



**XV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación  
(ALAIC)**

***Desafíos y Paradojas de la Comunicación en América Latina:  
las ciudadanías y el poder***

**Medellín, Colombia, 9 al 13 de noviembre de 2020**

**Organizan**

- ❖ Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC).
- ❖ Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB).

**Ponencia presentada al GI 2 - Comunicación y trabajo:  
continuidades, cambios, dificultades y desarrollo de las profesiones**

**Comunicadores híbridos:  
campo profesional y formación universitaria**

Comunicadores híbridos: campo profesional e formação universitária  
Hybrid Communicators: professional field and university training

Gabriel Kaplún<sup>1</sup>

Sabrina Martínez<sup>2</sup>

Martín Martínez<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Dr. Gabriel Kaplún, Universidad de la República, Uruguay. [gabriel.kaplun@fic.edu.uy](mailto:gabriel.kaplun@fic.edu.uy).

<sup>2</sup> Mag. Sabrina Martínez, Universidad de la República, Uruguay. [sabrina.martinez.fic.edu.uy](mailto:sabrina.martinez.fic.edu.uy).

<sup>3</sup> Mag. Martín Martínez Puga. Universidad de la República, Uruguay. [martin.martinez.fic.edu.uy](mailto:martin.martinez.fic.edu.uy)



**Resumen:**

Una investigación en Uruguay proporciona datos sobre las prácticas y la identidades que construyen los egresados universitarios en el campo profesional de la comunicación. Emerge en ese contexto la figura del comunicador híbrido, que trabaja en más de un área profesional (periodismo, publicidad, comunicación comunitaria, organizacional, etc.) o en vinculación con otros campos (salud, medioambiente, etc.) y en competencia o articulación con otras profesiones (trabajo social, psicología, medicina, informática, etc.). Esta hibridez es vivida como oportunidad de ampliar la comprensión de los fenómenos comunicacionales y las posibilidades laborales o como desvío involuntario y provisorio en las trayectorias profesionales. En ese contexto la formación universitaria enfrenta desafíos pedagógicos, políticos y epistemológicos, ya que debe repensarse desde una comprensión mayor de un campo profesional complejo y cambiante y contribuir a su transformación a partir de una mirada crítica e inter o transdisciplinaria de la comunicación.

**Palabras Clave:**

Comunicación, campo profesional, formación universitaria

**Abstract:**

A research in Uruguay provides information on the practices and identities that university graduates build in the professional field of communication. In this context, the figure of the hybrid communicator emerges, working in more than one professional area (journalism, advertising, community, organizational communication, etc.) or in connection with other fields (health, environment, etc.) and in competition or articulation with other professions (social work, psychology, medicine, computer science, etc.). This hybridity is experienced as an opportunity to broaden the understanding of communicational phenomena and work possibilities or as an involuntary and provisional diversion in professional careers. In this context, university education faces pedagogical, political and epistemological challenges, since it must be rethought from a greater understanding of a complex and changing professional field and contribute to its transformation from a critical and inter or transdisciplinary perspective of communication.

**Key words:**

Communication, professional field, university education.

Presentaremos aquí un análisis transversal que surge de investigaciones en curso en el Observatorio de las Profesiones de la Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República (FIC-UdelaR). El Observatorio inició sus actividades en 2015 y desde entonces ha realizado, entre otras actividades, una encuesta a los graduados de la carrera de comunicación y una investigación sobre sus trayectorias profesionales a través de testimonios, entrevistas individuales y talleres. También una serie de seminarios de intercambio y debate entre profesionales e investigadores. El Observatorio en su conjunto tiene como objetivo contribuir a una comprensión crítica del campo profesional de la comunicación en Uruguay, en perspectiva global. También promueve la revisión crítica y la transformación o mejora de los procesos de formación de los comunicadores y comunicadoras, alimentándose a su vez de esos procesos.

## **Marco conceptual y metodológico**

El marco conceptual con el que trabajamos se articula, en primer lugar, en torno a los conceptos de “campo” y “profesión”. Partimos del concepto de campo de Bourdieu (1998:208), entendido como espacio de juego en el que se disputa capital material y simbólico y en que solo se puede entrar y permanecer respetando las reglas que lo constituyen. Los eventuales cambios en estas reglas pueden partir de movimientos internos y/o externos que reconfiguran el campo. Nos interesa entonces entender las reglas hoy predominantes y los movimientos de transformación dentro del campo

profesional de la comunicación y en la relación con otras profesiones, en el campo profesional general.

Otro concepto clave es el de profesión, que entendemos como “conjunto de relaciones estables entre hombres con necesidades y hombres con la capacidad de satisfacerlas” (Latapí, 1979, apud. Fuentes-Navarro, 2015:3). En ese marco de relaciones se constituyen prácticas sociales y se configuran identidades profesionales. Relaciones que, por otra parte, están siempre tensionadas por tendencias simultáneas a la estabilidad y al cambio: las necesidades a las que responden y los modos de darles respuesta se van transformando, algo particularmente acentuado actualmente en nuestro campo.

Finalmente nos importa pensar el papel de la universidad en la constitución y transformación del campo profesional, pensar “la academia en tanto reguladora de prácticas sociales” (García y Rodríguez 2011:298) y constructora de identidades profesionales. Las universidades forman para un mundo profesional pero también construyen ese mundo al ofrecer un repertorio determinado de competencias y saberes y ciertas formas de organizarlas que, por ejemplo, delimitan subcampos y especializaciones, relaciones entre ellos y con otros campos.

La encuesta a los graduados y graduadas fue realizada mediante un formulario autoadministrado en línea enviado a una base de datos disponible de 851 personas (un tercio del total de graduados) y respondida por 531 (62%), representativos del universo de acuerdo a varios parámetros controlados (OPC, 2016a). El material cualitativo recopilado surge de entrevistas, testimonios de profesionales en cursos de grado, en los seminarios de intercambio mencionados (OPC 2015, 2016b, 2017) y en talleres de

investigación-implicación (Gaulejac, 2014) en los que se trabaja principalmente con historias de vida en grupo.

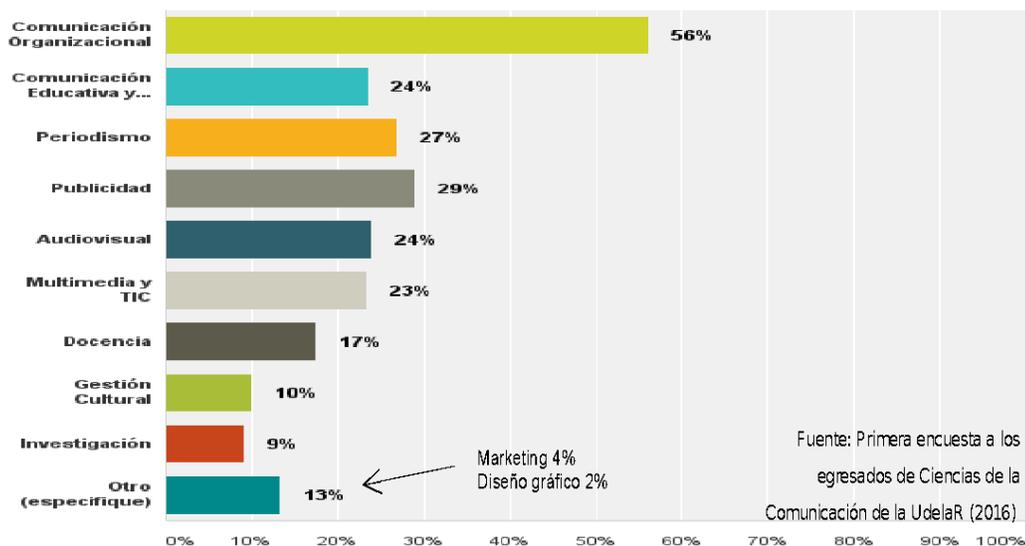
Para estos distintos abordajes cuali y cuantitativos partimos de una taxonomía sobre la conformación del campo profesional principalmente a partir de las orientaciones ofrecidas por la carrera de Comunicación de la UdelaR, que se supone responde a un conocimiento sobre los perfiles profesionales posibles en el contexto local actual. Pero nos mantuvimos atentos a lo que emergiera, a “los avatares del comunicador complejo y fluido” (Massoni, 2016). Y allí fue emergiendo lo que provisoriamente llamamos el “comunicador híbrido”.

Se trata de una respuesta, también provisoria, a dos preguntas. Más allá de los perfiles profesionales establecidos en la formación universitaria y/o reconocidos socialmente, ¿qué hacen los profesionales de la comunicación hoy en Uruguay y cómo lo definen? ¿Qué prácticas desarrollan y qué identidades profesionales construyen?

## Híbrideces

Lo híbrido refiere en realidad a varios fenómenos diferentes. Por un lado, muchos comunicadores trabajan en más de un subcampo profesional, bajo la forma del multiempleo (varios trabajos) o de la multitarea (tareas diferentes en un mismo lugar de trabajo). Un indicador de este fenómeno es que en la encuesta a los graduados ya referida la suma de porcentajes de respuestas por área supera el 200%. Esto indicaría que, en promedio y según su propia percepción, los profesionales trabajan en dos subcampos.

**¿Con cuál/es áreas profesionales de la comunicación considera que está relacionado su trabajo actual?**



Un segundo tipo de hibridación se da con campos profesionales “vecinos”: los que trabajan en comunicación educativa y comunitaria con los trabajadores sociales o los educadores; los comunicadores organizacionales con los administradores o los psicólogos laborales; los productores audiovisuales y multimedia con los informáticos. A veces estas profesiones se disputan un campo de trabajo, en otras se articulan más o menos armoniosamente en equipos multidisciplinarios. En este último caso ya no habría hibridación, pero es posible que los comunicadores terminen adquiriendo conocimientos y capacidades provenientes de otras profesiones y construyan un perfil profesional más amplio... y más híbrido.

También son frecuentes los cruces con campos más alejados: comunicación científica, comunicación y salud, comunicación y derecho (que incluye los derechos de la comunicación), etc. En estos casos los equipos multidisciplinarios suelen ser casi obligados: comunicadores que trabajan con científicos, con médicos, con abogados, etc. Pero también van surgiendo especialistas de nichos híbridos: comunicadores especializados en salud, en extensión rural. Hay que recordar además hibridaciones con larga tradición, como las que se dan en el periodismo: económico, cultural, etc. Se trata de “superespecializaciones híbridas”, algo que puede sonar contradictorio pero no lo es. Y a veces la hibridez se da a la inversa: científicos, agrónomos o médicos que se convierten en comunicadores en su campo de origen.

Los comunicadores también confluyen en campos que nacen como espacio de encuentro entre disciplinas y profesiones diversas, como los estudios de género, de desarrollo o medioambientales. Este tipo de espacios suele operar transversalmente a sus disciplinas de origen y también a otros campos: casi cualquier fenómeno social puede ser analizado con perspectiva de género o ambiental, por ejemplo.... del mismo modo que puede ser analizado con perspectiva comunicacional, en tanto la comunicación es una dimensión presente en cualquier fenómeno social. Comunicación y género, desarrollo o medio ambiente son entonces híbridices “transversales” o “superhíbrides”.

Hay también contextos que estimulan la hibridez. El contexto de la digitalización y la convergencia tecnológica ha difuminado fronteras internas dentro del campo de la comunicación y con otros campos, como el de la informática. Las crisis estimulan nuevas híbrides: comunicación y migraciones, por ejemplo. La pandemia tal vez estimule otras que aún no llegamos a percibir con claridad, o ensanche el campo de algunas que ya

existían, como la educación/comunicación a distancia o la comunicación científica y para la salud.

### **Hibridez querida, maldita hibridez**

Para algunos profesionales esta situación es bienvenida porque enriquece su mirada y posibilidades de acción, sus oportunidades y condiciones de trabajo. La quieren y buscan, tratan de insertarse en lugares que ofrecen posibilidades de trabajar con y aprender de otros, procuran formarse en nuevas áreas con seminarios, posgrados, lecturas. Ven su carrera profesional como un proceso de hibridación creciente y positiva, que les permite ir creciendo en la comprensión de los fenómenos comunicacionales y las posibilidades de intervención en ella. Habitan la hibridación con optimismo.

Otros en cambio la viven como un mal inevitable en ciertas etapas de su vida profesional. Hacen periodismo con contrataciones precarias y trabajan en comunicación organizacional en un organismo público o empresa privada, aunque esperan dedicarse alguna vez solo al periodismo. O se dedican a la producción audiovisual para publicidad y cuando pueden hacen cine documental o de ficción, aunque la publicidad absorbe demasiadas energías (y paga bien). Algunos relatan trayectorias en que comenzaron aceptando cualquier trabajo en comunicación, con multiempleo en áreas diversas, y luego se volvieron más selectivos, hasta llegar a un único trabajo en un área vinculada a su vocación principal. Algunos son más híbridos al comienzo, otros más adelante, por deseo o necesidad.

Los estímulos -o presiones- para la hibridez profesional en comunicación tienen distintos orígenes. En algunos casos provienen del campo laboral, que plantea nuevas demandas a las que los perfiles profesionales existentes ya no responden bien. Pero también presiona

para precarizar el trabajo y ahorrar dinero, contratando a una personas en lugar de dos o tres. Periodistas a los que se obliga a ser también camarógrafos para noticieros de televisión, o diseñadores gráficos de sitios web, por ejemplo. Posiblemente no hagan muy bien alguna de esas cosas, o incluso ninguna de ellas. Los más jóvenes ceden más fácilmente a estas presiones con tal de conseguir sus primeros trabajos, y aceptan peores salarios y condiciones de trabajo. Algunos discursos empresariales buscan disfrazarlo de hibridez positiva: “trabajo flexible”, “trabajador polivalente”, buscando que se asuma sin resistencias y hasta con alegría y por iniciativa de los propios comunicadores. Las maldiciones a este tipo de hibridez son merecidas; discutir las y cuestionarlas debería estar en la agenda de las instituciones académicas y profesionales, incluidas las universitarias y las sindicales. Esto último requeriría, a su vez, fortalecer la organización sindical de los comunicadores, que suele ser débil, como también lo mostró nuestra encuesta: muy baja afiliación a los sindicatos existentes e inexistencia en varios sectores.

La hibridez también se alimenta de las iniciativas de los propios comunicadores, que proponen nuevas formas de abordar viejos -o nuevos- problemas, que ofrecen soluciones antes de que exista una demanda clara, y empiezan a generarla. Hay muchos espacios de trabajo en que los comunicadores no estaban presentes y empiezan a estarlo a partir de algún pionero o pionera que inventa una manera de intervenir, que aporta una mirada comunicacional a lo que allí pasa que resulta iluminadora y moviliza formas de actuar nuevas y potentes. Al comienzo son nichos laborales pequeños, pero pueden ampliarse y generar trabajo digno y creativo para muchos y muchas.

En este contexto se van reconfigurando las identidades y perfiles profesionales. Algunos hacen cosas diversas pero no son propiamente híbridos, si no un rato periodistas, luego



publicistas, etc. Otros van construyendo prácticas e identidades profesionales complejas, donde el término comunicador parece el único denominador posible.

Mirando estos fenómenos en perspectiva histórica, vale recordar que el campo profesional de la comunicación nació muy ligado a los medios y la producción de mensajes, con dos perfiles principales: el periodismo y la publicidad. Otras orientaciones, como la comunicación organizacional y comunitaria, tuvieron un desarrollo posterior y ponen mayor atención en los procesos de comunicación interpersonal y colectivo. Pero es frecuente que lleguen a estos nuevos subcampos quienes provienen de los tradicionales. La digitalización atraviesa todas las especializaciones, pero también genera perfiles nuevos, como el de *community manager*. Se han ido abriendo nuevas especializaciones pero también se han integrado especializaciones anteriores. Tendencias a divergir y confluir.

También es útil contrastar estos procesos con los de otras profesiones y sus efectos en el campo profesional general: los psicólogos que salen de la clínica al trabajo comunitario, o profesiones novísimas como los licenciados en Desarrollo . en el caso de nuestra Universidad de la República-, con un campo de intervención aún difuso y/o en competencia con otros profesionales.

## ¿Y la Universidad?

Este campo profesional híbrido y cambiante implica para la Universidad desafíos pedagógicos, políticos, epistemológicos.



Acreditación Institucional  
ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS  
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 6 años



Demanda pensar nuevas necesidades de formación y repensar las existentes. La orientación en comunicación organizacional, por ejemplo, recién comenzó a ofrecerse en la carrera de comunicación de la UdeLaR en 2012, a pesar de que ya muchos egresados trabajaban en eso, como lo muestra la encuesta de 2016. Muchos de ellos se orientaron al periodismo en su formación, pero el mercado laboral los empujó a trabajar (también) en ese nuevo campo, sin contar con formación específica. Buscaron entonces formación extra que nuestra universidad pública les ofrecía poco, recurriendo entonces a otras ofertas del mercado, en su mayoría orientadas con criterios exclusivamente de mercado.

¿Se trata entonces de correr detrás de cada demanda del mercado? Seguramente nunca estaríamos al día, porque los cambios son constantes. Pero sí parece imprescindible entender el mundo del trabajo y entrar en un diálogo crítico con él. Haciendo de la formación universitaria un lugar de construcción de saberes y habilidades capaces de entender y actuar en esta complejidad. Y capaces también de transformarla, sobre todo por la acción de los propios profesionales, que van mostrando nuevas formas de entender/hacer y cuestionan las actuales. El contexto tiene límite y condiciona, pero no determina: somos actores con capacidad de agencia, la universidad y los universitarios. Se abre aquí un debate político imprescindible.

¿Este contexto híbrido y complejo implica que ya no tienen sentido las formaciones especializadas en las carreras de comunicación? Parece saludable que la titulación en comunicación sea genérica y que se habiliten currículas flexibles y combinadas. Pero sólo quien llega a entender un proceso completo puede luego entender y actuar en otros (de Moura Castro, 2002:230). Quien construye su formación con fragmentos de especializaciones tiene mucha dificultad para poner en acción sus aprendizajes. Por eso se

justifica la formación general sólida con especializaciones también fuertes, aún sabiendo que las trayectorias posteriores muchas veces la hibridarán con otras, o incluso la abandonarán. Y, al mismo tiempo, parece necesario generar espacios “entre” esas especializaciones que ofrezcan una mirada más integral y compleja del campo profesional. Poner la hibridez en la agenda de la formación profesional, en los proceso de diseño e implementación de las currículas.

La hibridez no aparece en los imaginarios de los estudiantes de comunicación, al menos al inicio de sus carreras. Ellos esperan ser periodistas o publicistas, dedicarse a la producción audiovisual o digital. Más raramente se imaginan dedicados a la comunicación comunitaria, educativa u organizacional. Tardarán en descubrir que hay hoy más oportunidades laborales en esta última que en las áreas tradicionales, lo que refuerza la necesidad de abrir espacios en la formación que ayuden a entender el mundo del trabajo, con mirada crítica pero no prescindente: los graduados necesitan trabajar y aspiran con derecho a que su pasaje por la universidad contribuya a ello. En ese sentido son también valiosos los espacios que ayudan a imaginar y construir la hibridez al interior del campo comunicacional y con otros campos. Por ejemplo con currículas flexibles que posibilitan -y hasta obligan, como en el caso de nuestra Facultad- a realizar al menos un curso de otra carrera.

Pero la flexibilidad curricular no es un collage arbitrario de cursos y actividades: requiere una construcción cuidadosa y orientada, que asegure solidez y sentido, sin ahogar la creatividad estudiantil. Posiblemente ello contribuya a prevenir hibrideces precarizantes y de baja calidad empujadas por el mercado. Se trata entonces de construir, desde la etapa

de formación, el deseo personal y colectivo de un campo profesional más rico y más digno. Ese deseo solo no lo realizará, pero tampoco será posible sin él.

Hay también debates epistemológicos en juego, nuevos y viejos, pero con renovada vigencia. ¿Qué disciplinas construyen el campo de la comunicación? ¿Es ella misma una disciplina, un objeto de estudio, una dimensión de todos los fenómenos sociales? ¿Con qué otras disciplinas/profesiones disputa hoy lugares de saber y de poder? ¿Con qué otros académicos y profesionales los comunicadores disputan autoridad para decir y actuar? ¿Con cuáles construye espacios de cooperación, de interdisciplina? ¿Las hibridaciones profesionales, de qué modo se reflejan en el campo académico y viceversa? ¿La hibridez extrema genera profesionales transdisciplinarios?

Como proponía Martín-Barbero (2012) tal vez debemos “perder el objeto para ganar el proceso”. Y empezar a comprender así las hibridaciones de la comunicación en el campo profesional y los procesos inter/transdisciplinarios en el campo del saber.

## Referencias:

Bourdieu, Pierre (1998) *Meditaciones pascalianas*. Barcelona, Anagrama.

De Moura Castro, Claudio (2002) *Formación profesional en el cambio de siglo*.

Montevideo, CINTERFOR.



Fuentes-Navarro, Raúl (2015)[1991] “Prácticas profesionales y utopía universitaria. Notas para repensar el modelo del comunicador”. En Revista *Diálogos de la Comunicación* N.º 74, Lima, FELAFACS.

García, Pilar y Rodríguez, Luis Fernando (2011) “Sobre profesiones, prácticas y oficios de la comunicación”. En Revista *Signo y Pensamiento*, Vol. XXXI, N.º 59 pp. 298-306. Bogotá, Universidad Javeriana.

Gaulejac, Vincent de (2014) “Pour une sociologie clinique du travail”. En *La nouvelle revue du travail* N° 4, <http://journals.openedition.org/nrt/1576>

Martín-Barbero, Jesús (2012)[1984] “De la comunicación a la cultura. Perder el ‘objeto’ para ganar el proceso”. En Revista *Signo y Pensamiento*, Vol. XXX, N.º 60, Bogotá, Universidad Javeriana.

Massoni, Sandra (2016) *Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires*. Quito, CIESPAL.

OPC - Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (2015). Seminario inaugural del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación. Montevideo. Disponible en [www.comunicacion.edu.uy/Observatorio](http://www.comunicacion.edu.uy/Observatorio) (actualmente en proceso de migración).

OPC - Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (2016a) Primera encuesta a egresados de Ciencias de la Comunicación de la UdelaR. Disponible en [www.comunicacion.edu.uy/Observatorio](http://www.comunicacion.edu.uy/Observatorio) (actualmente en proceso de migración).



Acreditación Institucional  
ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS  
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 6 años





OPC - Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (2016b). II Seminario del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación. Los nuevos oficios del comunicador. Comunicación, gobierno y políticas públicas. Montevideo. Disponible en [www.comunicacion.edu.uy/Observatorio](http://www.comunicacion.edu.uy/Observatorio) (actualmente en proceso de migración).

OPC - Observatorio de las Profesiones de la Comunicación (2017). III Seminario del Observatorio de las Profesiones de la Comunicación. Miradas cruzadas sobre los comunicadores. Montevideo. Disponible en [www.comunicacion.edu.uy/Observatorio](http://www.comunicacion.edu.uy/Observatorio) (actualmente en proceso de migración).



Accreditación Institucional  
ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS  
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 6 años

