

Algunos de los integrantes de estos grupos de discusión, señalaron que están trabajando en la edición de videos o son responsables de la iluminación en un estudio de televisión como *gaffer*, pero consideran que para ello, no era necesario estudiar cinco años en una carrera de comunicación social; sino solo hacer un curso en algún instituto. En ese contexto surge el planteamiento de establecer el nivel de técnico medio, superior y licenciatura en comunicación, “sin menospreciar las capacidades (...) hay gente que seguramente quieren, más bien, ver los elementos prácticos ¿no? quieren hacer diseño gráfico etc., tal vez habría que diferenciar en los años de estudio, tal vez podrían ser dos años ¿no?, pero ya no sale como comunicador licenciado, sino técnico en diseño gráfico por ejemplo” (José Luis, Solidar Suiza/AOS).

En el marco del desarrollo de estas capacidades técnico-operativas, las opiniones entre antiguos y nuevos, egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, se volvieron a contraponer, pues mientras los primeros reconocieron no haber desarrollado estas capacidades, debido a: *i)* una formación enfocada más en la teoría que en la práctica, aunque con mejores docentes; *ii)* la falta de infraestructura y equipamiento, que caracterizó a la carrera en ese entonces y; *iii)* el nivel de desarrollo de la tecnología.. “...yo me siento feliz de haber salido en esa época, porque he tenido buenos catedráticos (...) pero no teníamos buenas condiciones (...) en el sentido de poder especializarse en algo. Si querías ser periodista o hacer investigación teníamos muchos problemas, también a nivel técnico (...) En nuestra isla de radio, teníamos un micrófono nada más (...) en el aula (...) esa era nuestra radio” (Sandra, Caja Nacional de Salud). “En mis tiempos, en radio (teníamos) una cosa así, que hacían girar y nos grababan con un micrófono (...) pero había que hacer fila. Yo solo una vez he tenido la suerte de grabar (...) En la biblioteca habían dos libros y teníamos que hacer fila para leer y hasta para hacernos fotocopiar...” (Claudia, comunicadora independiente).

A pesar de ello, una gran parte de los antiguos egresados y titulados de la carrera, manifestaron su satisfacción por la calidad de los docentes de aquel entonces, “eran realmente un lujo, algunos de ellos siguen siendo maestros, y te da gusto encontrarte con ellos. Estaba Lucía Sauma, Carlitos Soria (...) hasta la propia Olga Moreno (...) pero qué personalidad además (...). Por eso creo que ahora los procesos de selección de los docentes deben ser más exigentes, que realmente tengan experiencia probada y trayectoria también” (Gabriela, UNIR - Bolivia). “Yo creo que nuestros años han sido excelentes, porque hemos tenido muy buenos docentes (...) leías porque leías, y (...) tenías que leer el texto completo y había control de lectura, de aquí a tres días (...) y esa es la buena base que hemos tenido (...) creo

que, hasta ahora, ha dado resultados; ahora no se si se lea tanto como antes” (Rocío, Ministerio de Defensa).

Por estas razones, las generaciones pasadas han desarrollado excelentes competencias en el marco del *saber*, pero experimentado algunas deficiencias en la práctica de esos conocimientos teóricos y el manejo de las nuevas tecnologías, en lo que al *saber hacer* se refiere, aunque han sabido confrontar esas insuficiencias con el autoaprendizaje para posibilitar aportes significativos en su desempeño, sobre todo en el marco del *saber ser*. De ahí que muchos de ellos manifestaron sentirse seguros con su formación académica en el momento de trabajar, desarrollar propuestas en torno a la comunicación estratégica y, por todo ello, contar con cierto reconocimiento en el ámbito laboral.

En contrapartida, las nuevas generaciones lograron desarrollar estas capacidades técnicas, gracias a las mejores condiciones de infraestructura y equipamiento con las que cuenta la carrera en la actualidad, así como un buen nivel de desarrollo y acceso a la tecnología. Aunque, al parecer las deficiencias se encuentran a nivel de formación teórica, reflexión y análisis crítico-conceptual, redacción, lectura e interpretación de textos, además de la posibilidad de generar propuestas propias, “acá es más fácil familiarizarse con las TIC, pero sin embargo, la cuestión de la teoría no está siendo bien pulida” (Moisés, UMSA).

Este problema fue directamente relacionado con el nivel de formación académica de los docentes, encargados de facilitar las asignaturas en la carrera, las metodologías que aplican, su experiencia profesional y hasta la motivación que son capaces de generar en los estudiantes y futuros profesionales de la comunicación. “Yo creo que esa materia de redacción y lenguaje es una práctica diaria (...) Entonces, ahí creo que hay que demandar que los docentes hayan tenido la experiencia ¿no? de trabajar en una sala de redacción, de haber escrito (...) Haber

tenido esa presión que te genera estar en un medio escrito, porque tienes que tener un bagaje muy amplio de lo que es el manejo del lenguaje. Y hay algunos docentes que son muy buenos y otros, que no mucho, que no han tenido la experiencia necesaria para poder compartir con nosotros” (Wara, RTP).

Por otro lado, se criticó la falta de actualización de los conocimientos de los docentes, pues a criterio de los participantes de los grupos focales, éstos continúan presentando un mismo contenido curricular y hasta las mismas preguntas para los exámenes, cada año. Se cuestionó también la falta de relación entre los contenidos que dicta cada docente de la misma asignatura, porque, a pesar de existir en las universidades públicas la cátedra paralela, a criterio de los participantes de los grupos focales, éstos no debieran diferir demasiado uno del otro, “porque en cada uno de los paralelos que hay en la carrera (...) los docentes dan diferentes contenidos; entonces uno dista mucho del otro, (...) porque, digamos este año has llevado con un docente que te ha dado un pantallazo general de la materia; en la misma área ¿no es cierto?; mientras que el siguiente ha sido súper puntual” (Roxana, docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social).

A su vez, se cuestionó la ausencia de continuidad entre los contenidos de las asignaturas secuenciales, lo cual tiene que ver con la falta de coordinación entre los docentes, “no hay un espíritu de cuerpo, un compartir el conocimiento, analizar los contenidos de forma crítica (...); cada cátedra es una isla (...) no se coordina con los demás docentes no hay conectividad” (Oscar, Maestría en Gestión de la Comunicación).

Tanto en los medios de información como en las instituciones de la administración pública y privada, existe una marcada tendencia hacia la instrumentalización de la comunicación, razón por la cual estos profesionales no tienen la oportunidad de encarar su trabajo

desde una visión estratégica, de acuerdo a las apreciaciones de los participantes.

Este desempeño, está también muy condicionado y evaluado de manera simplista y cortoplacista por las instituciones, ya que el trabajo del comunicador está vinculado a resultados específicos, realizados en periodos demasiado cortos y desde una mirada marginal; no como un proceso integral de trabajo, estrechamente ligado al que realiza el resto de la institución. De ahí que estas tareas, muchas veces, sean determinadas por el impacto inmediato que el trabajo del profesional en comunicación alcance. En este marco, los comunicadores son vistos como aquellos que posibilitan que la institución en la que trabajan, brille o se opaque, dependiendo de ello el éxito o fracaso de la misma y hasta la permanencia del propio comunicador en su fuente laboral. “Lamentablemente, nos ven como a la quinta rueda del carro, fácilmente reemplazables cuando falta presupuesto (...) porque nosotros le damos un carácter instrumentalista a nuestra profesión, porque nos dedicamos a hacer el folletito y no estamos asumiéndonos como profesionales que pueden dar, que puede aportar más allá de la producción de materiales de comunicación (...) debemos recuperar el carácter estratégico de la comunicación” (Gabriela, UNIR - Bolivia).

En el ámbito de los medios de información, la situación es peor aún porque: por un lado, al profesional en comunicación, que sale con una formación académica deficiente, le cuesta mucho desempeñarse en un medio, “para presentarte como profesional de excelencia, le falta mucho al comunicador (...) Un comunicador se desataca por tener una línea política como Amalia Pando por ejemplo” (Abdón, Maestría en Gestión de la Comunicación) y; por el otro, éste tiene que enfrentarse a la competencia de profesionales de otras disciplinas, que podrían hacer mejor su trabajo e inclusive con personas que ni siquiera cuentan con una formación académica y están invadiendo su espacio laboral, “...ahora si nos vamos a los medios de comunicación, (...)

vemos que en ellos no están comunicadores sociales, sino personas que llegaron de otras profesiones o algunas que no tienen tal vez alguna profesión, pero que han sido reconocidas por otras tareas, muchas mises o personas que estuvieron en el ámbito del modelaje, por ejemplo” (Lorena, Maestría en Gestión de la Comunicación).

Si bien, estas circunstancias complican el desempeño profesional de los comunicadores en los medios, el avance de la tecnología, lo ha complejizado aún más, pues ahora se considera que cualquier persona puede hacer el trabajo de un comunicador o periodista, porque puede manejar programas de edición, hacer un video, operar una cámara y mandar noticias desde un celular. “El área de comunicación, quien lo manejaba no era un comunicador; era un ingeniero informático (...) les hablo concretamente del Ministerio de Obras Públicas, justamente porque esa persona manejaba todas esas herramientas, las redes sociales, lo digital, las nuevas tecnologías de la información” (Juan Carlos, consultor en comunicación).

Y las dificultades crecen, porque la oferta académica es amplia, con más de 40 carreras de comunicación en el país, formando profesionales en esta área (Canedo, 2011). En una buena parte de ellas se ofrece la formación general para el profesional en comunicación, además de alguna especialidad en publicidad, periodismo o producción audiovisual; en tanto que el profesional en comunicación de la UMSA, egresa con una formación generalista y debe esforzarse ya en el campo de trabajo para formarse, teóricamente como en la práctica, para responder a las exigencias de un mercado laboral cada día más exigente.

Sin desmerecer lo técnico - operativo, el comunicador debe tener criterios estratégicos para interpretar y proponer, “...tener criterio, esta capacidad de interpretar la realidad y ser pertinente al momento de generar propuestas, no solo en productos, eso yo creo que es fundamental (...) Yo creo que debe haber un equilibrio entre lo

técnico - operativo y lo estratégico, por ejemplo yo de diseño no sé nada, pero tengo criterio y se cuál es mi público meta al cual me tengo que dirigir, por lo tanto los materiales que vaya a concebirlos, a producirlos; sino a imaginarlos, van a tener esos criterios estratégicos” (Gabriela, UNIR - Bolivia).

El desarrollo de este enfoque estratégico de la comunicación en el desempeño profesional, ha sido analizado desde el desarrollo de propuestas, muy vinculado también a la competencia del *saber ser* del profesional en comunicación.

De la formación general a las especializaciones y propuestas

Si bien, de acuerdo a lo expuesto por los participantes de los grupos focales, la formación de los profesionales en comunicación fue aceptable; ésta ha sido generalista e insuficiente para afrontar los requerimientos de un mercado laboral en constante transformación y con exigencias cada día más específicas.

Entre las nuevas generaciones de egresados y titulados de la carrera, se ha podido advertir cierta frustración con respecto a áreas de estudio como la del Cientista social o Teorías de la comunicación, ya que éstos no han visto la forma de aplicarlas en el ámbito de trabajo, “cuando una sale de la carrera, se siente frustrada, porque todo lo que ha aprendido, no hay como implementarlo (...) en el campo laboral, no te sirve de nada, es teoría que está en tu cabeza” (Marie France, UMSA).

Sin embargo, estas expresiones de disconformidad no son muchas, pues la mayor parte de los profesionales recientemente titulados, reconoce la relevancia de estas áreas del conocimiento, pero considera que se hace indispensable actualizar la malla curricular y complementarla con asignaturas que coadyuven en la formación especializada de los estudiantes, puesto que el mercado laboral exige a los profesionales en comunicación capacidades específicas, “...

tengo amigos que están en el mismo canal y están en la Unifranz y me dice: yo soy especialista en producción audiovisual o, yo soy especialista en el tema de investigación, pero cuando salimos de acá, de la UMSA, es bien distinto, yo soy comunicador, pero he pasado la mención no sé, de periodismo y (...) no hay una especialidad” (Wara, RTP).

Pero los actuales egresados de la carrera, no solo no cuentan con una especialidad, sino que, ni siquiera el Taller de síntesis⁷, logró el objetivo de colectivizar y socializar el proceso enseñanza-aprendizaje y posibilitar la interrelación de la teoría y práctica, porque, de acuerdo a varios de los participantes de los grupos focales, existen estudiantes de quinto año que fueron a los canales para realizar pasantías “y muchas veces no saben ni manejar una cámara, pero te pones a pensar que estos compañeros ya están en quinto año y han pasado los talleres, incluso tenemos estudio de TV, donde podemos manipular las cámaras” (Zulema, PAT).

Esto sucede, porque estos talleres no están directamente vinculados a un medio de comunicación, donde los estudiantes realicen pasantías, “ya que la responsabilidad de llevar tu trabajo ante el público (...) te mueve a mejorar tu trabajo como estudiante, y convertirlo en algo de mejor calidad (...); lamentablemente la carrera no pudo concretar el desarrollo de pasantías en esos medios masivos hasta la fecha” (William, Maestría en Gestión de la Comunicación). Muy pocos señalaron haber logrado experimentar de manera positiva este taller, “el taller síntesis a mí me sirvió de mucho, porque ha sido un campo casi experimental, donde, claro que no había la presión del trabajo, podías ser creativo (...) aprendías a manejar los tiempos y todo aquello; pero, tal vez, se tendría que hacer la pasantía de manera obligatoria” (Lorena, Maestría en Gestión de la Comunicación).

⁷ A partir de 1998, dentro del nuevo plan de estudios, la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA instauró la modalidad del Taller vertical de síntesis.

Debido a estas carencias en la formación académica general, muchos comunicadores se vieron obligados a complementarla con algunos cursos cortos en institutos. “Estábamos con el boom de la redes sociales y todo lo que es la comunicación digital, yo he tenido que hacer diseño gráfico con collage (...) grave error. Luego he salido y tuve que tomar clases en un instituto, para poder tener esos insumos, porque cuando una sale al área profesional, te lo demandan, porque se sobreentiende que ya tienes que tener eso” (Marité, Gobierno Autónomo Municipal de El Alto). “Mi iniciativa de entrar a la universidad, a la Carrera de Comunicación, era porque me gustaba el tema de publicidad, hacer campañas publicitarias (...) Y en el trabajo nos pedían el tema del diseño, pero dentro de la currícula no había diseño, así que teníamos que ir a inventarnos, dibujar, etc. Yo tenía que pagar en otra institución el tema del diseño a nivel de técnico medio y técnico superior para poder entrarme al tema de publicidad y saber más ampliamente” (Judith, Cámara de Senadores - ALP).

Otro de los requerimientos que exige el mercado laboral, de acuerdo a lo manifestado en los grupos focales, es el conocimiento y dominio de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, tanto para el periodismo como para la producción audiovisual en el trabajo institucional. Para la mayor parte de ellos, éste no solo debiera ser abordado en un seminario, sino como un área de especialización en la carrera, e inclusive de manera transversal, al igual que las otras cuatro áreas de formación.

Esta falta de especialización, llevó a una gran parte de los profesionales en comunicación a buscarla en otras carreras, “salimos todólogos y llegado el momento de la verdad, en el mundo laboral no te sirve, a veces eso, (...) y uno tiene que estudiar otra carrera (...) yo he tenido que estudiar Derecho para justamente especializarme en comunicación jurídica” (Juan Carlos, consultor en comunicación); algunos otros lo hicieron, a través de un posgrado. Esta preparación ayudó a muchos comunicadores no solo a aspirar

mejores condiciones laborales; sino a recuperar su autovaloración y reconocimiento social.

Pero no faltaron quienes abandonaron la carrera, ya sea para buscar oportunidades en cualquier otra área de trabajo o incursionar en carreras que no guardaban ninguna relación con la comunicación, “bueno luego de un par de años que dejé la carrera, decido retomar la universidad (...) y mi mamá me aconseja que si iba a estudiar de nuevo que sea algo en lo que consiga trabajo y gane buen dinero (...) entonces llamé a mis compañeros que estaban egresando (de comunicación) y me decían aquí voy dos años como reportero (...) y en realidad no estaban muy bien (...); entonces con el dolor de mi corazón me fui hacia el lado de los números a Contaduría Pública (...) y si creo que mi nivel salarial está bien”. (Rocío, Ministerio de Defensa).

Si bien esta inquietud se ha manifestado, tanto entre los comunicadores que concluyeron la carrera recientemente, como entre los que lo hicieron bajo la antigua malla curricular o en la etapa de transición, se ha observado que estos dos últimos grupos, no consideran la falta de especialización como un problema relevante, debido a que sobre la base de estos conocimientos básicamente teóricos y generales, han ido incorporando nuevas capacidades, ampliando sus conocimientos y adaptándolos a las demandas laborales.

Muchos de ellos no piensan que sea necesario incrementar nuevas materias a la actual currícula; solo tener un buen manejo de teorías y lenguajes, interpretar la realidad de manera crítica y escribir medianamente bien, “creo que hay que apuntar a eso, a formar a los estudiantes sobre bases más sólidas, antes que seguir aprendiendo a manejar medios que eso, al final se lo hace de todas maneras. Yo he hecho diagramación, he hecho composición, he estado a cargo de la producción de un periódico y no porque lo haya aprendido aquí; eso ha sido experiencia laboral. Para mí la base teórica ha sido Lenguaje

de la imagen, Teoría de la comunicación e Historia socio-política de Bolivia, Formación social boliviana y Tendencias. Eso es lo que hay que hacer: base más sólida que te dé aplomo” (Mavi, Ministerio de Comunicación).

Estas bases teórico-conceptuales, así como la aplicación de metodologías de investigación, son las que le permiten al profesional en comunicación explorar y experimentar en nuevos ámbitos de la comunicación. Uno de ellos es la producción radiofónica, pues con la llegada del internet a las áreas rurales del país, se ha posibilitado que la radio retome fuerza y con ella, la producción de radionovelas y documentales educativos. “La radionovela, se pensaba que se había perdido y esa es un área que yo he empezado a explotar y después he empezado a hacer guionización, que la carrera no te da y hay que aprender (...) Lo he hecho primero, con proyectos con jóvenes en El Alto, luego con los afro, luego en Ecuador, luego en Colombia (...) porque hay campo para hacer radionovela y la radio se sigue escuchando” (Claudia, productora independiente).

Para asumir retos como éste, el profesional en comunicación debe ser muy creativo y con los pocos elementos que la carrera le proporciona, indagar y profundizar en su campo de trabajo. “Soy responsable de lo que es promoción del Banco de Sangre de El Alto y he trabajado un poco en lo que es el Servicio Regional de Salud de El Alto también y (...) así he comenzado, un poco, a conocer lo que es el área de salud y he podido hacer un programa de televisión, en el canal Virgen de Copacabana y la gente se ha enterado un poco de cómo es el sistema de salud pública en la ciudad de El Alto y hasta el día de hoy la gente me encuentra (...) y me reconocen los mismos colegas, los mismos compañeros de sala de prensa de El Alto” (Carol, Banco de Sangre). “El comunicador tiene que ser considerado un cientista social, porque precisamente en ese sentido, puede buscar estrategias, hacer el asesoramiento en diferentes áreas del conocimiento” (José Luis, Solidar Suiza/AOS).

4.2. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

En el marco del diseño metodológico y bajo el enfoque cualitativo de la presente investigación, se ha visto la pertinencia de realizar nueve entrevistas en profundidad a profesionales de la comunicación social, con amplia trayectoria laboral en medios de comunicación, instituciones públicas, privadas y organizaciones no gubernamentales, además de la docencia universitaria.

Cabe destacar que para seleccionar a los entrevistados también se tomaron en cuenta aspectos relacionados a sus conocimientos sobre el mercado laboral o el reconocimiento por su aporte teórico al campo de la comunicación.

- Adhemar Poma, docente de la Maestría en Gestión de la Comunicación, experto en ámbitos vinculados a: Estudios de mercado laboral, Diseño e implementación de programas de formación técnica laboral, Gestión de personas por competencias, Evaluación de impacto de proyectos socio productivos.
- Erik Torrico, coordinador del Observatorio Nacional de Medios (Onadem) UNIR- Bolivia, docente de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana (UCB) y de la UMSA, docente investigador del Instituto de Investigación, Posgrado e Interacción Social en Comunicación (Ipicom).
- Edgar Dávila, docente de la Universidad Católica Boliviana y de la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), con más de veinte años de trabajo en la radiodifusión, en Escuelas Radiofónicas de Bolivia (ERBOL).
- Edwin Flores, periodista en radio Fides, periódico Los Tiempos de Cochabamba y la Agencia de Noticias Fides (ANF) durante 12 años, es también docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

- José Luis Aguirre, docente de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana (UCB) y director del Servicio de Capacitación en Radio y Televisión para el Desarrollo (Secrad).
- Leonardo Mollinedo, director de Televisión Universitaria (TVU) y docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.
- Marlene Choque, docente de posgrado en la Universidad Andina Simón Bolívar, así como de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social y docente investigadora del Ipicom de la UMSA.
- Mirko Orgaz, docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA desde hace más de veinte años y director del periódico Hora 25.
- Tamara Liendo, responsable del diseño y ejecución del Programa de educación económica y financiera del Banco Central de Bolivia (BCB) y docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA.

Las entrevistas en profundidad se llevaron adelante sobre la base de las siguientes preguntas:

¿Cuál considera que es el papel del comunicador social? y ¿cuáles son las funciones que éste debiera desempeñar en el mercado laboral? ¿Éstas debieran relacionarse con las competencias técnico-operativas o estratégicas?

Para Erick Torrico, el papel del comunicador está delineado desde dos ámbitos, uno tiene que ver con la actividad intelectual y la gestión estratégica de los procesos comunicacionales, todo ello muy ligado a la planificación, la investigación académica y la formación universitaria; y otro con el ámbito práctico, “hay una diversidad de

opciones, en cuanto a sus destrezas, para ser un productor de mensajes y utilizar los recursos tecnológicos”. Tamara Liendo, al igual que la mayor parte de los entrevistados, prepondera ese papel estratégico, que le toca desempeñar al profesional, desde la cientificidad de la comunicación, como aquel encargado de hacer un análisis contextual para dar respuestas a problemáticas sociales, estableciendo “las políticas de transparencia, las políticas institucionales, las políticas de relacionamiento para el logro de objetivos institucionales y sociales”.

Desde la perspectiva de José Luis Aguirre, el comunicador es un ingeniero social que promueve, activa, dinamiza, articula y hace que los distintos actores sociales puedan convivir, “el comunicador es quien está llamado a generar espacios de encuentro, de acercamiento, diálogo entre los diferentes componentes de la sociedad”. Este profesional, es también un actor cohesivo y con potencialidades de generar cercanía, es quien repara distancias, vacíos, fraccionamientos y divisiones en cualquier espacio de la sociedad. A este papel, Edgar Dávila lo denomina de mediación y responsabilidad social, la misma que desarrolla el comunicador, independientemente de su especialidad: periodismo, relaciones públicas o comunicación para el desarrollo y tiene una directa relación con la formación académica, “es esa repercusión que tiene nuestra actividad en las personas, que debe ser muy bien administrada y gestionada”.

Mirko Orgaz, coincide con estos criterios, porque entiende que el comunicador es un mediador de la sociedad en su conjunto. Una sociedad, cada vez más necesitada de comunicarse en el contexto de la globalización, en la que este profesional juega roles cada vez más determinantes. “Hemos pasado del periodista constructor de información a un gran mediador de la sociedad, que sobrepasa los medios de comunicación tradicionales, para ocupar la escena mediática en las redes sociales, las cuales se constituyen en un nuevo desafío para el comunicador actual”.

Dávila entiende que el otro espacio en el que se desempeña el comunicador, está en la práctica profesional, la misma que, lamentablemente, se desenvuelve sobre todo en el ámbito operativo e instrumental. Es así que desde la planificación estratégica de la comunicación, propuesta por Luis Ramiro Beltrán, se debe recuperar ese carácter estratégico de la comunicación y darle la jerarquía necesaria. Para lograrlo, es indispensable repensar el papel de la comunicación en la sociedad, desde el *saber ser*, “debemos pasar de ese rol instrumental, al rol mucho más estratégico, donde realmente se pueda visualizar la comunicación como un proceso de construcción de sentido y no como un conjunto de actividades desarticuladas entre sí”. Esto sucede porque existen serias deficiencias en la formación académica de los profesionales en comunicación.

¿Cómo ve la formación académica de los profesionales egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, en cuanto a las competencias: saber, saber hacer y saber ser?

Torrico encuentra que, entre los estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, existen bastantes deficiencias en los planos del conocimiento y las prácticas. “Los mayores problemas tienen que ver con la lecto-escritura y con la capacidad de comprensión, argumentación y expresión racionales. Me parece que esto mismo se evidencia en bastantes casos en la práctica profesional”.

Una gran parte de los entrevistados coincidieron con esta opinión. Al respecto, Edwin Flores comenta que siendo docente de la asignatura Redacción III, encuentra errores que debieron haber sido subsanados en las asignaturas de Redacción I y II. Uno de los problemas que argumenta este docente, es el excesivo número de estudiantes con los que se debe trabajar, “Hay una especie de analfabetismo redaccional que debería llamarnos la atención. Situación que se podría encarar con una proporción de carga horaria adecuada, es

decir, en un paralelo donde trabaja un docente, deberían trabajar cuatro”. “Esa competencia básica que debería tener el comunicador, que es saber escribir y transmitir sus ideas de manera escrita, visual, audiovisual, estamos viendo que no la tienen”, señala, por su parte, Marlene Choque, también docente de esta carrera. Pero no solo eso, sino que los estudiantes no están bien formados teóricamente, no tienen una lectura crítica de la realidad, no manejan la metodología. “Los estudiantes están egresando con una formación algo dispersa y con serias falencias”, añade Choque.

Dávila considera que si bien los estudiantes llegan a las aulas de la universidad con deficiencias arrastradas desde la escuela, éstas no pueden ser superadas en el marco de la universidad, debido a que las condiciones de trabajo en la misma no son las mejores. Pero, no solo existen problemas de infraestructura, con una elevada matrícula, sino y sobre todo, dificultades en el proceso de enseñanza-aprendizaje y un bajo nivel de exigencia entre los docentes, “las propuestas de cada docente deberían evaluarse permanentemente, con el afán no solamente de hacer una valoración didáctica; sino fundamentalmente para definir si realmente las competencias y los objetivos planteados en esa materia se han logrado en los estudiantes”, puntualiza el docente.

Al respecto, Choque se pregunta ¿qué estamos haciendo como docentes? o ¿cómo llegó ese estudiante a segundo, luego *a cuarto y quinto, sin saber lo básico que es saber escribir?* y “considero que hay una cierta complicidad entre docentes y estudiantes y ahí la universidad y la carrera debieran replantearse recuperar su nivel académico, a través de la aplicación de exámenes de competencia”. Pero, si bien existen muchas deficiencias pedagógico-metodológicas entre los docentes, los estudiantes tampoco muestran mucho interés por aprender, son poco exigentes con los docentes y consigo mismos, están buscando aprobar las materias y optan por el mínimo esfuerzo, añade Choque. De acuerdo a Flores, el estudio no es una prioridad

para los estudiantes, puesto que, de los cien con los que inicia su materia, la mitad busca aprobar con 51 puntos “cuando se les explica que esa es una formación mediocre, les llevo los libros y les explico que, si no están bien preparados las decepciones son grandes, a la siguiente clase aparecen 50, el resto busca otros paralelos (...) al final termino con 30 o 25 de los cuales aprueba 20 y esto se repite cada año”.

Dávila considera, por su parte que “las actuales generaciones están acostumbradas a simplificar todo, bajo el argumento de que estamos en el momento de las TIC”. Es por esta razón que se deben adecuar los procesos de enseñanza-aprendizaje a las exigencias y el desarrollo tecnológico del contexto y esto tiene que ver, no solamente con la actualización de la malla curricular, sino también y nuevamente con los procesos de formación docente, “porque estamos entrando en áreas de confort, es decir yo doy lo mismo con la misma bibliografía y no me preocupo de pensar que está pasando a nivel latinoamericano con estas temáticas”. La opinión de Aguirre va por el mismo camino, “las carreras constituidas y los que están dentro, a veces hacen un pacto de profunda mediocridad. Es decir nos conformamos con la repetición, con agarrarnos del puesto y no activamos nuestra inteligencia y nuestro compromiso con el área de la formación, para realmente ser capaces de demostrar que nuestras potencialidades dan para muchísimo más”.

Esta idea, para Dávila está necesariamente ligada con la investigación, “si soy un profesional qué capacidad y formación tengo para investigar y si, además soy docente tengo la obligación de hacerlo”, señala. Cabe traer a colación aquí lo señalado por Raúl Fuentes Navarro (1998), cuando define la estructura del campo académico de la comunicación y plantea que éste se conforma por: *i)* prácticas de producción de conocimiento o investigación; *ii)* de reproducción de ese conocimiento o docencia universitaria; y *iii)* de aplicación del mismo a través de la profesión. Estableciendo así el estrecho vínculo

existente entre todas estas prácticas. Y es en este marco también, que cobra relevancia la experiencia laboral del docente a la hora de reproducir conocimientos, “en Perú o Ecuador, por ejemplo se obliga a los docentes que tengan experiencia laboral (...) porque su formación es eminentemente teórica y el docente teórico simplemente va a enseñar teoría; cuando los estudiantes, para insertarse laboralmente, necesitan formación en función de la experiencia, en función de la realidad del mercado laboral”, señala Adhemar Poma, docente de la Maestría de Gestión de la Comunicación, es por eso que considera que el perfil docente debe cambiar, “porque un docente de radio por ejemplo, ya no puede seguir enseñando radio, sin haber pisado una radio (...) se debe unir el saber pedagógico con el disciplinario, es decir la teoría con la experiencia laboral en campo”.

Bajo estos elementos, Dávila concluye en que la carrera, debe iniciar un proceso de innovación académica que implique, no solo actualizaciones curriculares, sino procesos de formación docente y transformaciones metodológicas de enseñanza-aprendizaje. En este proceso, el docente debe aportar en su autoformación, pero también la universidad y la carrera tienen que ofrecer los espacios y las condiciones necesarias para hacerlo, “se debe motivar a los docentes, desde sus especialidades. Hay personas a las que les interesa la metodología, entonces armar debates sobre epistemología de la comunicación, invitarlos, producir espacios donde se publiquen los artículos científicos, una revista científica. Esos espacios automáticamente van a cualificar a los docentes y, claro está, a la enseñanza”. El Ipicom, ha dado los primeros pasos en esa dirección, no solamente a partir de la puesta en marcha de cursos cortos de formación en investigación para docentes y estudiantes, sino también en cursos de posgrado, como la maestría en Gestión de la Comunicación.

Esta actualización docente contribuiría a consolidar las competencias del *saber* y *saber hacer*; pero, sobre todo, del *saber ser* de forma

articulada con las demás competencias. Sin embargo, desde la percepción de Aguirre, no solo en la UMSA, sino en muchas otras universidades, se enfatiza en los aspectos teóricos, y en algunos casos, en los prácticos, dejando de lado el desarrollo de esa importante competencia, misma que se traduce en el carácter propositivo del profesional en comunicación. “No hemos sabido formar en la dimensión del valor, porque la teoría, como tal, no nos ayuda a reflexionar sobre el *saber ser* o los conocimientos procedimentales, el manejo técnico tampoco nos ayuda a reflexionar sobre el *saber ser*. Entonces estará faltando una pieza fundamental que son los valores éticos del ser comunicador social”.

Dávila parte de la idea de que, un buen comunicador es también una buena persona y ella no es solamente la que tiene conocimientos y aptitudes; sino también valores. Se trata, entonces, de un crecimiento holístico que el profesional en comunicación debe cultivar, mismo que se traducirá en mejoras considerables en el relacionamiento con el entorno, con los docentes, los estudiantes. “Entonces el docente será ese motorcito de cambio (...) que trabaje con un equipo con el cual se puedan generar esas transformaciones”.

En la medida en que el docente se forme de manera completa, podrá también cualificar la enseñanza, haciendo posible una mejora en la formación del estudiante. Para Aguirre, si las carreras de comunicación posibilitan formar a los estudiantes en las tres competencias bien articuladas, y si éstos además conocen el verdadero motivo por el cual eligieron estudiar comunicación, sabrán valorar y enriquecerse todos los días y no encontrarán ningún espacio para la desorientación o cualquier sensación de vacío. En otras palabras, la valoración de esta profesión o cualquier otra, comienza por la formación académica.

En esta formación académica de los profesionales en comunicación de la UMSA ¿considera que se da un mayor énfasis en la teoría o la práctica?

Si bien los estudiantes egresados, hace un par de décadas atrás, señalan que la formación académica estaba basada sobre todo en la teoría; en tanto que en la actualidad, parece haberse otorgado un lugar más amplio a la práctica. Los entrevistados en esta investigación, consideran que ambas son importantes para una formación académica equilibrada.

Si se entiende a la comunicación como un proceso de construcción de sentido, de acuerdo a Dávila, se debe trabajar “con un pie en la teoría y con el otro en la práctica (...) y para lograr esa construcción de sentidos, tengo que enamorar, generar un proceso de comunicación que interese (...) ver cómo involucro, con quiénes trabajo, cuál es mi objetivo de comunicación, (...), porque, de qué me sirve que una chica tenga una maravillosa voz y que lea muy bien las noticias, pero que no piense en la persona que está detrás de la emisora”. Esto es posible, a través del desarrollo de elementos suficientes en el estudiante, que le sirvan para leer la realidad de forma crítica. “Hablo de formar futuros comunicadores que sean capaces de transformar esa realidad y eso te lo da la teoría y la práctica”. Y en este marco, el desarrollo de las habilidades operativas para el manejo de los medios, es solo una parte en este proceso comunicativo. “Entonces, un estudiante debe tener una buena formación teórica, porque eso le va a dar una buena lectura de la realidad, pero también tengo que darle argumentos operativos prácticos para que se pueda desenvolver”.

Torrice parte también de ese equilibrio que debe existir entre teoría y práctica “al parecer la mayoría de los estudiantes e incluso de los docentes, no tiene una noción suficientemente clara de lo que es la teoría y de para qué sirve, por lo que en muchos casos se la tiende a descartar por ‘aburrida’ e ‘inútil’, pero eso tampoco ha mostrado, hasta ahora, resultados de calidad en la producción práctica (...) En mi caso, en las materias de investigación que han estado a mi cargo, siempre he incorporado la realización de prácticas que comprenden

la elaboración y ejecución de proyectos de indagación así como la preparación y presentación de los informes correspondientes”.

El Taller de síntesis, ha sido una forma de lograr este equilibrio entre teoría y práctica, para Leonardo Mollinedo, director del Canal Universitario y docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UMSA, porque antes de la incorporación de esta asignatura a la malla curricular, los estudiantes no lograban desarrollar estas habilidades y destrezas, que les permitan incursionar en el mercado laboral generado por los medios. “Ahora los chicos deben elaborar diferentes pieza en el campo televisivo (...) se especializan en la elaboración de videos, contenidos y formatos, en la lógica de construcción de programas de televisión, cortometrajes (...) y comienzan a generar una exigencia laboral para su futuro”. Por esta razón, considera que, si bien la malla curricular de la carrera debe actualizarse, los talleres debieran continuar siendo un componente importante de la misma.

Pero esta articulación entre teoría y práctica no solo se limita a los medios, sino que hace parte de cualquier proceso comunicativo, cuando se concibe a la comunicación como construcción de sentido. Desde la comunicación para el desarrollo y el cambio social, la elaboración de materiales, incluye investigación, planificación y elaboración de proyectos sociales, de acuerdo a Dávila. Es así que desde la teoría, se plantean los elementos necesarios para hacer una lectura crítica de la realidad y, desde la práctica, los elementos técnico-operativos para plasmar la teoría en materiales, “por ejemplo, cuando hablamos de una teoría de desarrollo, la teoría difusionistas, ligada al conductismo, entonces lo puedo hacer desde la salud o desde la educación (...) y con un afiche (...) puedo resumir todo un modelo de comunicación. Ahí yo creo que el desafío docente es la didáctica, la pedagogía; y el desafío estudiantil es leer más, formarse y eso tiene que ver mucho con la motivación (...), salir de

ese confort. Es más trabajoso, necesitas leer, estar más actualizado pero vale la pena”.

¿Existen aún espacios en el mercado laboral para los profesionales en comunicación o es que éste debiera generar esos espacios a partir de una actitud propositiva?

Para Torrico, siempre hay espacios para los profesionales de la comunicación, aunque no demasiados, pues la oferta de egresados y titulados normalmente supera la cantidad de puestos disponibles. Adhemar Poma coincide con Torrico en que existe cierta saturación en el mercado laboral, pero que esto ocurre sobre todo en los espacios generados por los medios de comunicación, no así en áreas vinculadas con el desarrollo de proyectos, con la comunicación para el desarrollo. “He dirigido proyectos de desarrollo en Perú, Ecuador, en Bolivia (...) con proyectos sociales locales con las comunidades. Es ahí donde vi la necesidad de contar con comunicadores para el desarrollo. Un nuevo campo (...) para los comunicadores. Ahí los que hacen este trabajo son ingenieros, economistas y hasta abogados”.

Es así que en la actualidad, de acuerdo a Poma, el mercado laboral se está abriendo para un nuevo perfil del comunicador, “ya no queremos comunicadores que desarrollen funciones técnico-operativas, que solo sepan leer noticias; sino que sean capaces de tomar decisiones, de manejar redes sociales, estrategias de comunicación, gestión de proyectos sociales, proyectos de comunicación para el desarrollo”.

Esto ocurre porque la sociedad y el mercado laboral van evolucionando constantemente, bajo el influjo de factores económicos y tecnológicos. Sin embargo, no existe conocimiento sobre estas necesidades en la carrera, entonces continúa formando a comunicadores para los medios de comunicación. Y mientras, la universidad continúa como “instancia tradicionalmente ofertista, más autorreferencial; la sociedad está interpelando a la universidad,

le pide que los conocimientos, destrezas, habilidades, aptitudes y valores estén en función de la demanda”, apunta Poma.

En la opinión de José Luis Aguirre, las carreras de comunicación no deben formar profesionales en función de las necesidades del mercado, sino ser proponentes académicos en la formación de comunicadores que respondan éticamente a los requerimientos de la población, “porque no estamos en un supermercado, donde las empresas acuden y las universidades se convierten en oferentes de comunicadores”. De acuerdo al director del Cegrad, lo que le hace falta a las carreras de comunicación, es generar propuestas propias, con un valor cualitativo distinto y realmente interesante para intervenir en el mercado laboral, pero desde una mirada crítica, “tenemos que tener una masa humana, éticamente formada, responsable, políticamente orientada y con una conciencia de servicio a la sociedad. Por eso hay que reflexionar para saber dónde debería estar la presencia de la comunicación, en qué espacios para la contribución social y, sin lugar a dudas, hay una serie de ventanas que nadie las está atendiendo”.

Choque concuerda con Aguirre plenamente, porque para ella, si bien existen más de 40 carreras de comunicación, las cuales han generado demasiados egresados y titulados, el mercado sigue necesitando de profesionales en comunicación, pero profesionales especializados, que además tengan el sello de la UMSA. “Deberíamos formar profesionales con toda la visión crítica, social, política, histórica que no abarcan las privadas, porque ellas están con el tema de producción audiovisual, marketing, comunicación institucional (...) áreas en las que hay más competencia”.

Choque considera, además, que la carrera debiera formar a los estudiantes en periodismo de investigación “que sigan procedimientos científicos, un periodismo serio, que haga triangulación de fuentes, que llegue a la profundidad de los hechos, creo que hay una demanda fuerte en el mercado”. Y en este marco, propone también áreas

de subespecialización como el periodismo judicial, por ejemplo, “porque no hay conocimiento en cuanto a las normas (...) Eso nos está demandando una fuerte especialización (...) y debemos evaluar, por otro lado, lo que están haciendo las privadas y dejarlas en esos ámbitos y nosotros encaminarnos en estos otros, que puede que no sea muy marketero, pero que la universidad pública los tiene que hacer”.

Y vuelve a coincidir con Aguirre, cuando señala que las carreras de comunicación en general, y la de la UMSA en particular, no deben responder a todas las necesidades del mercado; su desafío es asumir una posición clara, política y ubicarse en el rol que le toca desempeñar ante la sociedad. “Yo considero que requerimos un posicionamiento estratégico como institución pública (...) y replantearnos áreas concretas de formación y ser rigurosos en eso. Entonces teoría te tiene que formar en todo lo que es la evolución del pensamiento, en todos los paradigmas, enfoques”, añade la docente.

Este enfoque crítico e institucional para plantear el perfil del profesional en comunicación es también fundamental para Poma, “necesitamos comunicadores con el sello UMSA, conscientes, propositivos, críticos, no con una mirada instrumentalista, sino con la capacidad de proponer y tomar decisiones con una fuerte base teórica crítica, pero también respondiendo con sus habilidades a las necesidades de la demanda”. Poma considera que ambos aspectos son importantes y deberían constituirse en la fortaleza académica del estudiante de comunicación de la UMSA.

¿La Carrera de Ciencias de la Comunicación debería entablar una relación más directa con el mercado laboral para conocer las necesidades que en éste existe?

Sin duda, responde Erick Torrico. “Ese es un déficit y probablemente no apenas de nuestra carrera”, A su criterio, las universidades ofertan carreras y cursos sin una consideración seria de las demandas

actuales o futuras del mercado laboral. “En los hechos, casi no hay información ni estudios a este respecto y menos una planificación estatal o al menos institucional, en relación a los tipos de profesiones y orientaciones profesionales que el país, el departamento o la ciudad requieren o requerirán en el mediano plazo”.

Según Poma, en la actualidad, la universidad tiene la posibilidad de incidir en la transformación social, generando conocimiento, pero para ello, debe abrirse a las necesidades de la sociedad, ya no puede continuar trabajando encerrada en sus cuatro paredes. La idea de construir una nueva propuesta curricular solamente entre docentes y estudiantes, no es muy buena, a su criterio, porque el Estado, las instituciones, la empresa y los sectores sociales deben formar parte del debate y la discusión sobre los requerimientos del mercado para con el profesional en comunicación. Este diálogo social debe hacerse, a través de la organización de simposios, conversatorios, paneles “debemos reunir a las ONG, las instituciones, el sector laboral productivo y no quedarnos como una isla, porque si bien sacamos gente con un cartón; ésta no está ocupando espacios de decisión importantes”.

Para Poma, ignorar el desenvolvimiento del mercado laboral es cerrar los ojos ante la realidad, porque, cuando se analiza el mercado laboral, es posible identificar el perfil del nuevo comunicador. Para eso, la currícula de la carrera debe ser reformulada, por lo menos cada cuatro años, actualizarse de acuerdo a estos parámetros, “metamorfosearse, cambiando junto con la sociedad, (...) porque ella está cambiando de acuerdo al desarrollo económico y tecnológico. Entonces no puedes seguir enseñando lo mismo de hace veinte años; debes replantear tus propuestas curriculares (...) de lo contrario estamos formando profesionales para el desempleo o para el subempleo”.

Este proceso de generación de espacios de diálogo con los diferentes sectores sociales, así como de transformación curricular, posibilitará

conocer las demandas del mercado laboral, para formar a los estudiantes de acuerdo a ellas y generar fuentes de empleo para los profesionales de la comunicación, a través de la firma de convenios y acuerdos interinstitucionales entre la UMSA y las instituciones públicas y privadas de La Paz.

¿Considera que la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social debiera contar con áreas de especialización y proyectarse como una facultad?

“Deberíamos contar con una facultad con varias líneas de especialización en manejo de redes, *massmedia*, comunicación política, comunicación para el desarrollo, esta última como una de las transversales en elaboración de proyectos de agua, medio ambiente, educación, género, por ejemplo”, señala Poma, porque de acuerdo a su experiencia de trabajo en el área de la comunicación para el desarrollo y la elaboración de proyectos sociales, existe una ausencia de profesionales en comunicación con esta formación, los cuales están cediendo esos espacios a profesionales de otras áreas.

Cabe destacar en este punto, que desde el Ipicom, las docentes investigadoras Tamara Liendo y Marlene Choque han sistematizado algunas propuestas y lineamientos básicos planteados por docentes y estudiantes, con miras al II Congreso de la carrera. En este marco, ambas consideran que la formación académica de los profesionales de esta disciplina debiera fundamentarse en el Área del Cientista social y proponer, sobre esta base, algunas menciones o especializaciones, pero que aún es muy apresurado hablar de consolidar una facultad de Ciencias de la Comunicación Social, sin antes avanzar con la actualización curricular, “creo que primero tenemos que asentarnos y actualizarnos y luego recién pensar como armar carreras, sino sería otra vez empezar a volar sin saber caminar”, señala Liendo. De acuerdo a esta docente, muchas teorías de la comunicación relacionadas a la salud, la educación, la cultura, el desarrollo

sostenible y sustentable, así como la comunicación para el cambio social –que, a pesar de haberse manejado en muchas regiones del mundo hace varios años– no han sido exploradas en la carrera y que en el futuro podrían conformar áreas de especialización.

Marlene Choque, plantea que además de la investigación y el periodismo investigativo, el estudio de las nuevas tecnologías también debiera ser considerado como un área de especialización, en su formato, análisis e investigación, “sabemos que su redacción es algo diferentes a la del periodismo impreso, es otro público, otro formato, otro tiempo”. Mirko Orgaz, coincide con Choque, pues considera que la investigación, las nuevas tecnologías y el periodismo deben formar parte de las áreas de especialización en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA y que, como parte de la actualización curricular, debiera también plantearse como área transversal a la comunicación para el desarrollo.

¿Cuán valorado está el trabajo que desarrollan los profesionales en comunicación, desde la sociedad y el Estado?

Para Erick Torrico, la sociedad parece tener un aprecio alto, respecto a quienes trabajan en los medios informativos, por el papel que cumplen, aunque al mismo tiempo cuestiona sus limitaciones. “En las instituciones públicas, las empresas privadas y las organizaciones no gubernamentales, la situación parece ser algo diferente, pues se considera a los profesionales de la comunicación útiles, pero no necesarios. Así, si por ejemplo tiene que haber un recorte presupuestario, lo normal es que se empiece reduciendo el personal del área, lo que no significa que se haga lo mismo con los gastos de publicidad o propaganda, aunque el trabajo correspondiente sea entregado al final a consultores externos o empresas no siempre especializadas”.

Mirko Orgaz considera, que existe un factor central para esta desvalorización del desempeño de los profesionales en comunicación

y tiene que ver con la depreciación del propio papel del comunicador. Esta depreciación, comienza en las aulas y está relacionada, tanto con la falta del manejo de teorías como con el desconocimiento sobre la importancia del papel de la comunicación para la sociedad. “Eso pasa porque no les damos (a los estudiantes) los elementos teóricos para comprender que trabajan en un espacio estratégico de la hegemonía y del poder, del control de la democracia, de las sociedades”. Para Aguirre la comunicación se empobrece precisamente, por esa falta de comprensión de los profesionales del área sobre el real reto que tienen frente a la realidad, “hemos reducido nuestra función a ser productores de contenidos y transmisores de mensajes, pero no edificadores sociales (...). Estamos frente a un contexto que nos demanda muchísimas cosas y la sociedad no va a señalarlas; nosotros somos los especialistas del campo”.

Marlene Choque observa que los estudiantes que egresan de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA se sienten inseguros, porque salen sin haber desarrollado las habilidades y competencias necesarias para desempeñarse en el mercado laboral, “entonces, no les queda más que buscar alternativas que les ayuden a mejorar algunas capacidades y ser buenos en eso”. En este contexto, la formación académica del comunicador debe ser más exigente que del profesional de cualquier otra área, porque debe estar actualizado, especializarse, hacer estudios posgraduales e inclusive llevar adelante una segunda carrera, de acuerdo al criterio de una gran parte de los entrevistados.

Para Tamara Liendo, el hecho de que el profesional en comunicación se vea obligado a profundizar sus estudios o especializarse en algunas áreas, no solo tiene que ver con las exigencias que el mercado laboral le impone, sino con su responsabilidad social de ser cada día un mejor profesional, “porque el comunicador es como el médico, no puede quedarse con lo que le ha dado la facultad, tiene que actualizarse cada día, no solo por un tema laboral, sino también por

ganarse un espacio y reconocimiento social”. Poma concuerda con esta opinión, porque considera que la valorización de la función del comunicador en la sociedad, comienza por mejorar sus capacidades académicas, actualizarse y especializarse, “el comunicador debe ser un estratega, un asesor en comunicación política, alguien que aporte para el desarrollo de su sociedad”.

Desde el punto de vista de Edgar Dávila, si bien el profesional en comunicación está obligado a capacitarse individualmente para enfrentar los desafíos de una realidad muy competitiva, también es necesario repensar el papel que éste cumple en la resolución de conflictos, en su contribución social. Esto pasa por una reflexión colectiva, con un trabajo que debe involucra a toda la carrera, “construir una nueva faceta del comunicador tiene que ver con un trabajo permanente y colectivo (...) creo que si se trabaja como carrera y como un equipo de colegas, podemos proponer desafíos interesantes, nuevas metas para mejorar la calidad en la formación académica de los docentes (...) y proponer cosas interesantes para la universidad y para otras carreras (...) pero siempre enganchado con la sociedad que es fundamental (...) porque de qué sirve crecer académicamente, si no estás conectado a la realidad. La coyuntura y el contexto nos está retando como comunicadores, nos está retando a mejorar (...), a aprender a leer los contextos”.

4.3. ENTREVISTAS COMPLEMENTARIAS

Como se señaló líneas arriba, el segundo componente de esta investigación: *ii) condiciones laborales*, fue desarrollado a través de la aplicación de entrevistas complementarias, aplicadas a los participantes de los grupos focales, con los cuales se discutió los otros dos componentes: *i) formación académica* y *iii) expectativas y valoración social*.

A continuación se analizan las respuestas de los entrevistados a los subcomponentes: *nivel salarial, estabilidad laboral, beneficios sociales, jornada laboral y capacitación*.

A la pregunta sobre el *nivel salarial* que percibe como profesional en comunicación, se ha podido constatar que, de la totalidad de los entrevistados (48) ninguno logra un salario alto, (entre 10.000 y 15.000 bolivianos). La mayor parte de ellos (64,5%) alcanza una mensualidad que oscila entre 5.000 y el Salario Mínimo Nacional (SMN), siendo que el 6% de ellos manifestaron ganar menos del SMN. Solo el 29% de los entrevistados gana un salario medio (entre 5.000 y 10.000 bolivianos).

En cuanto al subcomponente *estabilidad laboral*, que fue medido a través del indicador *tipo de contrato*, se observó que una gran parte de los profesionales en comunicación (39,5%) han firmado este documento de trabajo, como personal eventual. En menores proporciones, estos profesionales accedieron a sus fuentes laborales, a través de contratos fijos (16,6%); 14,5% con contratos indefinidos; 12,5% con contratos privados, 10,4% a través de pasantías o becas; 4% con contratos verbales y un 2% no respondió a esta pregunta.

En relación al subcomponente los *beneficios sociales*, se pudo observar que existe una relación estrecha entre el tipo de contrato y los beneficios sociales a los que acceden estos trabajadores, puesto que los profesionales con contratos fijos o indefinidos son los que gozan de un seguro de salud, aportes a las AFP, vacaciones, descanso para mujeres embarazadas, horarios de lactancia, aguinaldos y bonificaciones, vacaciones, pago por jornada dominical u horas extra.

En el caso de los comunicadores con contrato fijo (16,6%), todos ellos cuentan con, por lo menos, tres de los beneficios sociales, señalados como indicadores de este subcomponente (aportes a las AFP, vacaciones y aguinaldos). En algunos casos, estas personas llegan

inclusive a contar con seis de estos beneficios, lo propio ocurre con los comunicadores que cuentan con un contrato indefinido (14,5%). Aunque, de todos ellos, solo el 4% accede a todos los beneficios sociales señalados, a excepción del pago por jornadas dominicales.

Sin embargo, también los comunicadores que forman parte del personal eventual (39,5%), cuenta con algún tipo de beneficio social (33%) sobre todo: seguro de salud o aportes a las AFP; solo el 6% de ellos no tiene acceso a ningún tipo de beneficio social. Lo propio ocurre con los comunicadores que trabajan con contratos privados (6,2%). En tanto que los comunicadores que se desempeñan como pasantes o becarios (10,4%) no cuentan con ninguno de los beneficios sociales citados.

En cuanto al subcomponente *jornada laboral*, se encontró que el 31% de los profesionales en comunicación trabaja ocho horas diarias. El mismo porcentaje manifestó sobrepasar ese periodo de tiempo. Sin embargo, una proporción mayor de los entrevistados (37,5%) señaló no cumplir con ese número de horas (al respecto, se observó que las razones por las que estos comunicadores manifestaron no trabajar ocho horas diarias, se debe a que se trata de docentes que cumplen una carga horaria determinada o porque se desempeñan con contratos de medio tiempo).

En el marco de este mismo subcomponente, se preguntó a los entrevistados sobre el cumplimiento de turnos nocturnos en sus labores diarias, a lo que el 75% de ellos respondió negativamente; en tanto que un 25% lo hizo afirmativamente. Sin embargo, comparando esta respuesta, con el número de comunicadores que recibe un pago por horas extra, se pudo notar que ninguno de ellos afirmó acceder a este beneficio. Es decir que, algunos de estos profesionales trabajan más de ocho horas, sin recibir remuneración alguna.

Siguiendo el componente *jornada laboral*, se midió también el indicador trabajo en fin de semana, pudiendo identificarse que el

52% de los entrevistados no trabaja en estos periodos de tiempo; en tanto que el 48% respondió que si lo hace. Sin embargo, revisando si estas personas percibieron algún pago por este trabajo, se encontró que ninguna de ellas respondió afirmativamente.

Finalmente, en el marco del subcomponente *capacitación*, se preguntó a los entrevistados si había accedido a cursos, talleres, seminarios u otro tipo de actualización, organizado por la institución donde desempeña sus funciones. El 20% de los comunicadores consultados respondieron negativamente a esta interrogante; en tanto que una gran mayoría de ellos (76%) afirmó haber sido parte de procesos de formación, sobre todo de talleres y cursos; aunque algunos señalaron haberlo hecho por cuenta propia. Solo el 4% de estas personas afirmaron haber accedido a viajes de capacitación.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



La presente investigación tuvo como temática *El desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en el mercado laboral (2018)*. A su vez, el problema de investigación que orientó el presente trabajo fue: *¿Cuál es la situación del desempeño profesional de los egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Mayor de San Andrés y, cómo y por qué su formación académica, condiciones laborales, y expectativas y valoración social son determinantes para dicho desempeño en el mercado laboral de la ciudad de La Paz, 2018?*

En este marco y de acuerdo al análisis de los resultados de la presente investigación, es posible arribar a las siguientes conclusiones y recomendaciones.

5.1. CONCLUSIONESPORTÉCNICASDERECOPILACIÓN Y COMPONENTES

5.1.1. Grupos focales - *Formación académica*

En términos generales, la formación académica de los profesionales de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA

continúa siendo generalista, carece de una especialización que le acredite ante un mercado laboral en constante transformación; mientras que los comunicadores de universidades privadas, egresan con especializaciones en periodismo, producción audiovisual o investigación.

Área del cientista social

- Desde el componente *formación académica* existe una notable diferencia a nivel de las tres competencias *saber, saber hacer y saber ser*; entre las generaciones que egresaron antes de la primera actualización curricular y durante el periodo de transición (1997 - 1998); y las posteriores a ella. Las primeras habrían logrado alcanzar los objetivos de esta área, como el de comprender la realidad, a partir del manejo adecuado de conceptos y categorías sociales, para luego aplicarlas en diferentes áreas de su desempeño profesional, a través del análisis crítico de la realidad y la generación de proyectos sociales propios; entre tanto que los recientemente egresados, habrían tropezado con problemas, que van desde la apropiación de las teorías hasta la aplicación y generación de propuestas propias.

Área de teorías de la comunicación

- Desde el análisis de estas mismas competencias, esta área de la formación académica fue relevante, desde la perspectiva de ambas generaciones, para conocer y comprender las diferentes escuelas, autores y tendencias desarrolladas en Latinoamérica y el país, llevar adelante análisis y producción de mensajes, así como investigaciones, desde cada uno de los enfoques abordados. Aunque, desde los dos puntos de vista, han existido muchas deficiencias en el abordaje teórico de esta área, que posteriormente incidió en la falta de aplicabilidad de lo aprendido en la práctica del profesional.

Área de lenguaje y periodismo

- Los egresados y titulados hace dos décadas atrás, han logrado desarrollar las competencias del *saber*, *saber hacer* y *saber ser* en las materias de Redacción I, II y III, además de Periodismo, porque se empaparon de los conocimientos recibidos, los cuales consideran primordiales para su desempeño profesional, no solo en el ámbito del periodismo, sino en cualquier área de la comunicación. En tanto que gran parte de los profesionales recientemente egresados, considera que los conocimientos en periodismo son importantes, pero no suficientes para desenvolverse en otras áreas de la comunicación. Ellos creen que la carrera debe especializarlos en Comunicación institucional, manejo de redes sociales, marketing o publicidad.

Área de investigación y métodos

- Una gran parte de los egresados y titulados, citados para conformar los grupos focales, ha destacado la importancia de la investigación como un eje transversal de la comunicación, por su vinculación con todas las áreas de reproducción y aplicación de los conocimientos. Y, aunque la formación en esta área fue y es insuficiente, el apoyo desde la carrera, el Ipicom y la ABOIC han logrado impulsar la investigación entre los estudiantes. Pese a ello, aún éstos eligen el examen de grado, sobre modalidades de titulación como la tesis, el proyecto de grado e inclusive el trabajo dirigido.

5.1.2. Grupos focales - *Expectativas y valoración social*

- El trabajo de los profesionales en comunicación se ha vinculado, sobre todo al desempeño de actividades técnico-operativas, más que a las estratégicas. Esto ha sucedido porque, desde las instituciones públicas y privadas se espera el desarrollo de las primeras en el trabajo de estos profesionales. Pero también,

desde la formación académica no se ha preponderado el desarrollo de competencias del *saber, saber hacer y saber ser* de manera integral, razones por las cuales, los comunicadores se ven obligados a complementar esta formación a nivel: *i)* técnico-operativo, en cursos cortos y complementarios en instituciones fuera de la universidad y; *ii)* estratégico, a través de cursos de posgrado o una segunda carrera.

- La formación académica en las generaciones, egresadas hace veinte años o más, se fundamenta en: *i)* una buena base teórica, otorgada por *ii)* docentes con mejores capacidades teórico-metodológicas, mismas que se habría orientado hacia el desarrollo de capacidades estratégicas, debido a un desarrollo de competencias en el *saber, saber hacer y saber ser*. Los profesionales antiguos señalaron que, además de haber logrado apropiarse del conocimiento, consiguieron aplicarlo y plantear propuestas propias, a través de un buen manejo del lenguaje y redacción, además de la capacidad de hacer un análisis crítico de la realidad e involucrarse en procesos investigativos. Sin embargo, estas generaciones han tropezado con algunas deficiencias en el *saber y saber hacer*, a nivel técnico-operativo, debido a falencias atribuibles a: *i)* un bajo nivel de desarrollo de la tecnología y; *ii)* formación más orientada a la teoría que a la práctica; y *iii)* carencias a nivel de infraestructura y equipamiento que existían en la carrera, en ese entonces. A pesar de ello estas generaciones han logrado superar estas dificultades, consiguiendo desenvolverse muy bien en diferentes ámbitos de la comunicación, con el reconocimiento y valoración social esperados.
- En el caso de las generaciones actuales, su desarrollo académico está más orientado al desempeño de habilidades técnico-operativas, gracias, sobre todo a: *i)* mejores condiciones en infraestructura y equipamiento; y *ii)* un buen manejo de las

nuevas tecnologías. Sin embargo, se perciben serias deficiencias en el desarrollo de las tres competencias *saber*, *saber hacer* y *saber ser*, puesto que existen muchas debilidades en las cuatro áreas de formación académica a nivel de formación teórica, reflexión y análisis crítico-conceptual, redacción, lectura e interpretación de textos, además de la posibilidad de generar propuestas propias. Todas estas falencias, se deben a: *i*) la falta de actualización de la malla curricular; *ii*) la ausencia de una formación académica especializada; *iii*) deficiencias en la formación, uso de metodologías, actualización y experiencia laboral de los docentes. A estos problemas, se suma la carencia de suficientes fuentes laborales y la competencia de profesionales, que vienen de otras disciplinas o que ni siquiera cuentan con una profesión, pero se desempeñan en el ámbito de la comunicación. Por todo ello, estos profesionales se sienten inseguros, a la hora de ir a buscar un trabajo, frustrados en sus expectativas y poco valorados por la sociedad.

5.1.3. Entrevistas complementarias - *Condiciones laborales*

- Una gran parte de los profesionales en comunicación entrevistados (64.5%), gana un salario bajo (entre 5.000 y el Salario Mínimo Nacional), muchos de los cuales cuentan con contratos eventuales (39,5%); en tanto que solo el 14,5% ha firmado un contrato indefinido. Estos últimos, junto a los que cuentan con contratos a plazo fijo (16,6%) acceden a una buena parte de los beneficios sociales, establecidos en la legislación laboral del país; en tanto que la mayor parte de ellos no lo hace (69%).
- Si bien solo una tercera parte de los consultados señaló trabajar más de 8 horas diarias, la razón por la que no lo hacen, es porque una buena parte de ellos cumple funciones como docente o tiene contrato de medio tiempo y, los que lo hacen no reciben pago

por este tiempo de trabajo adicional, así como los que dijeron trabajar los fines de semana.

5.1.4. Entrevistas en profundidad

Sobre el papel del comunicador

- Si se entiende a la comunicación desde su rol estratégico, el profesional de esta área es el encargado de analizar la realidad desde un punto de vista crítico. Es, además, un constructor del diálogo y encuentro, un mediador con la responsabilidad social para dar respuestas a problemáticas sociales, independientemente de su especialidad. A pesar de ello y desde la práctica, se han preponderado sus funciones técnico-operativas. Es decir que se continúa concibiendo a la comunicación desde una mirada instrumental.

Formación académica

- Existen deficiencias serias en la formación de los estudiantes, los cuales egresan sin haber comprendido elementos teóricos elementales sobre la comunicación y sin haber desarrollado capacidades básicas en redacción de textos ni metodologías de investigación, lo cual les impide hacer una lectura crítica de la realidad y elaborar propuestas propias, todo ello vinculado al desarrollo de competencias del *saber, saber hacer y saber ser*.
- Esto es atribuible a: *i)* una desactualización de la malla curricular; *ii)* desproporción entre la carga horaria asignada a las materias de niveles básicos y el número de alumnos inscritos en ellas; *iii)* deficiencias en la formación, actualización y experiencia laboral de los docentes; *iv)* problemas a nivel de métodos de enseñanza-aprendizaje; *v)* incumplimiento de objetivos de las asignaturas; *vi)* falta de exigencia y motivación por parte de los estudiantes.

- Los profesionales en comunicación deben buscar especializarse, ya sea a través de: *i)* cursos cortos, orientados a la cualificación de capacidades técnico-operativas, como diseño gráfico, manejo de redes sociales y nuevas tecnologías, publicidad; *ii)* o a través de la formación posgradual y de especialización en áreas relacionadas a comunicación institucional, comunicación y desarrollo; *iii)* o emprender una nueva carrera. Todo ello con el propósito de mejorar sus condiciones laborales, alcanzar sus expectativas profesionales y encontrar cierto reconocimiento social.

Teoría y práctica

- En un proceso de construcción de sentido, la comunicación debe ser entendida desde su rol estratégico y al profesional de esta área como un transformador de la realidad. Para ello, tanto la teoría como la práctica, son importantes, porque desde la primera se plantean los elementos necesarios para hacer una lectura crítica de la realidad y, desde la segunda, los componentes técnico-operativos para plasmarla en materiales o productos comunicacionales.

Mercado laboral

- Si bien el mercado laboral está saturado en áreas de trabajo tradicionales como los medios masivos, existen nuevos espacios que se están generando en áreas como: comunicación para el desarrollo, elaboración de proyectos sociales, comunicación y educación, comunicación y salud, producción audiovisual, entre otros, pero se requiere formar a los estudiantes en esas áreas de especialización.
- Se plantean dos tendencias: *i)* si bien la formación del comunicador debe guardar un carácter crítico y propositivo, con un sello propio de la UMSA, correspondería también responder

a las demandas del mercado laboral. Para ello se debe reformular la currícula y plantear especializaciones en función de las mismas, entablando un diálogo estrecho con las organizaciones sociales, la empresa privada y el Estado; de lo contrario se estaría desatendiendo estas necesidades y formando profesionales para el desempleo o subempleo; *ii*) la universidad y la carrera no deben estar sujetos totalmente a las necesidades del mercado, deben ser propositivas y plantear un perfil del comunicador, en función de su papel en la sociedad, con formación crítica y especialidades en investigación y periodismo.

Carrera o facultad

- Existen también aquí dos tendencias sobre la vía de especialización de la carrera: *i*) la primera, plantea la creación de una Facultad de Ciencias de la Comunicación Social, con varias carreras especializadas en: Comunicación política, Comunicación para el desarrollo y *Massmedia*, entre otras; *ii*) la segunda, considera que antes de facultizar la carrera, se debe actualizar la malla curricular y asentar algunas especializaciones.

Valoración social de la profesión

- Si bien, en términos generales, la profesión del comunicador es parcialmente valorada por la sociedad y el Estado, se considera que su papel no es fundamental y que puede ser reemplazado en cualquier momento. Esto sucede debido a que no existe una comprensión completa sobre la importancia de la comunicación, no solo a nivel de estas instancias; sino también al interior de la propia carrera, lo que pone en evidencia la deficiente formación académica de los estudiantes.

5.2. DISCUSIÓN

Cabe destacar que, como se señaló anteriormente, la presente investigación abordó la temática del desempeño profesional de los

comunicadores sociales de la UMSA, desde un enfoque cualitativo, porque más que resultados que posibiliten generalizaciones, busca profundizar en esta problemática, desde los componentes: *i) formación académica; ii) condiciones laborales; y iii) expectativas y valoración social*. Por esta razón, para la recolección de la información, se acudió a técnicas como las entrevistas en profundidad y la reflexión y análisis con los grupos focales, sin embargo esta última tuvo algunas limitaciones, debido a que no se logró abarcar todos estos componentes durante la discusión con los participantes, llegando solo a abarcar el primer y tercer componente, dejando el segundo, para entrevistas complementarias, las cuales se aplicaron a los mismos participantes de los grupos focales.

Formación académica

Una de las conclusiones más relevantes de la presente investigación, hace referencia a la falta en el desarrollo de las capacidades teóricas, reflexivas y pensamiento crítico, sobre todo en las nuevas generaciones de egresados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UMSA, coincidiendo con las arribadas en el estudio de la Felafacs (2010), puesto que el mismo se señala que, a los profesionales en comunicación a nivel latinoamericano, les faltó fortalecer esas capacidades. Sin embargo, a estas deficiencias en la *formación académica*, la actual investigación encontró serias limitaciones en el manejo de metodologías de investigación, y hasta en una de las capacidades más elementales para los comunicadores, como la de redacción de textos.

Además de ello, el actual estudio advirtió que los contenidos de las asignaturas de la carrera de comunicación de esta casa superior de estudios son generalistas, así como lo son en la mayor parte de las carreras del resto del país, de acuerdo al estudio efectuado por Onadem (2009). A lo que se suma, en el caso de la UMSA, una desactualización de la malla curricular y carencias en la formación y experiencia laboral de los docentes.

Condiciones laborales

Los profesionales en comunicación en la actualidad, como hace diez años continúan percibiendo salarios bajos. De acuerdo al estudio de la Felafacs (2010) la mayor parte de ellos ganaba 500 dólares, pero en la mayor parte de los casos, accediendo a más de un empleo; en la actualidad, según los resultados obtenidos en la presente investigación, el mismo oscila entre 5.000 bolivianos y el Salario Mínimo Nacional y, para mantener su empleo, muchos de los comunicadores deben renunciar a algunos beneficios sociales, como vacaciones, viajes de capacitación o finalmente contar con una estabilidad laboral, de ahí que una buena parte de estos trabajadores, debe trabajar bajo contratos eventuales.

Cabe destacar que los estudios realizados, tanto por Onadem (2009) como por la Universidad Católica Boliviana (UCB, 2013) denunciaron *condiciones laborales* mucho más precarias entre los comunicadores que trabajan en periodismo.

Expectativas y valoración social

Tanto en el estudio realizado por la Felafacs (2010) como en la presente investigación, se evidencia una insatisfacción entre los profesionales en comunicación, por los espacios conseguidos en el mercado laboral, puesto que éstos no exigen una formación especializada, están cubiertos por profesionales de otras áreas o, inclusive, por personas sin ninguna preparación académica. Y, si bien algunos de los profesionales logran acceder a espacios de mayor responsabilidad e importancia, éstos no son reconocidos a nivel salarial.

De acuerdo a las investigaciones de la UCB (2013) y de Onadem (2009) esta falta de *valoración social* de la profesión, se debe fundamentalmente a un desconocimiento de las necesidades del mercado laboral, el cual estaría saturado para este campo por la

sobreoferta de profesionales en comunicación. De acuerdo a los resultados de la presente investigación, si bien esto es cierto, lo es sobre todo en los medios de difusión; en tanto que existen necesidades no colmadas, en espacios generados por la comunicación estratégica, como la comunicación para el desarrollo o el periodismo de investigación. Existiendo así la posibilidad de reorientar la profesión hacia estos ámbitos, dejando de lado la concentración en labores que preponderan lo técnico-operativo.

5.3. RECOMENDACIONES

Tanto desde los grupos focales como desde las entrevistas en profundidad se plantean las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere que las áreas de formación académica de la actual currícula de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social se mantengan, pero que sus contenidos sean actualizados constantemente y sobre esa base plantear especializaciones.
- Se recomendaron especializaciones en: Comunicación para el desarrollo y elaboración de proyectos sociales, Comunicación estratégica e institucional, Comunicación para el cambio social, Periodismo de investigación, manejo de redes sociales y nuevas tecnologías de información. En este punto se han marcado dos tendencias:
 - Una, que señala que las actualizaciones en la malla curricular, deben realizarse por lo menos cada tres o cuatro años, debido a que el mercado laboral sufre transformaciones económicas y tecnológicas constantemente. Estas reformulaciones se deberían realizar no solo con la participación de estudiantes y docentes, sino también con representantes de las organizaciones sociales, instituciones públicas y privadas, a través de coloquios, conversatorios, con la finalidad de conocer las demandas de la sociedad y el mercado laboral.

- La otra tendencia señala que, si bien la carrera debe mantener cierta relación con el mercado laboral, no debe estar sujeta a todos sus requerimientos, sino más bien, generar sus propias propuestas como institución pública. Plantea la formación fuerte en teorías, evolución del pensamiento, paradigmas y enfoques, con una visión crítica de la sociedad, la política, la histórica. Que desarrollen capacidades en investigación, como una transversal en la formación académica, y en periodismo investigativo como especialidad. Todo ello con el sello UMSA, dejando a las universidades privadas la formación en marketing, publicidad y otras especializaciones.
- Con la finalidad de cualificar la formación de los docentes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, se recomienda continuar con la actualización docente, que ha iniciado el Ipicom, a través de cursos sobre metodologías y estrategias de investigación y ampliarlos con cursos cortos sobre temáticas orientadas a mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje, así como cursos posgraduales (maestrías, diplomados, doctorados). Además de ello, se sugiere la generación de espacios de discusión y debate sobre temáticas de interés para los docentes, así como de publicación de artículos científicos producidos por ellos.
- Los docentes deben acreditarse a las asignaturas, previa experiencia laboral comprobada, además que éstos tendrían que ser sujetos de evaluación, no solo a nivel de metodología y didáctica, sino a nivel del cumplimiento de los objetivos de sus materias.
- Iniciar un proceso, no solo de actualización curricular, sino de transformación académica en la carrera, que involucre procesos de actualización a nivel individual y colectiva, pues la valoración social de la profesión comienza en las aulas.

FUENTES DE CONSULTA



- Barrios, A. (2014). El comunicador en el entorno digital. En: *Cuadernos info*. Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2014000100013
- Cantarero, A. (2002). Formación de comunicadores sociales. Modelos curriculares, ostracismo académico, rutas sociales y esperanzas. *Revista Latina* No. 52 (octubre-diciembre).
- Carrera de Ciencias de la Comunicación Social. (1997). *Programa Académico*. Primer Congreso Académico de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social. La Paz.
- División de Sistemas de Información y Estadística - UMSA (2017). Evolución de la matrícula universitaria en San Andrés. La Paz.
- Felafacs (2010). *Diagnóstico situación laboral del comunicador social en el mercado laboral*. Proyecto intercontinental - Sud América y España.
- Fuentes, R. (1998). *La emergencia de un campo académico. Continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Iteso. México.

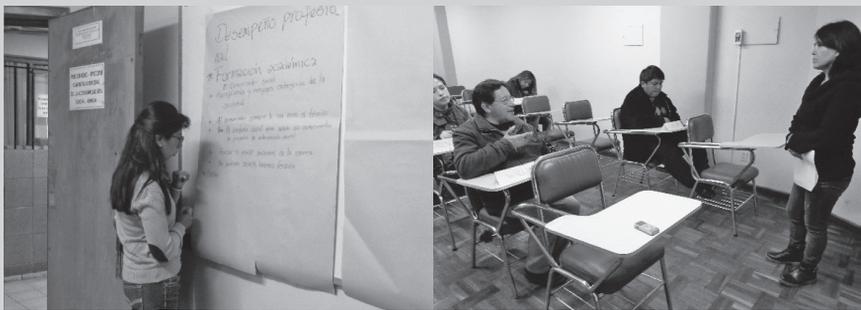
- García, P.; Ramírez, D. y Osorio, J. (2015). Situación laboral del periodista: campo de estudio en construcción. Recuperado de: [file:///C:/Users/pccito/Downloads/Dialnet-SituacionLaboralDelPeriodista-5251682%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/pccito/Downloads/Dialnet-SituacionLaboralDelPeriodista-5251682%20(2).pdf)
- Gómez, M., Galeano, C. y Jaramillo, D. (2015). El estado del arte: una metodología de investigación. Universidad de Antioquía. Colombia.
- Inesad (2009). ¿Cómo funciona el mercado laboral en Bolivia? Desarrollo sobre la mesa. Recuperado de: <http://inesad.edu.bo/dslm/2009/08/como-funciona-el-mercado-laboral-en-bolivia/>
- Neffa, J. et al. (1987) Condiciones y Medio Ambiente de trabajo en Argentina: Aspectos teóricos y metodológicos. Humanitas. Buenos Aires..
- Observatorio Nacional de Medios. (2009). *Informe sobre el periodismo en Bolivia*. Unir - Bolivia. La Paz.
- Orozco, G. (1997). *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Universidad Nacional de La Plata, Buenos Aires.
- Pérez - Hernández, R. (2006). *El desempeño profesional en la práctica social del mundo y Cuba*. Dirección Nacional de Capacitación y Superación Técnica, Cuba. Recuperado de: (https://www.nodo50.org/cubasigloXXI/pensamiento/perezh_300607.pdf)
- Sampieri, R.; Fernández, C.; Baptista, M. (2010) *Metodología de la investigación*. México.

- Sánchez, C. (2014). Los egresados de comunicación y el mercado laboral: un estudio de trayectorias profesionales. En: *Revista iberoamericana de educación superior*. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722014000200003
- Torrico, E. (2008). Reflexiones sobre los espacios laborales de la Comunicación, actuales y futuros. *Punto Cero*. Cochabamba. Vol 13. No. 17 (1 - 8).
- _____ (1997). *La tesis en comunicación. Elementos para elaborarla*. La Paz.

ANEXOS 1

FORTOGRAFÍAS GRUPOS FOCALES

Grupo focal 1: (31 de agosto), realizado con 10 estudiantes de la Maestría en Gestión de la Comunicación, en el cuarto piso del edificio Hoy.



Grupo focal 2: (4 de septiembre) realizado con 8 titulado y 6 egresados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA en la sala de defensas del Edificio René Zavaleta.



Grupo focal 3: (12 de septiembre), realizado en el aula 405 del edificio René Zavaleta con 7 titulados y 4 egresados de la carrera.



Grupo focal 4: (26 de septiembre), se llevó adelante con 7 titulados y 6 egresados de la carrera en la sala de defensas del edificio René Zavaleta.



ANEXO 2

INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS



Preguntas guía - grupos focales

Dimensión: Desempeño profesional

Concepto

De acuerdo a Fuentes (1998) y en el marco de la estructura del campo de la comunicación, la profesión está vinculada a las prácticas de aplicación del conocimiento en el mercado laboral, como individuos calificados formal (académica) o informalmente (experiencia reconocida).

Componente: Formación académica

Concepto

Según el mismo autor la formación académica tiene que ver con las prácticas de reproducción del conocimiento, que median desde las universidades la conformación del campo de la comunicación en términos socioculturales.

Preguntas guía sobre formación académica:

- 1: En el Área del Cientista Social (Materias: Economía Política, Teorías sociológicas, Procesos históricos, Formación social,

- Procesos y tendencias políticas contemporáneas, legislación y ética en comunicación) *¿Creen ustedes que se ha alcanzado el objetivo de: Dotar al comunicador de las herramientas teórico/ conceptuales de las Ciencias Sociales para comprender la sociedad y comprender los procesos históricos del desarrollo de las sociedades?*
- 2: *De todos estos conocimientos ¿cuáles considera haber desarrollado durante sus estudios en la carrera e incorporado posteriormente en su trabajo con una actitud propositiva?*
 - 3: *En cuanto al Área de Teorías de la Comunicación (Materias: Teoría y práctica de la comunicación I y II, Taller de investigación de la realidad comunicacional boliviana y Teoría y análisis de los lenguajes) ¿Consideran que se ha logrado el objetivo de: Conocer las diferentes tendencias teóricas: estructuralismo, funcionalismo, así como la teoría crítica, de los sistemas, entre otras? ¿Ha logrado diferenciarlas y contraponerlas desde una posición crítica a nivel global y nacional?*
 - 4: *De todos estos conocimientos ¿cuáles considera haber desarrollado durante sus estudios en la carrera e incorporado posteriormente en su trabajo con una actitud propositiva?*
 - 5: *En el Área de Lenguaje y periodismo (Lenguaje, Redacción I, II y III, además de Periodismo) ¿Creen que se ha logrado el objetivo de: Desarrollar y dominar las destrezas necesarias del lenguaje en sus diferentes formas, con finalidades comunicativas y de difusión de mensajes?*
 - 6: *En el Área de Investigación y métodos (Introducción a la investigación, Epistemología y lógica, Métodos y técnicas de investigación y Métodos de la comunicación) ¿Considera que se ha conseguido el objetivo de: Conocer la estructura y principios del pensamiento científico y de las técnicas de investigación? y*

¿Aplicar críticamente las prescripciones del método científico al análisis y lectura de la realidad y de la comunicación?

- 7: *De todos estos conocimientos ¿cuáles considera haber desarrollado durante sus estudios en la carrera e incorporado posteriormente en su trabajo con una actitud propositiva?*
8. (Pregunta para motivar la reflexión y polemizar con los participantes sobre el tema de formación profesional) De acuerdo a un estudio realizado por la Felafacs a comunicadores latinoamericanos en lo que respecta a su *formación académica*, muchos de ellos consideraron que les faltó práctica al momento de ingresar a trabajar, así como fortalecimiento en las bases teóricas, desarrollo de las capacidades reflexivas y pensamiento crítico (25%) *¿están de acuerdo con esto?*

Componente: Expectativas y valoración social

Para Torrico (2008), estas expectativas y valoración social del trabajo que realizan los comunicadores sociales, tienen que ver con una delimitación de los territorios de la comunicación y su respuesta adecuada a las demandas reales de la sociedad, lo cual permitiría el correspondiente reconocimiento social y académico del mismo.

En este contexto, los participantes de los grupos focales reflexionaron en torno a la disyuntiva entre el desempeño profesional, vinculado a capacidades técnico-operativas o estratégicas. De este planteamiento surgieron las siguientes propuestas de análisis.

1. *El trabajo del comunicador entre lo técnico - operativo y lo estratégico*
2. *De la formación general a las especializaciones y propuestas*

Entrevistas complementarias

Preguntas guía *condiciones laborales*

Un estudio de la Felafacs señala que el 39% de los comunicadores está satisfecho con los ingresos que percibe. En Bolivia el salario es de aproximadamente 800 dólares mensuales, pero con más de un empleo. Es decir que, el 22% trabaja en dos lugares y el 11% en más de dos, por lo que el 33% está desempeñando más de una tarea en el área de comunicación. Lo cierto es que la mayor parte de los trabajadores en comunicación bolivianos no gana más de 500 dólares mensuales

1: *Considera que su nivel salarial está entre:*

- a) Alto (entre 10.000 y 15.000 Bs) b) Medio (entre 5.000 y 10.000 Bs. c) Bajo (entre 5.000 y el Mínimo Nacional)

2: *El contrato firmado con su empresa es:*

- a) indefinido b) civil c) privado d) fijo e) eventual
f) pasantía g) contrato verbal o sin contratos

3: *¿Cuenta usted con los siguientes beneficios sociales?*

- a) seguro de salud b) aportes AFP c) aguinaldos y bonificaciones
d) vacaciones e) pago por jornada dominical u horas extra
f) descanso para las mujeres por concepto de pre y posparto
g) horarios de lactancia

4: *¿Usted trabaja ocho horas diarias?*

5: *¿Hace turnos nocturnos en su trabajo?*

6: *¿Trabaja los fines de semana?*

7: *¿Ha recibido algún tipo de capacitación?*

a) cursos b) talleres c) seminarios d) viajes para cursos de capacitación

Entrevistas en profundidad (Especialistas)



Preguntas guía

1.- *¿Cuál considera que es el papel del comunicador social? y ¿cuáles son las funciones que éste debiera desempeñar en el mercado laboral? ¿Éstas debieran relacionarse con las competencias técnico-operativas o estratégicas?*

2.- *¿Cómo ve la formación académica de los profesionales egresados y titulados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UMSA, en cuanto a las competencias: saber, saber hacer y saber ser se refiere?*

3.- *En esta formación académica de los profesionales en comunicación de la UMSA ¿considera que se da un mayor énfasis en la teoría o la práctica?*

4.- *¿Existen espacios en el mercado laboral para los profesionales en comunicación o es que éste debiera generar esos espacios a partir de una actitud propositiva?*

7.- *¿La Carrera de Ciencias de la Comunicación debería entablar una relación más directa con el mercado para conocer las necesidades que en éste existe?*

8.- *¿Considera que la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social debe contar con áreas de especialización o debiera convertirse en una facultad?*

9.- *¿Cuán valorado está el trabajo que desarrollan los profesionales en comunicación sociales en sus fuentes laborales, para la sociedad y el Estado?*