



Universidad
Nacional
de Rosario



Facultad
de Ciencia Política
y Relaciones Internacionales

Licenciatura en Comunicación Social

Tesina de Grado

**“¿Qué es ser comunicador social?
14 de más de 2000 respuestas posibles”**

Sofía Belén Bregant, Denise Lara Carbajo y María Costanza Grosso

sofiabregant3b@gmail.com | denisecarbajo@gmail.com |
grossomcostanza@gmail.com

Directora: Gisela Moreno **Codirector:** Joaquín Paronzini

Rosario, febrero 2026

Resumen:

El siguiente informe es un registro de nuestro recorrido como tesisistas de grado. Dejamos asentadas las dudas, inquietudes, certezas y decisiones que fueron apareciendo en la producción del libro digital “¿Qué es ser comunicador social? 14 de más de 2000 respuestas posibles”, resultado de un proyecto editorial que se extendió por más de dos años.

Palabras claves:

Trayectorias - Campo profesional - Comunicador social - Métodos biográficos - Graduados.

[Enlace al libro digital](#)

Índice:

Relatoría de una tesina de producción.....	5
Motivación para comenzar este proyecto.....	5
Antecedentes en Comunicación Visual Gráfica II.....	6
Pensarlo como un proyecto.....	8
Qué aportaron estas experiencias.....	10
Qué pensamos como marco teórico.....	11
Datos cuantitativos.....	14
A quiénes entrevistamos.....	17
Proceso de selección de los entrevistados.....	18
Los entrevistados.....	21
¿Qué preguntamos?.....	24
El momento de encontrarse.....	25
La experiencia de entrevistar.....	27
¿Qué hacemos con esto?.....	29
Donde la gráfica y la escritura se unen.....	31
Manual de escritura.....	31
Libro digital, no digitalizado.....	33
Proceso de diseño gráfico y maquetación del libro.....	33

Manual de estilo de diseño.....	38
De comunicadores para comunicadores.....	39
Algunas reflexiones.....	41
Bibliografía.....	43

Relatoría de una tesina de producción

El siguiente informe es un registro de nuestro recorrido como tesistas de grado. Dejamos asentadas las dudas, inquietudes, certezas y decisiones que fueron apareciendo en la producción del libro “¿Qué es ser comunicador social? 14 de más de 2000 respuestas posibles”, resultado de un proyecto que se extendió durante más de 2 años de trabajo.

El número 2000 responde a la cantidad de graduados y graduadas de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario que se registraron hasta diciembre del 2025, de acuerdo a la Escuela de Comunicación Social de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Catorce de ellos fueron los entrevistados que nos brindaron su tiempo y sus historias para narrarlas en este libro.

Motivación para comenzar este proyecto

Partimos de preguntas, sabiendo que no hay una respuesta única o final.

¿Cuáles son las experiencias concretas donde se pueden desarrollar profesionalmente las y los comunicadores sociales? ¿Cómo llegaron hasta ahí? ¿Qué experiencias y prácticas atraviesan las y los graduados?

Este trabajo surgió de hacernos esas preguntas, y de ver hacia dónde nos llevaban, qué respuestas posibles tenían, que significa en sí hacer la pregunta.

Nuestro proyecto no busca ser una respuesta. El libro “¿Qué es ser comunicador social?” es un registro de algunos testimonios de graduadas y graduados de la Licenciatura en Comunicación Social. Una recopilación de experiencias y vivencias que dan cuenta de la actualidad y las transformaciones no sólo del campo laboral, sino también de los propios graduados y de sus prácticas. Buscamos recuperar las trayectorias individuales de profesionales de la comunicación, que se convierten en posibles caminos para los lectores. Las personas entrevistadas fueron seleccionadas de acuerdo a los aportes que pueden hacer respecto a las diferentes áreas del campo comunicacional en la que se desarrollan como profesionales.

La publicación de estos relatos está pensada como una recopilación de interés para estudiantes y graduados en Comunicación Social, para que puedan ahondar en un recorrido sobre el aporte profesional que realizan en el contexto actual y cómo se modifican por las transformaciones sociales y tecnológicas, siguiendo las nociones de métodos biográficos y microrrelatos desarrolladas por Leonor Arfuch. Además, este libro puede funcionar como un primer acercamiento para aquellas personas interesadas en estudiar esta licenciatura universitaria o que realicen el cursillo de ingreso, puesto que refleja algunos de los resultados posibles de graduarse en la carrera.

Antecedentes en Comunicación Visual Gráfica II

Un primer acercamiento a lo que se convertiría en este libro se concretó durante nuestra cursada de la carrera. En la materia Comunicación Visual Gráfica II, del ciclo superior, se nos propuso trabajar todo el año en un mismo proyecto. La consigna era elegir qué contar y en qué soporte físico. Podía ser un manual, un folleto, una revista o un libro. Nosotras éramos un grupo, y elegimos hacer un libro.

Barajamos varias ideas, hasta que la opción de recopilar las experiencias de comunicadores de nuestra casa apareció. La materia exigía un libro físico, con un diseño editorial creativo e interesante, que vaya más allá de los formatos clásicos. Con eso en mente, pensamos un libro dividido en secciones, con sus respectivos capítulos. Por ejemplo: Redes sociales y marketing como sección, y cuatro entrevistados que se desarrollan en el ámbito como capítulos.

Este primer ensayo fue la base sobre la que construimos la tesina. Comenzamos con entrevistas estructuradas, realizadas a profesionales conocidos en la misma facultad. El trabajo estaba más concentrado en el diseño del soporte que en el contenido de las entrevistas, por lo que esos primeros relatos tomaron un lugar secundario. En las entrevistas no nos salimos del cuestionario que teníamos preparado, perdiendo mucho del valor que, después encontramos, está en el diálogo que surge de las preguntas disparadoras.

El trabajo se desarrolló durante ese año, concretándose en unas pocas páginas que después servirían como un manual de instrucciones sobre cómo volver a encarar el proyecto desde otra mirada. Al final de 2023, sabiendo que el próximo sería el último año de cursada, encontramos la posibilidad de que el proyecto se convirtiera en nuestra tesina. Y más importante, la posibilidad de seguirlo trabajando juntas.



Derechos humanos y Organizaciones no gubernamentales

ASÍ Se veía el primer boceto

Pensarlo como un proyecto

Taller de tesina fue un momento de pensar: por qué vamos a hacer este proyecto, qué sentido tiene, qué aporte hace, con qué autores de la carrera dialoga. Nombramos el

proyecto “Genealogía de un campo profesional: Relatos de graduados y graduadas de Comunicación Social a 50 años de la creación de la Licenciatura en la UNR”.

En el título logramos un recorte y palabras clave: genealogía, graduados, relatos, campo profesional. A todas esas palabras teníamos que justificarlas, y al soporte que elegimos también.

Hablamos con varios profesores para que nos ayuden con bibliografía para justificar la importancia de nuestro proyecto. Retomamos a Arfuch, autora que leímos en Metodología de la Investigación en Comunicación, para pensar nuestro modo de entrevistar y de escribir relatos. La importancia de escribir con la voz de otros.

Le pedimos a Hugo Berti, profesor de la electiva Práctica y Campo Profesional del Comunicador, bibliografía sobre cómo definir campo profesional y campo laboral. Nos cuestionamos cada palabra. Hablando con Ezequiel Viceconte, una de las personas encargadas de llevar adelante el mapa de graduados de la UNR, quien nos ayudó con bibliografía que aborda el concepto de profesión y trayectorias.

También le pedimos ayuda a Andrea Calamari, profesora de la electiva Taller de lectura y escritura. Nos recomendó bibliografía, pero lo más importante es que nos hizo una pregunta clave:

“¿por qué están pensando en un libro físico?”.

¿Cómo explicamos la importancia y utilidad de un libro?

¿A quiénes citamos?

Arrastrábamos la idea de Comunicación Visual Gráfica II, donde el soporte físico era una condición. No tenía sentido. No iba acorde a nuestra idea. Si queremos hacer un libro que circule, que sirva para estudiantes de la carrera, ¿por qué sería necesario gastar dinero en tenerlo? A partir de esa pregunta, pusimos Ctrl F en todo el documento de proyecto de tesina y agregamos la palabra “digital” a la derecha de “libro” cada vez que aparecía.

Un libro digital no solo nos permitía pensar en una circulación de mayor magnitud, sino también en utilizar colores, enlaces y elementos gráficos que una impresión de bajo presupuesto no dejaba ni imaginar. Gisela Moreno y Joaquín Paronzini, nuestros directores y profesores del Seminario de Integración y Producción: Narrativas Transmedia, nos ayudaron a pensar las formas de llevarlo a cabo, repensando las bases del diseño como la enmaquetación en horizontal y los hipervínculos en los relatos y a contactar con los entrevistados.

Qué aportaron estas experiencias

Ya en 2025 retomamos algunas cosas del primer proyecto. La idea de graficar los relatos con ilustraciones, la inclusión de elementos gráficos para sumar información e ideas, el seguir trabajando un proyecto editorial, y el objetivo: poder compartir las trayectorias y experiencias de algunos de los graduados y graduadas para dar cuenta de algunas de las oportunidades que se ofrecen (o que se pueden crear) en el campo laboral.

Esta vez, el foco estuvo en que el diseño y el texto eran componentes igualmente importantes en el desarrollo de este libro. Cuando comenzamos las entrevistas para nuestra tesina, fuimos con preguntas que nos sirvieron como guía y no como limitación, dejando que el diálogo nos llevara por la trayectoria de los profesionales.

Otra cosa que cambió en el proyecto fue la división de los capítulos. Originalmente, estaba separado en secciones, de acuerdo al ámbito profesional donde se situaban los entrevistados. Esta clasificación se volvió insuficiente y limitante. ¿Cómo categorizar a profesionales que pasaron por tantos lugares en sus trayectorias? ¿Dónde se clasifican los que realizan un trabajo para el que no se nombra el puesto? ¿Y a los que realizan más de un trabajo a la vez?

Durante Gráfica II pusimos el acento en el soporte gráfico, en el Taller trabajamos el valor del contenido, y en la etapa de comenzar con la producción pudimos poner en valor la conjunción de las dos cosas.

Qué pensamos como marco teórico

Una de las autoras que más recuperamos al momento de pensar el libro, y la forma de abordar las entrevistas, fue Leonor Arfuch (2002) que plantea que los métodos biográficos delinean una cartografía de la trayectoria individual, “siempre en búsqueda de sus acentos colectivos” (p. 17). En este sentido, la recopilación de relatos busca recuperar las

singularidades de las trayectorias de los graduados, a la vez que encontrar estos acentos colectivos, la base que comparten las personas que se formaron en la UNR y las maneras en que se apropiaron de los mismos abordajes teóricos. Asimismo, la autora reconoce una valoración de los “microrrelatos” privilegiando la pluralidad de voces, desplazándose de un punto de vista omnisciente y único.

Otro aporte de la autora que contemplamos para pensar los recorridos de los graduados y graduadas en Comunicación Social es el rol de las personas a las que se realizan entrevistas biográficas, entendiendo al otro no como un caso, sino como un personaje cuya narrativa nos habilita a pensar la realidad actual. Arfuch (2002) plantea que:

Quizá, lo más importante sea la consideración del otro no ya simplemente como un “caso”, por más “arquetípico” que pueda resultar, o como un “informante” por más que su aporte sea “clave” para la materia que se pretende estudiar, sino como un interlocutor, un personaje, cuya narrativa pueda aportar, en un universo de voces confrontadas, a la inteligibilidad de lo social. Un personaje cuya historia, cuya experiencia y cuya memoria interesan por alguna circunstancia, en el marco de un corpus o terreno, más allá de un simple subjetivismo psicologista (p. 201).

Concibe a las entrevistas como un producto de autoría conjunta, dadas para la creación de un producto otro. En este sentido, entendemos a nuestro libro como ese “producto otro” compuesto por la recopilación de microrrelatos de personajes con experiencias y memorias que habilitan a conocer y comprender el campo laboral de los comunicadores sociales por medio del entrelazamiento y confrontación de sus voces.

Otro autor que nos ayudó a pensar la realización del libro fue Umberto Eco (2013) con el concepto de lector modelo. Esta idea fue fundamental al momento de escribir los relatos, pensando en el tono, qué conceptos e ideas incluimos, cuánto asumimos que nuestro lector conoce. Pensamos que el libro, al estar constituido por intereses y conceptos vinculados a las trayectorias de graduados y graduadas de la Lic. en Comunicación Social, tiene por lector modelo a un otro capaz de interpretar las experiencias plasmadas, sentirse identificado y atraído por el contenido. Esto nos habilitó a escribir los relatos pensando en esta enciclopedia en común.

Un último autor que tuvimos en cuenta al momento de seleccionar a los entrevistados, pensando en buscar por fuera de los profesionales conocidos durante la cursada de la carrera, fue Michel Foucault (1978) con la idea de genealogía. Tomamos este concepto para pensar en el gesto genealógico de buscar experiencias individuales, experiencias que para las propias personas quizás no son tan interesantes o trascendentes. Partiendo de esta concepción, que también es retomada por Arfuch en la noción de búsqueda genealógica, entendemos a la producción como el gesto genealógico de recuperar otros saberes

y relatos. Si bien es una recopilación de algunas experiencias, no es exhaustiva ni única. Es un recorte, que seguirá modificándose y expandiéndose sin alcanzar una conclusión definitiva.

Datos cuantitativos

Comenzamos a cursar en 2020. Desde ese momento, y hasta 2023, se graduaron 315 personas de la Lic. en Comunicación Social. Estudiamos con el plan de estudios 2001. La carrera, fundada en 1976, tuvo ese primer plan de estudios, un segundo en 1986, y un tercero en 1996.

En cada plan de estudios, se cambiaron las materias (o sus nombres), la descripción del perfil profesional y la condición de cómo recibirse (con la totalidad de las materias aprobadas o con un trabajo final integrador - tesina). Desde 2001, el plan de la carrera establece que el perfil de un comunicador es:

“(...) un graduado universitario con conocimientos teórico-metodológicos específicos para intervenir en distintas prácticas profesionales y académicas inscriptas en el campo de la comunicación social.

Estos conocimientos se centran, por un lado, en la com-

prensión epistemológica de las distintas perspectivas teóricas desde las que pueden abordarse los fenómenos comunicacionales y de las principales teorías que explican el funcionamiento de la sociedad en su conjunto. Por otro lado, también incluyen saberes específicos referidos a los diferentes lenguajes, soportes y tecnologías de comunicación.

A su vez, el graduado en Comunicación Social cuenta con competencias para la producción de materiales de comunicación específicos en diferentes soportes. Es un profesional capaz de diseñar una acción de comunicación integrando todo el proceso, desde la idea a la realización, en función de un objetivo; usando los saberes teóricos como herramientas de trabajo profesional.

La capacitación del graduado en Comunicación Social, se inscribe en el marco de un desempeño responsable de su profesión que, basado en un fuerte compromiso ético con la comunidad, tiende a la transformación crítica de la sociedad”.

Esta descripción busca ser amplia, abarcativa y demostrar las capacidades aprendidas durante la carrera.

Hay una gran cantidad de datos cuantitativos acerca de las y los graduados de la carrera. Por ejemplo, Amatta, Viceconte y Zanón (2023) presentaron en la ponencia de REDCOM 2023 un relevamiento del que participaron 142 comunicadores a los tres años de graduarse. El trabajo se tituló “Imaginarios y expectativas laborales de graduados de comunicación social”, y determinó que el 52% de los encuestados tiene más de un trabajo, el 58% en el sector privado, el 48% como freelancers, y un 32% en el sector público.

En cambio, los datos cualitativos, en especial referente a las posibilidades laborales, y los lugares donde los y las comunicadoras sociales se desarrollan profesionalmente, no fueron muy abordados. Uno de los antecedentes que buscó relevar perfiles, necesidades y prácticas de los profesionales de la comunicación fue la tesina de grado “Los nuevos ejercicios de la profesión del comunicador social en el escenario actual” de Marina Berman y María de la Paz Semilla (2017). Las autoras son pioneras en relevar información sobre el perfil y las prácticas de un profesional de la comunicación social, con el fin de construir un espacio de interconsulta web, donde los usuarios puedan vincularse para intercambiar información y experiencias (Berman y Semilla, 2017).

Además, el año 2024 estuvo marcado por el cumplimiento de los cincuenta años de la carrera. Por esto se generaron varios materiales y proyectos que buscaron recordar y dejar marcas sobre lo vivido a lo largo de este período de tiempo. Por ejemplo, el podcast

Contamos con vos. Un relato colectivo por los 50 años de la carrera de Comunicación Social, o la producción audiovisual de Unicanal Los Diacrónicos, exploran las experiencias de estudiantes y graduados.

Otro trabajo destacable es de la Asociación de Graduados en Comunicación Social, con su presidenta Gisela Manna, que realiza encuentros con egresados de la carrera, relevando los lugares, las áreas, y las formas de trabajo actuales de los comunicadores. En estos encuentros asisten estudiantes de la carrera para conocer de primera mano experiencias de profesionales en el campo.

A quiénes entrevistamos

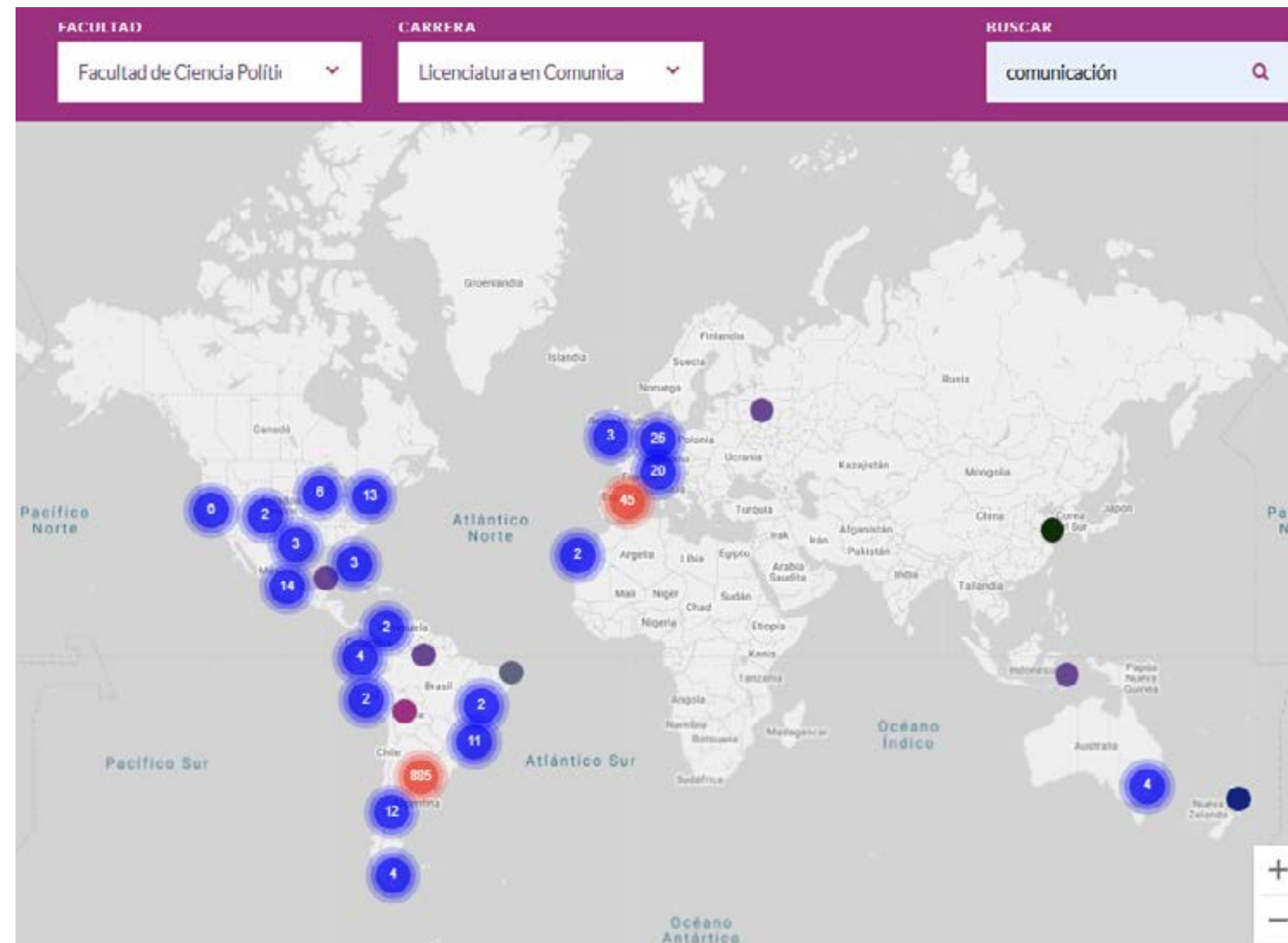
El criterio para la selección de graduados fue que:

- Sean egresados de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario.
- Tengan más de cinco años de experiencia laboral relacionada al campo.
- Se debe identificar como comunicador en su profesión, aunque haya realizado otros estudios.
- No se repita su trabajo con el de otro entrevistado.
- Podría ser cualquier otro comunicador, no queremos nombres conocidos, sino trayectorias posibles.

Proceso de selección de los entrevistados

Utilizamos como punto de partida el mapa de graduados de la universidad, donde cada graduado de la UNR puede cargar su perfil profesional. Este gesto de inscribirse de manera voluntaria ya era una buena señal para nuestro trabajo.

Así se ve el mapa



Maria Julieta Cuneo

LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Licenciada en Comunicación Social | Project Manager | Estrategia & Gestión de Proyectos Soy Licenciada en Comunicación Social con experiencia en coordinación de equipos y gestión integral de proyectos en diferentes ámbitos. A lo largo de mi [...]

VER PERFIL



Victoria Luisetti

PSICOLOGÍA

Soy psicóloga, formada en la Universidad Nacional de Rosario, donde también fui ayudante de cátedra en la materia Evaluación y Psicodiagnóstico durante dos años. Esa experiencia me permitió acompañar a estudiantes en sus producciones teórica [...]

Este proceso lo empezamos en abril, y si bien había filtros para buscar por carrera no funcionaban, por lo que buscamos la palabra “comunicación” y fuimos recopilando todos los perfiles de graduados en una hoja de cálculo. Además de sistematizar los datos que ellos compartían (nombre, cargo, lugar de trabajo, lugar de residencia y biografía), sumamos su género (nos interesaba lograr un número representativo de la carrera, donde alrededor del 70% son graduadas y el 30% graduados de acuerdo a los últimos anuarios estadísticos de la UNR), sus años de ingreso/egreso y alguna vía de contacto.

En un evento conocimos a uno de los creadores, se organizó con el equipo y lo arreglaron. Ya funciona con normalidad

Nombre	Género	Cargo	Lugar de trabajo	Lugar de residencia	Año de ingreso/egreso	Tenemos algún contacto? (mail, linkedin)	Biografía
Marina Alonso	F	Área de comunicación de las ciencias	Centro de Investigación y Producción de Reactivos Biológicos (CIPReB) - Facultad de Ciencias Médicas UNR.	Rosario, Argentina	2012-2019	https://www.linkedin.com/in/marina-alonso/?originalSubdomain=ar	Me desempeño en el área de la comunicación de las ciencias, coordinando y desarrollando web sobre vacunación. Tengo experiencia en planificación de la comunicación estratégica organizaciones, confección de planes de social media, cámara, producción y edición audio. Interesa la comunicación institucional así como las políticas públicas ligadas a la comunicación, la salud y/o el género.
Emilse Donamaria	F	Responsable de Marketing	Fulcrum SRI.	Rosario, Argentina	2004-2010	https://www.linkedin.com/in/emilse-donamaria/?originalSubdomain=ar	Licenciada en Comunicación Social y Especialista en Marketing y Comercialización (Univ. de Rosario). Desde 2014 me desempeño como Responsable de Marketing en Fulcrum SRI exclusivo de Mettler Toledo para su línea de pesaje industrial. Entre mis funciones se encuentran: planificación y desarrollo de estrategias comerciales para el área de ventas de productos marketing de servicio con diseño e implementación de nuevos productos; capacitación al personal de ventas de producto y servicio en el uso del CRM; desarrollo, control y seguimiento de KPI's; cuantificar las acciones comerciales implementadas; diseño y toma de decisión en procesos de generación, seguimiento y nutrición de leads; planificación de campañas de e-mail marketing; tendencias de mercado; gestión y mantenimiento de imagen de marca. Adicionalmente, comencé a trabajar para Precisor SAS, empresa ubicada en Colombia, Bogotá, dedicada a la comercialización de pesaje industrial. Mi función para con la compañía es asesorar al área de procedimientos para la generación y seguimiento de leads, KPI's para la medición y control de Marketing y Comercial, y entrenamiento en CRM y posicionamiento SEO.
Marcela Bartoli	F	Docente	Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Psicología y Relaciones Humanas	Rosario, Argentina		https://www.facebook.com/marcela.bartoli/ (investigar más si encuentro perfil docente en la uai)	Licenciada en Comunicación Social, Orientación Periodismo (1985), Psicóloga (1995) y Profesora universitaria en Comunicación Social (2010), por la Universidad Nacional de Rosario; Especialista en Nivel Superior en Educación y TIC (2016), por el Instituto Nacional de Formación Docente del Ministerio de Educación y Deportes de la Nación. Me dedico a la docencia universitaria de educación superior desde 2001 en las áreas comunicación y psicología y en la capacitación de docentes y con la educación. En el ámbito universitario me desempeñé como docente co-facilitador de residentes y practicantes, como jurado de concursos docentes por el claustro graduado y tesis de grado, en el ámbito de la educación provincial, como miembro de tribunal de oposición, ocupaciones, enseñanza Semiólogía y Comunicación Humana a futuros psicólogos, Comunicación a futuros docentes y dicto el curso abierto a la comunidad "Comunicación problemática en el ámbito laboral", centrado en la temática del mobbing, a través del Campus Virtual de la UNR.
Matías Manna	M	entrenador asistente en la Selección de Fútbol de Argentina	Selección de Fútbol de Argentina	Buenos Aires, Argentina		https://www.instagram.com/mannamatias/?hl=es	Licenciado en Comunicación Social (Universidad Nacional de Rosario) y Especialista en Comunicación Digital Interactiva por la misma universidad. Egresado en el año 2011, se ha desempeñado como blogger y escritor. Actualmente trabajando como entrenador asistente en la Selección de Fútbol de Argentina.
Dardo Ceballos	M	Director de Gobierno Abierto en la Provincia de Santa Fe (Creador de SANTALAB*)	Gobierno de la Provincia de Santa Fe.	Rosario, Argentina	1997-2003	https://www.linkedin.com/company/dardoceballos/	Licenciado en Comunicación Social (Universidad Nacional de Rosario), Hacktivista. Estratega de Innovación Pública. Director de Gobierno Abierto en la Provincia de Santa Fe, donde creó el primer Laboratorio de Innovación Ciudadana de Argentina.
Eugenia Urrere	F	directora de la Asociación Civil Latinoamerica Habla. Redactora	Asociación Civil Latinoamerica Habla	Rosario, Argentina	2012 (única fecha que dice, imagino que será de ingreso)	https://www.linkedin.com/in/eugenia-urrere/?locale=es_ES	Actualmente directora de la Asociación Civil Latinoamerica Habla y responsable de comunicación del Colegio de Prof. de Trabajo Social. Fui Coordinadora en OSC Acción Colectiva y Comunitaria freelance. Fui coordinadora de Comunicación en BananaDesk Software + PMS (EEUU) y freelance para Donweb.

Una vez sistematizado todo, cada una fue leyendo sus biografías y marcando con color si le parecía interesante para el libro. Cuando las tres los marcamos era un sí directo, si eran dos lo charlamos y si solo una lo marcaba tenía que defender la selección. Volvimos a armar una tabla en la hoja de cálculo, esta vez con los seleccionados.

Nombre:	Área:	Género:	Residencia:	#	Contacto	Ejes:		
Marina Alonso	Ciencias	F				Marketing:		2
Matías Manina	Deporte	M				Gestión pública:		3
Laura Amelong	Comunicación interna	F				Deporte:		1
Lucia Villafane	Gestión pública	F	México		52 1 55 4762 8626 Lucia.villafane@gmail.com	Ciencias:		1
Dardo Ceballos	Gestión pública	M	Uruguay		54 9 3413 98-3570 dardoceballos@gmail.com	Locución:		1
Emilse Donamaria	Marketing	F				Audiovisual:		1
Eugenia Urrere	Periodismo	F				Editorial:		2
Gustavo Bracco	Audiovisual	M				Comunicación interna		2
Constanza Simioni	Editorial	F	Barcelona			Investigación:		1
Erica Vespa	Editorial	F				Redes		0
Mariana Patricia Busso	Investigación	F				Producción audiovisual		0
Fernando Avilés	Periodismo	M	Moscú		49 176 8643530	Producción de moda		0
Lucia Fernández Civico	Locución	F			54 9 3415 76-6938	Periodismo:		3
Gabriela Tallarico	Comunicación interna	F				CEO:		0
Juan Roberto Mascardi	Periodismo	M			54 9 3416 49 4633 mascardi@gmail.com	Gráfica:		1
Gabriela Giorgio	Marketing	F				Total:		18
Luis Callegari	Gráfica	M	Canada		1 (503) 522-7140			
Agostina Nicoletti	Gestión pública	F				Género:		Porcentaje:
Sofía Schoo Lastra	Medios	F			341 6130978	Femenino	13	72.2%
Sofía López King	Freelance?					Masculino	6	33.3%
						Total:		105.5%

En el mapa abundaban las trayectorias relacionadas a recursos humanos, marketing y comunicación interna, por lo que decidimos ver qué ejes teníamos cubiertos, qué otros conocíamos y a quienes podíamos sumar al libro para mostrar mayor variedad. Con 20 personas en lista, empezamos a recopilar contactos.

Los entrevistados

Con las personas ya decididas, empezamos a ponernos en contacto. Del mapa de graduados concretamos entrevistas con nueve personas.

La primera fue con Lucía Fernández Cívico, porque consideramos que al ser profesora de la facultad, y conocerla previamente, la entrevista iba ser más amena y nos iba a dar la posibilidad de tener alguna devolución en caso de ser necesaria.

Seguimos con Lucía Villafañe, que la realizamos por medio de videollamada porque actualmente vive en Ciudad de México. La primera entrevista virtual también estaba cargada de dudas: no sabíamos qué tan difícil sería coordinar considerando una diferencia horaria, cómo sería una entrevista donde las cuatro personas presentes estaban en espacios diferentes, si iba a tener la misma dinámica que ya habíamos encontrado en la primera entrevista.

Coordinamos con Dardo Ceballos casi dos semanas después de esa última entrevista, aprovechando que iba a estar en Rosario algunos días antes de volver a Uruguay, su actual lugar de residencia, para poder encontrarnos de forma presencial.

Las entrevistas con Juan Mascardi, Gabriela Tallarico y Gabriela Giorgio compartieron el contexto: una cafetería, encuentros presenciales en los que por primera vez no pudimos estar las tres presentes, y una mayor soltura, porque ya entendíamos de qué formas era mejor abordarlas. Las dos Gabrielas, además de compartir nombre, no formaban parte del mapa de graduados. Tallarico vino con recomendación doble, de Coti que la conoce porque trabajó con su papá desde que ambos se graduaron, y de Andrea Calamari quien la conoce como amiga y colega. A Giorgio la escuchamos en una charla sobre Marketing en el Congreso sobre Democracia de 2024; Sofi le pidió su número cuando terminó, porque ya sabíamos que tenía que formar parte del libro.

Fuimos al lugar de trabajo de Sofía Schoo Lastra cuando nos invitó a la parte de atrás de su local para conversar. Ese mismo día salimos de la entrevista para meternos a otra: de nuevo de forma virtual, esta vez a Luis Callegari, que actualmente está en Vancouver.

A Sofía López King no la conocíamos por el mapa de graduados, sino por la misma facultad. Su tesina de producción “Artes de Hacer” es uno de los ejemplos que se dan en la carrera de las posibilidades que hay al momento de producir una tesina. La escuchamos hablar en el Taller de Lectura y Escritura, y decidimos que queríamos su voz en nuestro libro. Nos encontramos en un bar que ella eligió, y del que nos contó que usó mucho para escribir.

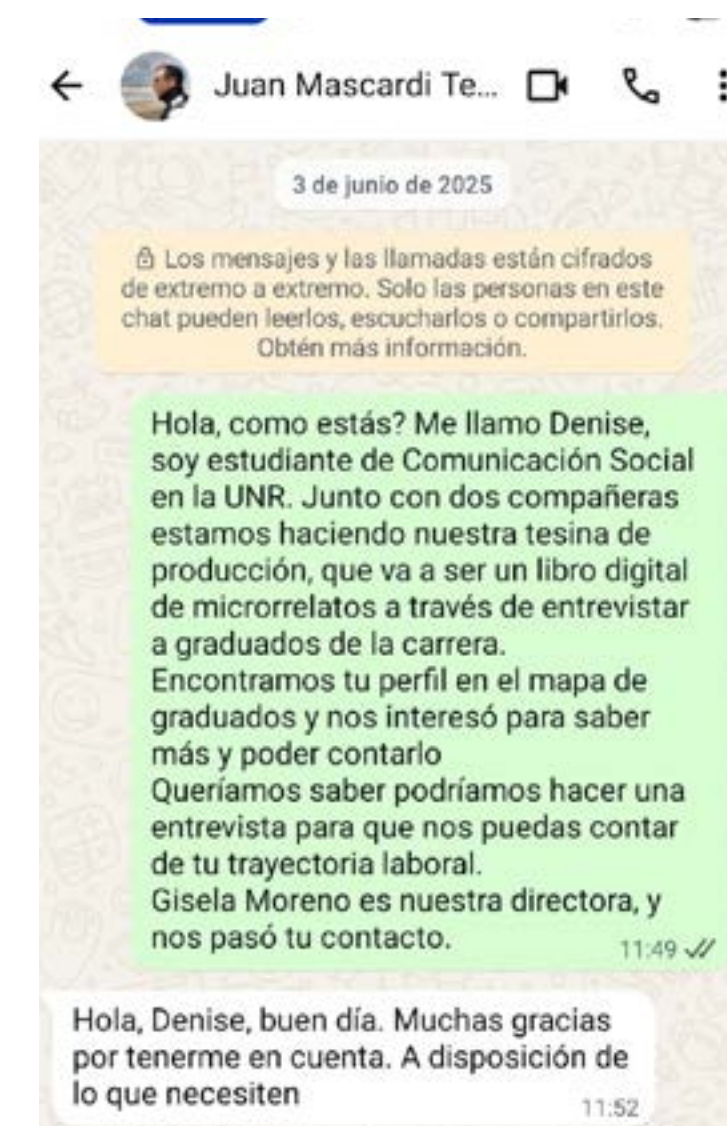
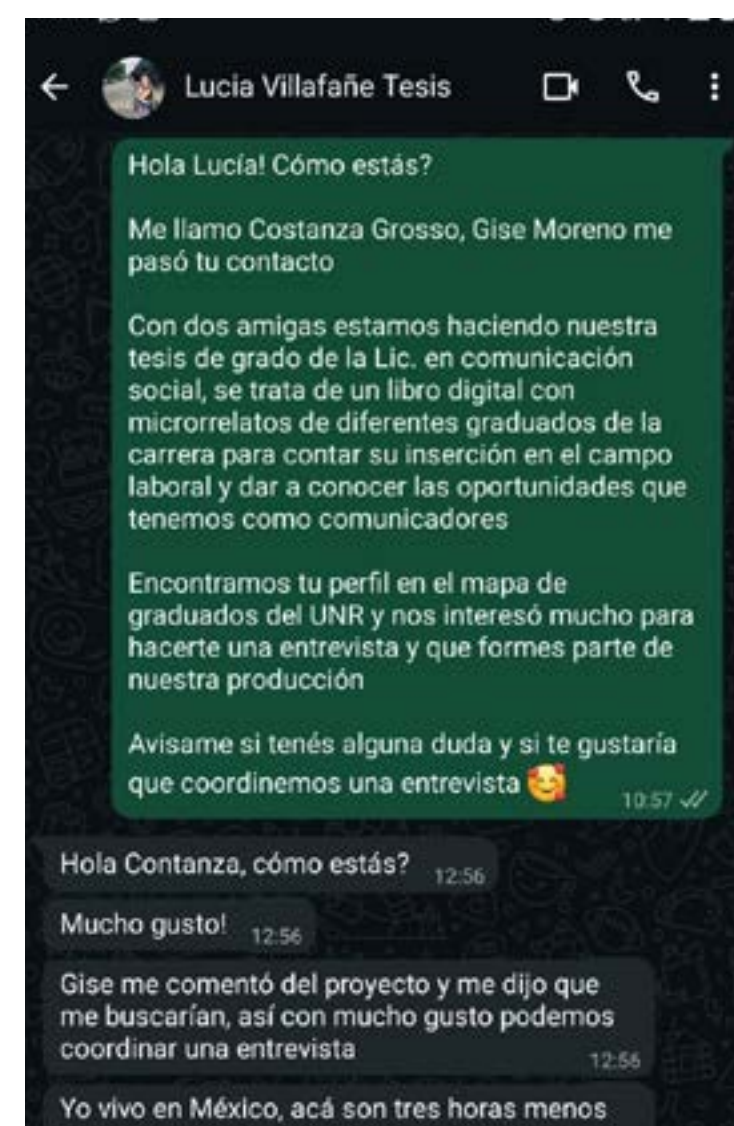
Volviendo al mapa de graduados, todavía quedaban entrevistas pendientes. Coordinamos una videollamada entre Rosario y Barcelona para conversar con Constanza Simioni.

Tuvimos un encuentro con Mariana Busso en un bar, el lugar predeterminado para todas las entrevistas. Aprovechamos que Matías Manna estaba unos días en Rosario para conversar con él, y nos recibió en su departamento.

El contacto de Alejandro Coscarelli lo conseguimos por nuestra directora, que nos lo recomendó por su trabajo, que además no compartía con ningún entrevistado anterior.

La última entrevista fue con Celeste Sánchez. La conocíamos por la marca de ropa que fundó, Bicha, y porque Coti ya la había entrevistado para su trabajo, y todavía guardaba el contacto.

Así, casi cuatro meses después de empezar, terminamos de realizar las entrevistas.



¿Qué preguntamos?

Decidimos hacer entrevistas semi-estructuradas, con preguntas en común para todos los entrevistados pero abiertas a que fluya la conversación, pudiendo agregar más información y destacando las particularidades de cada uno.

Comenzamos con una presentación, pidiendo datos personales:

- Nombre
- Fecha de nacimiento
- Lugar de nacimiento
- ¿Dónde vivís actualmente?
- ¿En qué año te recibiste?

Una pregunta puente:

- ¿Cómo definirías brevemente tu perfil profesional (como si fuese la bio de linkedin)?

Para así meternos en su desarrollo laboral actual:

- ¿Dónde trabajas? ¿Cómo se llama tu puesto o cómo nombras tu trabajo? ¿Está definido institucionalmente por tu lugar de trabajo?
- ¿Qué tareas desarrollas en tu trabajo? ¿Con quién/es trabajas? (profesiones/roles)
- ¿Qué mirada / aporte específico le da tu formación como comunicador/a a tu puesto de trabajo? ¿Qué capacidades adquiridas como comunicador/a te permiten desarrollar tu trabajo en el día a día?

NOS sorprendió
que la mayoría
no lo recordaba



- ¿Cuándo y cómo supiste que existía este trabajo que desempeñas?

Y también su trayectoria y formación:

- ¿Cuál fue el primer contacto con este puesto laboral actual?
- ¿Hace cuánto ocupas tu puesto actual?
- ¿Qué experiencias previas te ayudaron a conseguir o desarrollarte en este puesto?
- ¿Hiciste alguna otra carrera/formación para realizar las tareas de tu puesto actual?

Para finalizar hacíamos lo que llamamos “bonus”:

- ¿Qué consejo le darías a un/a estudiante de la Lic. en Comunicación Social?
- ¿Qué es ser comunicador/a para vos?

Fueron las que
más silencio
causaron antes
de responder

El momento de encontrarse

Teníamos en mente que las entrevistas duren aproximadamente una hora, que podamos asistir mínimo dos de nosotras, que de ser posible sea presencial y que grabemos el audio.

La primera entrevistada fue Lucía Fernández Cívico, y funcionó como un ensayo de las siguientes. Grabamos la charla con micrófono corbatero y también con otro celular, para tener el respaldo de audio. Nos guiamos bastante de las preguntas impresas en papel, que a medida que avanzamos fuimos olvidando.

Las entrevistas virtuales fueron tres (Lucía Villafañe, Luis Callegari y Constanza Simeoni). Esta modalidad fue más desafiante, porque había que coordinar las cuatro agendas con horas de diferencia, desde Barcelona hasta la Costa Oeste de Canadá. Y también porque la falta de estar en el mismo espacio físico entorpecía la coordinación de entender quién seguía hablando o preguntando. Las entrevistas presenciales fueron en cafeterías en su mayoría, aunque también conocimos los espacios de trabajo de algunos entrevistados. Lucía Fernández Cívico nos abrió las puertas de Nexo, el centro cultural donde trabaja. Con Sofía Schoo Lastra conversamos en la parte de atrás del negocio de su mamá. Celeste Sánchez nos contó su historia en las oficinas de Bicha.

Las cafeterías eran una buena opción por la distensión de tomar algo, la facilidad de encontrar un punto cercano a todos para ir. Sin embargo, había que tener en consideración la música y las máquinas de café, que interrumpían en el relato (por suerte no en el sonido captado por los micrófonos corbateros que usamos). Visitamos La Favorita con Dardo Ceballos, Chica Kitchen con Gabriela Giorgio, Post Café con Gabriela Tallarico, Mercado del Patio con Sofía López King, Masse con Mariana Busso, La Culpa con Juan Mascardi, Growler con Alejandro Coscarelli. Conocimos también la casa de uno. Matías Manna nos recibió con alfajorcitos y conitos de dulce de leche, nos contó su trayectoria mientras Julia nos cebaba mate y su perro Angel nos acompañaba.

Cada semana hacíamos una entrevista, o de ser posible dos. Un día salimos del local de Sofía Schoo Lastra y volvimos a nuestras casas para conectarnos a una videollamada

con Luis Callegari. Realizamos el total de las entrevistas entre los meses de mayo y agosto, y Celeste Sánchez fue nuestra última entrevistada.

Así se veía nuestro calendario compartido desde mayo hasta agosto, donde planificábamos las entrevistas

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
entrevista Mariana 16:30 hs Lagos 2686				Entrevista Matías Manna 17h		
11	12	13	14	15	16	17
Entrevista Alejandro Coscarelli 19 h Bar Matilda (Alvear 1670)						
18	19	20	21	22	23	24
		Entrevista Celeste Sánchez (Bicha) Miércoles 16:00 hs (Córdoba 951)		Reunión directores 17 hs centro		
25	26	27	28	29	30	31

La experiencia de entrevistar

Todo salió mejor de lo que esperábamos. Siempre.

Imaginamos varios “no”, problemas de coordinación, agendas que tendrían un hueco dentro de dos meses, personas reservadas, cuestionamientos.

En cambio, a todos los que les preguntamos nos dijeron que sí, coordinaron sus horarios valorando su tiempo igual que el nuestro, se entusiasmaron al recordar su historia y después de contarnos anécdotas maravillosas, nos decían cosas como “bueno, no es mucho, pero espero les sirva”.

Nos preguntaron por el proyecto y por nosotras, nos ayudaron cada vez que les pedimos algo, se pusieron a disposición para futuras preguntas, e incluso algunos nos tuvieron en cuenta para recomendarnos a proyectos y trabajos.

Creemos que esa actitud es propia de ser comunicadores. No estamos seguras de que en todos los ámbitos los profesionales sean tan generosos con su tiempo, conocimientos e historias.

En varias entrevistas surgieron uniones que ellos mismos no habían notado antes. Y es que: ¿en cuántas ocasiones un profesional se pone a recordar desde el momento que eligió estudiar la carrera hasta su actualidad?

Por ejemplo, Celeste Sánchez al principio nos dijo que su tesina no tenía nada que ver con su trabajo ni con su trayectoria en la carrera. Cuando la entrevista continuó, nos

contó que dejó la carrera en los primeros años y decidió volver cuando en unas vacaciones en Chile entró a un museo y pensó: “yo quiero ser capaz de hacer esto”. Su tesina fue una intervención profesional en el Museo de la Ciudad, donde unas semanas después de nuestro encuentro hizo un evento junto a su marca de ropa.

Otro fue con Gabriela Tallarico, coordinadora del área de AgTech del INTA. Gabriela tenía bastante incertidumbre sobre su futuro laboral, sobre qué iba a hacer a sus 55 años si se quedaba sin trabajo. A lo largo de la entrevista nos contó cómo se reinventó siempre, su trabajo en Argentina, sus trabajos en España, sus trabajos de vuelta en Argentina cuando volvió a los más de 30 años con un marido, un hijo y ningún contrato. Se dio cuenta en ese recorrido de su capacidad de adaptarse, de resolver, crecer y crear.

¿Qué hacemos con esto?

Teníamos más de 21 horas de entrevista y poca idea de cómo volcar eso en el libro. Decidimos que cada una iba a comenzar a escribir a partir de la misma entrevista con la condición de en una semana encontrarnos, leer qué escribimos y con eso entender de qué manera íbamos a escribir los perfiles.

Buscamos diferentes formas de desgrabar y terminamos usando Notebook LM y Pinpoint, ambas IA de Google. Algunas entrevistas tenían una extensión de 12 páginas, otras superaban las 25.

Al encontrarnos, comparamos nuestras versiones del texto, identificando qué tono, estilo y tipo de narración se adecuaba mejor al proyecto. No queríamos relatos que sigan un estilo noticioso, enumerando acciones y logros de las personas, una aburrida fórmula repetida 14 veces.

Pensando en Umberto Eco, definimos a nuestro “lector modelo” como interesados en estudiar la licenciatura o en estudiantes ya avanzados que no conocen la salida laboral de los comunicadores sociales. Este libro es para ellos, y en ellos teníamos que pensar escribiendo los relatos.

Sabíamos que no queríamos enaltecer a nadie, no queríamos nombres mayúsculos ni trayectorias inalcanzables. De la mejor manera posible, cada entrevistado podría ser reemplazado. No nos interesaba su individualidad, sino su forma de ejercer la profesión, igual que tantos otros. Con eso en mente, buscamos formas llamativas de empezar los relatos. Resaltar formas de ser, pensamientos y acciones que van por fuera de lo profesional porque sus vidas no son solo ser licenciados. Quisimos reflejar personas que tuvieron oportunidades similares a las nuestras, y que con eso pudieron crear su presente.

Para no perder esta intención, armamos un manual de estilo propio donde además de definir la forma de construir el perfil, tuvimos en cuenta qué hacer con las siglas, las palabras en otro idioma y dónde se sitúa el relato. Esto nos permite construir un universo compartido, donde no solo cada perfil representa a una persona diferente, sino que también participamos las tres en la escritura.

Usamos muchos recursos literarios, y no citamos de la forma en que los manuales dicen que hay que citar. Y por ahora no nos importa. Creemos en una escritura lúdica, poco atada a reglas. Cada relato tiene su propia estructura, hecha a medida para lo que pedía esa historia. Esta forma nos permitió a cada una experimentar nuestra voz narrativa y que a la vez concuerde con el universo planteado en el libro.

Donde la gráfica y la escritura se unen

Este libro es digital. No es un libro digitalizado. Tuvimos en mente eso en todo el proceso. Por eso nos aprovechamos de los bordes y de los hipervínculos.

La propuesta de lectura no es lineal, cada lector puede entrar por la parte del libro que desee. La introducción, el primer relato o el número seis. Todas las opciones son posibles porque dentro de la totalidad del libro hay unidades que valen por sí mismas. Por eso nos ocupamos de que cada vez que un comunicador nombra algún sitio web, un diseño o un video, esté puesto el enlace para poder ir a verlo. La idea es que cada lector, con sus intereses, pueda ampliar este libro y seguir navegando para conocer más.

Encontramos en los márgenes una forma de hacernos presentes, comentando nuestro propio texto para ampliar la escritura, el tono, y ser más cercanas al lector. De esta manera, hay un doble nosotros en el libro. Hay un nosotros inclusivo que representa al

“nosotros los comunicadores sociales”, pero también se construye un nosotros exclusivo, somos “nosotras las escritoras de este relato”.

Manual de escritura

- No nos interesa la persona, quien entrevistamos podría ser cualquier otro graduado. Pero es único, tiene algo especial, sin endiosarlo resaltemos sus cualidades. Pensemos qué quiere saber alguien que desconoce sus salidas laborales.
- No es necesario poner el consejo del entrevistado/a de manera directa para entender, con leer el camino de alguien se puede intuir qué hacer.
- Las malas experiencias también son formas de aprender.
- No queremos contar todo en un solo relato, capaz alguien aporta el camino y otro amplía más sobre qué es lo que hace en su día a día. No son relatos aislados, están acompañados y forman un todo. Confiemos en nuestra producción.
- Utilizamos la primera persona del plural. Nosotros los comunicadores o estudiantes de Comunicación Social, puede aparecer un nosotras las entrevistadoras.
- Acá es Rosario, acá es Argentina.
- Usamos citas directas e indirectas. Para citar “”.
- Las palabras en otro idioma se escriben en itálica.
- Si un lugar o concepto conocido se puede poner en siglas, se escribe con siglas. Si no

es muy conocido o no se entiende, pero no suma al relato escribirlo completo, se colocan las siglas y un hipervínculo. Por ejemplo, si no suma escribir Facultad de Ciencias Exactas, Ingeniería y Agrimensura, ponemos FCIA y un hipervínculo.

- Para definiciones propias o comentarios usamos flechas. Por ejemplo, Foucault→ El autor que cada comunicador debe nombrar para mantener su título.
- Llamamos a los entrevistados por su nombre, porque produce mayor cercanía.

Libro digital, no digitalizado

Elegimos el soporte digital pensando tanto en el momento de producción como de circulación. Permite en primera instancia pensar un desarrollo de material extenso (sin las delimitaciones económicas de caracteres y cantidad de hojas que implica una impresión) y la inclusión de materiales visuales y colores (los cuales en otra instancia son limitados por el presupuesto). Al momento de la circulación, el acceso gratuito al mismo y la simpleza de la difusión permite una democratización del texto. Además, actualmente a gran parte de la bibliografía de la carrera, así como las lecturas propuestas en general, se puede acceder en un formato digital, permitiendo una mayor accesibilidad. Otra de las posibilidades que da el formato digital es la inclusión de hipervínculos que permite agregar información que complementan los relatos.

Proceso de diseño gráfico y maquetación del libro

Al plantearlo como un libro digital desde el principio, el diseño se pensó para una lectura cómoda en pantallas, por lo que usamos el formato horizontal estándar de pantallas de relación 16:9, para que pudiera leerse en un monitor de corrido. Realizamos el diseño y maquetación del libro en Adobe InDesign, programa orientado al diseño editorial.

A pesar del soporte digital buscamos recuperar a través del diseño y las ilustraciones las texturas y visualidades propias de lo analógico, y de los usos que se le dan a los textos en el contexto de la universidad, como la inclusión de anotaciones en los márgenes a mano, el dibujo de flechas, subrayados con lapiceras, resaltadores. Buscamos que se asemejara a un apunte, una herramienta propia de la cursada por la carrera.

El libro está dividido en 14 capítulos por cada uno de los relatos. Las divisiones son hechas con portadas que usan un color principal para el fondo y uno secundario para los elementos que después se replican a lo largo del texto. Buscamos tener una división visual clara al inicio y final de cada relato, a la vez que construir una identidad de cada uno a través de los colores, las ilustraciones, el título, y una breve biografía de las personas que entrevistamos como introducción. Además de dividir, también contextualizan cada relato, dando la posibilidad al lector de saber qué va a encontrar antes de comenzar a leer. Para mantener la continuidad en las páginas de un mismo capítulo, incluimos una columna del

color principal en el margen derecho. Limitamos una paleta de catorce colores, reutilizando el color principal y secundario en forma inversa en las diferentes portadas.

LUCÍA VILFAÑE	GABRIELA GIORGO
MATIAS MANNA	ALEJANDRO COSCARELLI
GABRIELA TALLARICO	JUAN MASCARDI
LUCÍA FERNÁNDEZ CÍVICO	LUIS CALLEGARI
SOFÍA LOPEZ KING	CONSTANZA SIMEONI
DARDO CEBALLOS	CELESTE SÁNCHEZ
MARIANA PATRICIA BUSSO	SOFÍA SHOO LASTRA

Hicimos una ilustración principal en la portada, a la vez que una columna compuesta de varios dibujos. Algunos de estos también los replicamos en los márgenes del texto. Las ilustraciones remiten a elementos o ideas que cada entrevistado mencionó, o que nos parecieron relevantes para graficar algunos aspectos de su trayectoria y profesión actual. Por

ejemplo, la portada de Celeste Sánchez tiene como dibujo principal un caballo de calesita, relacionada a una idea de circo y feria que fue una de las colecciones de Bicha. Algunos de los dibujos de la columna son una mariposa y una vaquita de san antonio, en referencia al nombre de la marca; una aguja de coser, por el proceso detrás de la indumentaria; algunas prendas de ropa, como el chaleco o la remera. La portada de Lucía Fernández Cívico tiene un plano del barrio La Sexta, por ser el barrio en el que vive, trabaja, y en el que está la facultad. Los dibujos se relacionan con su trabajo como locutora: micrófonos, ondas de audio, auriculares.

Muchos de los dibujos se hicieron a la vez que escribíamos los relatos. El volver a las entrevistas era lo que hacía que surgieran estas ideas de cómo representar lo que decían de una forma gráfica, cómo condensar conceptos e ideas en dibujos que acompañaran a los relatos. Buscamos tener alrededor de siete dibujos por graduado, priorizando así los elementos que queríamos graficar. Los dibujos también se hicieron digitalmente usando herramientas que remitieran a la textura de los lápices, con muchas de las líneas irregulares para recuperar la idea de boceto e ilustración.

En cuanto a la tipografía, elegimos Montserrat para el cuerpo, por su fácil lectura en textos largos. Para los títulos en las portadas, usamos una combinación de dos tipografías, StoryBook Rough como principal, por asemejarse a la escritura a mano y al estilo de las ilustraciones, y TAN Meringue como letra capital. En los márgenes izquierdos del libro, para agregar más información, ideas o aclaraciones sobre el texto, utilizamos una tipogra-

fía que simula la escritura a mano. En lugar de volver a recurrir a una tipografía preexistente, creamos tres diferentes a partir de la digitalización de nuestra propia letra a mano. Además de mantenerse en el estilo, el usar nuestra letra nos vuelve a introducir en el libro como autoras, y personaliza las anotaciones, remitiendo a nuestra misma experiencia con los apuntes de la facultad. Cada relato utiliza como anotación la letra de su autora. Aunque no estén firmados, mantienen esta marca de producción.

Las palabras de
Virginia Woolf en 1929
siguen vigentes

Para más información
sobre estos conceptos
cursar la Lic. en
Comunicación Social

Tarea que se
complementa con sus
estudios en cine

Otra división entre los capítulos es la inclusión de *collages* digitales. Estos funcionan como un descanso entre las páginas cargadas de texto y también como la única inclusión de imágenes, ya que el resto son ilustraciones. Cada *collage* fue pensado para remitir a la carrera, como incluir fotos de algunos de los autores que se trabajan, o de la misma facultad. Principalmente fueron armados a partir del material que recibimos a través de

encuestas digitales. Una fue para graduados, pidiendo recomendación de libros, fotos de sus libretas para anotar, recuerdos de su graduación. A los estudiantes les pedimos que nos compartan fotos propias de su paso por la cursada, anotaciones, apuntes y notas en la libreta universitaria.

Con el material realizamos siete *collages*, enmaquetados uno cada dos relatos. Solo incluyen imágenes, están hechos a sangre y su título se encuentra en el índice.

Para la portada del libro hicimos una ilustración de las escaleras de la FCPolit. La elección fue difícil por la cantidad de dibujos y colores que forman parte del libro. Este ícono de nuestra casa de estudios, funciona como punto de encuentro entre los entrevistados e identificación de la temática del libro. A su vez, la pintamos con los colores que representan a los entrevistados en sus relatos, logrando una conjugación de todos en el inicio.

Manual de estilo de diseño

Así como armamos un manual de estilo para la escritura, también enumeramos algunas ideas generales para el diseño:

Tipografía

- Una sin serif para las cajas de texto (como Montserrat) (Tamaño 30 aprox)
- Una más dibujada o con onda para los títulos (puede ser combinación de fuentes ya

que queremos una letra capital) (Tamaño 86 aprox).

- Una letra manuscrita.

Color

- Cada portada tiene un color que la distingue, el resto de las páginas son blancas.
- Seleccionar parejas de colores que contrasten, y que no se repitan en los relatos.
- Las páginas de todos los relatos en blanco, el texto en negro y una franja a la derecha del color principal.

Portada

- Cada portada tiene dos colores, uno principal para el fondo y uno secundario para los elementos.
- El texto es blanco, el nombre del entrevistado en color secundario.
- A la izquierda a sangre va un dibujo que representa al entrevistado.
- Casi donde termina el dibujo comienza el título en el margen superior y ocupando dos renglones, con una letra capital.
- Debajo pero a la derecha del título con Montserrat va el nombre del perfil.
- Debajo del nombre una breve descripción que corresponde a los primeros minutos de entrevista.
- A la derecha a sangre una columna formada por dibujos que representan al entrevistado.

De comunicadores para comunicadores

Como mencionamos anteriormente, desde el inicio del proyecto definimos nuestro lector modelo: futuros comunicadores sociales. También exploramos los contextos y situaciones en los que se podría leer este libro. Por eso planteamos su formato digital y horizontal, que pueda viajar junto a sus lectores y acompañarlos en diferentes espacios.

Una vez entregada la tesina, deseamos publicarlo en UNR Editora, en formato PDF de libre acceso, para que quienes deseen leerlo puedan tenerlo fácilmente. Consideramos que esta instancia evaluativa es clave para la continuación del proyecto, siendo la primera devolución del proyecto integral, el cual continuaremos hasta lograr su publicación.

Creemos que este libro funciona como una carta de presentación de la carrera, específicamente de su salida laboral. Permite indagar a través de experiencias individuales posibles trayectorias para los Licenciados y Licenciadas en Comunicación Social.

Por eso, consideramos que su contenido es un material interesante para trabajar en el cursillo de ingreso de la carrera, y para mostrar en la ExpoCarreras de la UNR, ya que permite ahondar en el recorrido profesional de graduados de la Licenciatura. También puede ser un material a abordar durante la cursada, formando parte de la bibliografía en materias como Práctica y Campo Profesional del Comunicador para establecer puntos de partida en el debate y aprendizaje académico.

Además, deseamos presentarlo en congresos y encuentros académicos, como el Congreso Anual de la Red de Carreras de Comunicación de la Argentina (REDCOM), donde el proyecto puede dialogar con experiencias y trayectorias de profesionales formados en otras casas de estudio, indagar puntos en común y re-pensar en comunidad las preguntas planteadas. También nos habilitamos a pensar futuras ediciones de este libro que sirva de mapeo y registro de las diferentes salidas laborales de nuestros egresados en cada época, con el apoyo de la Escuela de Comunicación Social y la Asociación de Graduados.

Por último, consideramos que el proyecto tiene como punto de inicio el libro digital, pero puede trascender el soporte y transformarse en reels de Instagram, episodios de podcast o entrevistas de YouTube, donde se continúe explorando el campo profesional del comunicador social. Donde se mute de un proyecto editorial a un proyecto transmedia.

Algunas reflexiones

Las historias de nuestros graduados y graduadas nos nutren, sus relatos comparten nuestros miedos e inseguridades, nuestras alegrías y esperanzas. Este libro es un regalo de los graduados a los futuros graduados, una invitación a compartir la experiencia que propone este trayecto formativo.

Este libro fue un regalo de parte de los graduados, que nos compartieron su tiempo, sus palabras, sus trayectorias, sus recuerdos. Gracias a esto pudimos poner en juego las

herramientas teóricas y prácticas adquiridas en la carrera. Pudimos jugar con las palabras, como nos enseñaron en Redacción I, Redacción II y en el Taller de lectura y escritura. Pudimos entrevistar a 14 personas con una escucha atenta y sin perder de foco lo que nos interesaba, como aprendimos en Expresión Oral, Producción Radiofónica y Metodología de la Investigación. Gracias a esto reflexionamos, dudamos, deducimos y volvimos a reflexionar sobre conceptos como prácticas profesionales, mapeos, genealogía y cartografías, marcadas por nuestro paso por Perspectivas Sociofilosóficas, Lenguajes III, Institución y Sociedad y tantas otras materias teóricas. Pudimos pensar en un libro digital que no se quedara solo en el contenido escrito, que pudiera estar conectado por medio de hipervínculos a más contenido como los trabajos multimediales que aprendimos en Narrativas Transmedia. Comenzamos a maquetar con una mirada entrenada en Comunicación Visual Gráfica I y II. Escribimos esta relatoría teniendo en cuenta lo aprendido durante el Taller de Tesina.

En esta tesina nos descubrimos como comunicadoras sociales, disfrutando de cada paso, pensando, haciendo y reflexionando. Por eso quisimos indagar y compartir sobre este tema, para que otros puedan leer las palabras de quienes nos precedieron y enriquecerse junto a nosotras de sus experiencias. Para que valoremos y construyamos en conjunto nuestra trayectoria laboral, nuestra carrera y nuestra universidad.

Bibliografía

Arfuch, L. (2002); “El espacio biográfico en las ciencias sociales” Buenos Aires, Argentina, Fondo de Cultura Económica.

Amatta, J. M., Viceconte, C. E., y Zanón, J. F. (2023). “Imaginarios y expectativas laborales de graduados de comunicación social” [Resumen de ponencia]. Trabajo presentado en REDCOM 2023, La Rioja, Argentina. Disponible en: <https://omp.unlar.edu.ar/index.php/eudelar/catalog/book/XXV-Congreso-de-REDCOM-La-Rioja-2023>

Berman M. y Semilla P. (2017); “Los nuevos ejercicios de la profesión del comunicador social en el escenario actual”. Disponible en: <https://rehip.unr.edu.ar/items/3478ddd3-a1fc-4889-9e26-b5e4ff8959c2>

Deleuze, G; Foucault, M (1981) “Un diálogo sobre el poder” en Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones. Alianza Editorial, S. A. Impreso en España.

Dirección General de Estadística Universitaria. Área de Gestión Institucional. Universidad Nacional de Rosario (2012-2023). “Boletín estadístico. Estudiantes en la UNR”.

Eco, U. (2013) “El lector modelo” en Lector in Fabula. Random House Mondadori S.A. Impreso en Buenos Aires.

Foucault, M. (1978) “Nietzsche, la genealogía, la historia” en Microfísica del poder. Ediciones de La Piqueta. Impreso en Edissa.

Foucault, M. (1983) “Nietzsche, la genealogía, la historia” en El discurso del poder. Foliós Ediciones. Luego incluido en Microfísica del poder.

Jiménez, M. S. (2009). Tendencias y hallazgos en los estudios de trayectoria: una opción metodológica para clasificar el desarrollo laboral. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 11.

Universidad Nacional de Rosario (2001). Plan de Estudio de la Licenciatura en Comunicación Social. Recuperado el 10 de mayo del 2025 en: <https://fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/2020/04/Licenciatura-CS-PlanVigente.pdf>

Wainerman, C. y Sautu R. (2001) “La Trastienda de la Investigación”. Ediciones Lumiere. Tercera edición ampliada.