

Red de prácticas en comunicación: balance provisorio. A dos años de su implementación.

Colectivo "Fuera de Discurso" / El Viejo Topo: Juan Manuel Barca, Hernán Farias Dopazo, María Laura Larrea, Pablo Pellegrino, Tali Miculitzki, Anabela Defeudis, Constanza Leone.

Cita:

Colectivo "Fuera de Discurso" / El Viejo Topo: Juan Manuel Barca, Hernán Farias Dopazo, María Laura Larrea, Pablo Pellegrino, Tali Miculitzki, Anabela Defeudis, Constanza Leone (2007). *Red de prácticas en comunicación: balance provisorio. A dos años de su implementación. VII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-106/496>

RED DE PRÁCTICAS EN COMUNICACIÓN: BALANCE PROVISORIO. A DOS AÑOS DE SU IMPLEMENTACIÓN

Colectivo "Fuera de Discurso" / El Viejo Topo: Juan Manuel Barca, Hernán Farias Dopazo, María Laura Larrea, Pablo Pellegrino, Tali Miculitzki, Anabela Defeudis, Constanza Leone

Referencia Institucional: Facultad de Ciencias Sociales - UBA. Carrera de Ciencias de la Comunicación

E- Mail: pablitopele@hotmail.com

La comunicación alternativa no es una actividad en sí dotada de una finalidad que se agota en sí misma, sino que está al servicio de una tarea global de educación popular, entendida también como un proceso de toma de conciencia, de organización y de acción de clases subalternas.

J.M Aguirre - Comunicación alternativa y cambio social

Introducción

Luego de dos años llevando adelante la implementación del proyecto “Red de Prácticas en Comunicación” (RPC), los articuladores del mismo, la agrupación estudiantil El Viejo Topo de la Facultad de Ciencias sociales de la UBA, medios alternativos y zonales, deciden realizar un balance de lo realizado hasta el momento.

La RPC surgió como un proyecto cuyo objetivo fue construir una red que nuclea a estudiantes de las carreras de comunicación, docentes, periodistas, organizaciones barriales y centros de prácticas que permita un intercambio con el fin de favorecer las prácticas de los estudiantes y un mejor funcionamiento de estas organizaciones y medios de comunicación.

Esto fue producto de un análisis previo de las carreras de comunicación donde, actualmente, existe una tendencia a concebir las prácticas pre profesionales como talleres laboratorio o encerrados entre paredes, donde el estudiante realiza un proceso de aprendizaje individual muchas veces desligado de la realidad y cuyas producciones quedan condenadas generalmente a un cajón o una biblioteca personal. La RPC intenta fomentar la relación con actores sociales que no sólo le den la posibilidad al estudiante de instrumentar los conocimientos adquiridos en la universidad, sino al mismo tiempo reflexionar sobre su utilización, al poner esos saberes al conocimiento de los diversos actores de la sociedad, entendiendo la acción comunicacional como factor de cambio y transformación social.

Desde estas prácticas y su implementación parte una crítica a la concepción de comunicador social que actualmente apuntan a formar los planes de estudio de dichas carreras, donde no sólo quede reducido al plano del desarrollo profesional sino también a construir un comunicador que pueda combinar lo político- académico y lo político- social.

El balance presentado en esta ponencia está dividido en cuatro partes, en primer lugar la historia, es decir la descripción del surgimiento del proyecto y su posterior implementación en sus dos oportunidades (una de ellas en proceso). En segundo lugar un análisis cuantitativo que involucra la cantidad de actores que intervinieron en el proceso, la comparación de la cantidad de inscriptos y los centros de práctica en los dos años. En tercer lugar un análisis cualitativo, donde se puede apreciar las potencialidades, las debilidades, los aciertos y los errores. Finalmente, algunas conclusiones provisionales que tienen en su evaluación y reflexión a la gran mayoría de los integrantes de los procesos de formación de la RPC.

¿Qué es la Red de Prácticas? (Objetivo)

El objetivo del proyecto de Red de Prácticas en Comunicación (RPC) es construir una red que nuclea a estudiantes de las carreras de Comunicación y Periodismo, docentes, periodistas, organizaciones barriales y centros de prácticas (CP)ⁱ que permita un intercambio con la finalidad de favorecer las prácticas de los estudiantes y un mejor funcionamiento de estas organizaciones y medios de comunicación.

De esta manera no sólo se instrumentan los conocimientos adquiridos en la universidad, sino al mismo tiempo se reflexiona sobre su utilización, al poner sus saberes al conocimiento de los diversos actores de la sociedad, entendiendo la acción comunicacional como factor de cambio y transformación.

¿Quiénes impulsamos la Red de Prácticas?

La propuesta es impulsada por estudiantes de las universidades de Lomas de Zamora (UNLZ), La Plata (UNLP) y Buenos Aires (UBA). Quiénes integramos la agrupación Quemar las naves (UNLZ), el Colectivo de Trabajo (UNLP), el Colectivo Fuera de Discurso (UBA), la agrupación Viejo Topo (UBA) y la Agencia de Noticias Red Acción (ANRed).

¿Por qué una Red de Prácticas? (Fundamentación)

Consideramos que la comunicación es una herramienta fundamental que debe estar al servicio de la sociedad.

Los proyectos de comunicación de este tipo no deben asumirse únicamente como una deficiencia de la formación, sino que debe verse por nuestra parte como una tarea que nos incumbe como investigadores sociales. Esto no puede hacerse sin tener en cuenta las necesidades (tanto materiales como políticas) del campo popular. Por ello, esta tarea implica pensar una concepción diferente de la práctica.

Las prácticas conjugan la posibilidad de profundizar y perfeccionar la instancia educativa universitaria, acortando el abismo que hay entre tener conocimientos y tener capacidad de obrar. Es por eso que no se buscará que la práctica en los medios de baja potencia sea sólo una transposición de la estética y contenidos propios de los grandes medios, sino una posibilidad de profesionalización, sin olvidar el proyecto político que asuma cada uno y su concepción de la comunicación y de la sociedad.

La profesionalización, implica que el CP reciba por parte de los estudiantes, saberes comunicacionales, estéticos y sociales, pero en un intercambio constante con los

saberes y la experiencia de los integrantes de los CP. Se buscará contribuir a un proceso en donde la práctica se construya en una relación dialógica entre los sujetos.

La falta de recursos económicos o la búsqueda de la construcción de un discurso diferente al hegemónico no tienen que ser trabas para la profesionalización de las prácticas, tanto de los CP como de los estudiantes.

¿Para qué una Red de Práctica? (Justificación)

El propósito de la RPC es que los estudiantes puedan volcar los conocimientos teóricos adquiridos en la facultad en prácticas concretas tejiendo, a su vez, un nexo entre los medios locales, organizaciones sociales y la universidad.

Este intercambio permitirá a los medios de comunicación y a las organizaciones facilitar su desarrollo comunicacional y su profesionalización, a través de las herramientas técnicas y los conocimientos prácticos que pueden brindar los estudiantes. Estos podrán enriquecer su práctica con la experiencia de aquellos que sostienen diariamente los CP.

La propuesta surge del análisis de la situación que atraviesan los medios zonales y las organizaciones sociales por un lado, y el perfil de egresado de las carreras de comunicación y periodismo por el otro (ver aparte). Entre ellos la red cumpliría una función político-académica y político-social, reforzando las relaciones, la formación profesional e impulsando la inserción social de los estudiantes y los medios.

La articulación con docentes acompaña el proceso de formación y acción teórico/práctica de los estudiantes en los CP. A su vez, permite desarrollar una discusión teórica académica sobre las prácticas realizadas, ya sea a través de trabajos de investigación como de espacios de talleres y de discusión.

¿De dónde partimos? (Diagnóstico)

El proyecto se ubica en un contexto donde el modelo de comunicación masiva que se proyecta en el país, en manos de cada vez menos grupos económicos, se muestra bajo la máscara de “comunicar más y mejor”, pero su verdadera cara es el aislamiento y la fragmentación social. Ante esta situación los diferentes actores se posicionan de diferentes maneras:

1. Los estudiantes de comunicación y periodismo
2. Los trabajadores de prensa
3. Los medios de comunicación zonales
4. Las organizaciones sociales y la comunicación

1. Los estudiantes de comunicación y periodismo

Las carreras de comunicación se desenvuelven sobre la realidad de mercado, como sucede prácticamente con todas las carreras de la universidad actual, por lo que su currícula está orientada a satisfacer la demanda social del mismo. Por ello, cuando se realizan estudios sobre comunicación, sólo se analizan las empresas multimediáticas y se conforma una figura de comunicador acorde a esos medios. Consecuentemente, las escasas prácticas pre-profesionales de estas carreras se realizan en los medios masivos con su consecuente enfoque mercantil de la comunicación.

Sin embargo, la mayoría del estudiantado no accede a dichas prácticas. Más aún, esas experiencias distan de ser pre-profesionales y serias: muestran la flexibilización del trabajador de prensa, convirtiendo a esa labor en una de las más precarizadas.

La universidad no supo (o no se propuso) dimensionar la importancia de construir un proyecto académico, social y laboral con medios de comunicación no masivos.

2. Los trabajadores de prensa

El trabajador de prensa en los medios masivos esta inmerso en una lógica mercantilista, donde no prima la difusión de ideas ni el compromiso político y social con la realidad, ya que el valor de una noticia se establece en la instancia de producción y en su relación con los otros integrantes del mercado (otros medios y empresas) dando forma de mercancía a la información.

El periodista, por lo general, no tiene espacio para el desarrollo de un pensamiento autónomo, sino que debe acatar los lineamientos del medio en donde trabaja (y al grupo económico al que pertenece). Al mismo tiempo, estas empresas perfeccionan cada vez más las formas de explotación, construyen y refuerzan el discurso dominante.

Ante esto, creemos que las aspiraciones de los estudiantes no deben reducirse al estrecho marco que ofrece el mercado de trabajo, sino que nuestra principal tarea consiste en la construcción, junto con los sectores populares, de herramientas de comunicación que aporten a la lucha contra el discurso y las prácticas hegemónicas.

3. Los medios de comunicación no masivos (zonales)

Una de las hipótesis que se pueden formular sobre el crecimiento que tuvieron estos medios desde el retorno de la democracia, es que evolucionaron junto al despertar de la ambición por construir discursos diferentes a la mirada hegemónica ofrecida por las grandes empresas periodísticas. O al menos se extendió la idea de que no es necesario ser una gran empresa o una multinacional para producir un medio de comunicación, cualquiera de nosotros puede ser “emisor” y no sólo un “receptor”.

Los medios no masivos, en general, dejan mayor espacio a la libertad del mensaje porque no tienen la necesidad de sujetarse a las exigencias de las formas del discurso dominante, además de que están más abiertos a la participación de la comunidad. Sin embargo, muchas veces encuentran dificultades para desarrollar una forma estética prefigurada; hasta llegan, debido a una escasez estructural de recursos, a repetir las formas y los contenidos utilizados por los medios masivos.

Los medios zonales son parte del barrio y comparten las mismas problemáticas con sus receptores, es por eso que tienen la potencialidad de comunicar lo que pasa desde una relación de cercanía y familiaridad que los diferencia de los medios masivos.

4. Las organizaciones sociales y la comunicación

Por motivos similares a los de los medios de baja potencia, en especial la falta de recursos, las organizaciones sociales no cuentan con una estructura sólida que sostenga a la comunicación tanto interna como externa, sino que trabajan más improvisadamente, según las urgencias. Incluso carecen de proyectos integrales de prensa y comunicación, aunque es una de las principales falencias que acusan y detectan al momento de su análisis.

Las otras tareas de la organización siempre se presentan como más urgentes que las tareas de prensa y comunicación, sin embargo desde la experiencia de ANRed observamos la importancia que tiene este campo como una herramienta más de lucha y organización.

De igual modo, las prácticas en comunicación en organizaciones sociales de base no deben entenderse como una tarea de “trabajo de campo”, frecuentes en el campo académico, sino una instrumentación de los análisis y herramientas en base a las necesidades propias de su devenir político.

Las organizaciones sociales hoy se encuentran desarticuladas y actúan de forma fragmentaria. Y aquellas que no lo hacen, que se articulan y organizan, no encuentran apoyo en los medios masivos.

Desarrollo de la propuesta

Instrumentación

Más allá que el proyecto sea impulsado por un grupo particular de personas, la organización y garantía de esta tarea debe ser llevada adelante en un espacio abierto y horizontal donde los estudiantes podamos reunirnos en ámbitos de discusión y desplegar la construcción de este proyecto. Desde aquí, convocamos a todos los estudiantes interesados a participar.

La RPC reúne a estudiantes de comunicación, los propone a los medios de comunicación y/u organizaciones sociales para cubrir las necesidades comunicacionales de las mismas y cuenta con un seguimiento de las prácticas a cargo de la *Comisión Organizadora* y del *Consejo Asesor*, de tal forma que se compatibilicen los intereses y las posibilidades de los CP con los estudiantes. El seguimiento a las prácticas, también se realizará por medio de reuniones de *Grupo de Trabajo*, integrado por los estudiantes que participen del proyecto y miembros de la Comisión Organizadora.

En el transcurso de la tarea, los estudiantes podrán cumplir los pedidos de los medios, como así también, ofrecer producciones e investigaciones.

La RPC se encargará también de facilitar el nexo con los movimientos y organizaciones sociales de la zona de influencia. Esto permitirá que el papel comunitario de los medios y la inserción social del estudiante puedan realizarse en el marco de una red de comunicación. Este es el sentido final del proyecto.

Descripción

Comisión Organizadora

Compuesta por integrantes de los colectivos que impulsan el proyecto.

Ese espacio es abierto a la participación estudiantil. Las tareas a realizar son:

- Presentación del proyecto
- Distribución de los estudiantes en los CP
- Armado del Consejo Asesor
- Planificar y garantizar los talleres y charlas
- Participar de las Reuniones de Seguimiento

- Hacer de intermediario entre los CP y los estudiantes

Consejo Asesor

Estará compuesto por docentes, profesionales, trabajadores y estudiantes avanzados del campo de la comunicación y las ciencias sociales. Sus tareas son:

- Atender las consultas que surjan en las prácticas.
- Participar colaborar y/o dictar los Talleres / Charlas
- Seguimiento del proyecto

Grupos de Trabajo

Se conformarán tres Grupos de Trabajo, compuestos por los practicantes. Un grupo por zona. En cada grupo participará un miembro de la comisión organizadora. La importancia de los grupos es poder pensar a las prácticas como un trabajo colectivo y no individual, por eso armar un grupo de contención, discusión, acompañamiento, donde poder compartir las experiencias individuales y aportar al desarrollo de las prácticas de los demás. Lo producido por los grupos de trabajo (informaciones, datos, investigaciones, contactos) podrá aportar a la construcción / crecimiento de las redes zonales de noticias. Sería interesante la presentación de informes para dar cuenta de los logros y los obstáculos de las prácticas. Los grupos se reunirán cada 15 días (o a definir por el grupo) en **Reuniones de Seguimiento**. En estos encuentros también se anotarán las necesidades de formación que vayan surgiendo y que puedan resolverse con las **Charlas** de formación dictadas por los integrantes del Consejo Asesor.

Talleres / Charlas

Desde la Comisión organizadora se proponen los siguientes temas de Charlas:

- Investigación Periodística
- Cobertura de movilizaciones (ANRed)
- Fotoperiodismo
- Lenguaje Radial
- Diagramación y edición gráfica
- Redacción de cables
- Comunicación Alternativa
- Diagnóstico y Herramientas en la Comunicación comunitaria
- Economía política de medios
- Rol del comunicador (estudiante)

Producciones

Más allá de las prácticas y experiencia individuales y colectivas que se desarrollarán en la RPC, podrán realizarse producciones como:

- *Agendas zonales*: Cada participante podrá actualizar y aportar a las redes de comunicación / noticias desarrolladas en cada lugar, a través de el armado de una lista con direcciones y datos importantes de organizaciones barriales, culturales, estudiantiles, gremiales, etc. y por medio de información relevante de cada una de ellas.
- *Investigaciones y producción de medios*: Aquellos trabajos de investigación que se realicen a lo largo de las practicas podrán difundirse en los distintos CP, medios y entre los estudiantes. Además tanto medios (videos, micros radiales, boletines, etc.) como investigaciones podrán formar parte de los archivos de ANRed y de los CP.

Certificados

La idea del proyecto es que el estudiante se lleve una certificación de su práctica profesional. La misma puede ser extendida por el medio, por alguna cátedra o docente, o alguna institución que se sume a la red.

Tareas y Cronograma de trabajo

Etapa	Fecha tentativa	Tarea	Actividades
1	Primeras semanas 2°cuatr.	Promoción	<ul style="list-style-type: none">• Campaña de difusión del proyecto.• Charla de presentación del proyecto en las universidades.
2	2°/3° semanas	Inscripción	<ul style="list-style-type: none">• Registro de datos de los postulantes.• Evaluación de pretensiones y propuestas de los estudiantes.
3	3°/4° semana	Selección	<ul style="list-style-type: none">• Proceso de evaluación de los postulantes.• Acuerdo con los medios y presentación de los practicantes.
4	4° semana	Formación	<ul style="list-style-type: none">• Charla informativa a cargo del consejo asesor: finalidad, actividades concretas a desarrollar.
5	Hasta fin de cuatr.	Puesta en marcha y seguimiento	<ul style="list-style-type: none">• Iniciación de las prácticas.• Evaluaciones periódicas a través de la comisión organizadora.• Realización de informes al comité de seguimiento.

Desarrollo de las actividades

Etapa 1 – Promoción

La promoción de la RPC se realizará en las mesas de las agrupaciones que impulsan el proyecto (FD, QLN, VT, otro) en las universidades. La tarea se centra en la promoción de la RPC a través de volantes, afiches, cartelera, mesa con publicaciones, etc. También se implementará el envío de correos electrónicos.

En la promoción se darán a conocer los CP por zona pero sin detalles:

- Tres zonas: Sur / Capital-Norte / Oeste
- Cuatro CP por zona
- Posibilidad de conseguir horas gratis en radios (se pedirá la presentación de demos)

Durante la promoción, los estudiante interesados podrán ir completando la planilla de inscripción.

Etapa 2 – Inscripción

Se registrarán los datos y pretensiones de los postulantes, los cuales completarán los formularios para tal fin. Distribución del detalle del proyecto a los interesados. (Los estudiantes deberán presentar una síntesis de la propuesta por escrito y en el caso de las radios que lo requieran también demos.)

Se realizará una **Charla Informativa**, la segunda semana del 2º Cuatrimestre, donde se expondrá la siguiente información:

- CP disponibles por zona (4)
- Planillas con la oferta de tareas y horarios por cada CP
- Detalles de cada CP
- Detalles operativos sobre la RPC (Sobre las charlas, las reuniones de seguimiento, etc.)
- Detalles del proyecto: ofertas, carga horaria y sobretodo el compromiso que implica.
- Papel de ANRed / Alcances del proyecto
- Caracterización de los medios zonales y alternativos
- Rol del estudiante de comunicación

Los postulantes llenarán una planilla donde se pedirá la siguiente información:

Nombre: Apellido Teléfono Lugar de residencia E-mail: Carrera: Orientación: Cantidad de materias aprobadas (aproximadamente): Experiencia en el campo: Otros conocimientos: (diagramación, edición, locución, dibujo, redacción, manejo de programas específicos, fotografía, etc.) Propuestas: Opciones de Tareas y CP (3 en orden de prioridad): Temas de interés:
--

En la charla informativa se contará con la presencia de miembros del **Consejo Asesor** e integrantes de los CP

Las propuestas de los estudiantes se centran principalmente en el lugar en el que preferiría desarrollarse, a saber:

- *Radio*: espacios de programación o puestos específicos (productor, columnista, guionista, colaborador, conductor, etc.)
- *Televisión*: uso de cámaras y edición, salidas al aire y crónicas. Producción general o periodística.
- *Revistas*, periódicos y boletines: diagramación, producción y colaboraciones,
- *Agencias informativas*: producción de gacetillas y micros radiales.
- Por medio de ANRed:
 - *Talleres en centros comunitarios*: organización de talleres de periodismo o similares
 - *Investigaciones periodísticas* para cualquiera de los formatos anteriores.

Etapa 4 – Selección

En el caso de que el número de proyectos que presente los estudiantes no coincida con las posibilidades de los medios, la Comisión organizadora se ocupará de evaluar y distribuir equitativamente de acuerdo a las propuestas presentadas por los medios y la capacidad operativa de los practicantes que puedan albergar.

Se tendrá en cuenta para la selección: la zona, la experiencia, los requisitos del CP, la elección de CP, el compromiso y otros.

Etapa 3 – Formación

Está a cargo del **Consejo Asesor** integrado principalmente por docentes y profesionales, que se encontrarán “disponibles para cualquier consulta técnica” que surja por parte de los practicantes en las **Reuniones de Seguimiento**.

La instrumentación de esta instancia será a través de **charlas** para los estudiantes interesados en realizar las prácticas. Los temas en los que se centrarán son:

- Aspectos políticos de la RPC.
- Aspectos técnicos de la intervención (alcances y operatividad)

Etapa 5 – Seguimiento

Se invitará a los estudiantes a talleres/charlas de formación periódicos para reforzar la relación entre los organizadores, los estudiantes y el medio. El mismo es considerado fundamental para la experiencia, de acuerdo a lo que planteamos anteriormente.

Además, se realizarán reuniones periódicas de los grupos de trabajos.

Propuesta a los Centros de Práctica

Somos un grupo de estudiantes universitarios de las carreras de periodismo y comunicación de las universidades de Buenos Aires, Lomas de Zamora y La Plata, que junto con periodistas y docentes y la Agencia de Noticias RedAcción (ANRed), nos propusimos poner en funcionamiento una Red de Prácticas en Comunicación.

Para desarrollar esta tarea necesitamos de su colaboración y creemos que ustedes pueden necesitar la nuestra.

La Red consiste en convocar a estudiantes del campo de la comunicación para realizar prácticas en medios zonales. Esta experiencia tiene un doble sentido, por un lado, dar un espacio de práctica pre-profesional a los estudiantes ya que es una de las grandes faltas de las carreras de comunicación, y por otro lado, aportar al crecimiento y desarrollo comunicacional de los medios. A su vez, rescatamos la potencialidad del intercambio de saberes y experiencias entre los estudiantes y los miembros de su medio, donde realizarán sus prácticas. Es de destacar que el marcado acento teórico que se les da a las carreras genera un estudiante poco ducho en el oficio periodístico. Por eso es también fundamental el acompañamiento y la transferencia de conocimiento por parte de ustedes.

Es por esta razón que nos contactamos con usted/es para invitarlos a formar parte de la Red ofreciendo un espacio en su medio donde los estudiantes puedan realizar sus prácticas y a su vez recibiendo estudiantes dispuestos a ofrecer su acervo a disposición del desarrollo del medio.

Los espacios donde los estudiantes podrían colaborar son:

- *Radio*: espacios de programación o puestos específicos (productor, columnista, guionista, colaborador, conductor, etc.)
- *Televisión*: uso de cámaras y edición, salidas al aire y crónicas. Producción general o periodística.
- *Revistas*, periódicos y boletines: diagramación, producción y colaboraciones,
- *Agencias informativas*: producción de gacetillas y micros radiales.

Desde la comisión organizadora ofrecemos:

- * Estudiantes
- * Talleres y charlas de formación periodística, comunicacional y legal.
- * Promoción y propaganda del medio en la universidad y otras zonas donde se desarrolle la Red de prácticas
- * Despachos de noticias de ANRed

Desde ya agradecemos su colaboración y los invitamos a formar parte de este proyecto que creemos es un paso más para la construcción de una comunicación y un periodismo que esté a servicio de todos.

Muy atentamente,

La Comisión Organizadora
Proyecto Red de Prácticas en Comunicación

1 En lo sucesivo utilizaremos el término “centros de práctica” (CP) para abarcar a los medios zonales, alternativos, de baja potencia, comunitarios, contrainformativos y diversas definiciones político-comunicacionales. En primera instancia, la distinción sirve para contraponer éstos a los medios masivos.