

Novas configurações sociais no mundo do trabalho e os desafios na formação do comunicador

O mercado da comunicação social vem se modificando de forma rápida em função das mudanças sociais que têm ocorrido nos últimos anos, impulsionadas pelas tecnologias e pelas novas configurações sociais que se configuram, também, no trabalho. Estar atento a essas dinâmicas é parte fundamental do trabalho do meio acadêmico ao observar os processos e assimilar o conhecimento que é produzido. Ao mesmo tempo, novas teorias são propostas, buscando estabelecer padrões, categorias e explicações para o que é observado. Esse processo de interlocução entre o mercado e a academia é fundamental, uma vez que o diálogo gerado impulsiona a formação do profissional e a mantém atualizada.

Assim, o dossiê desta edição, ao propor a temática “Comunicação, formação superior e práticas profissionais”, objetiva, no âmbito das pesquisas acadêmicas latino-americanas, apresentar o atual panorama do debate sobre a relação entre a formação e a prática profissional, seja na atualização dos processos, seja na busca por estabelecer um diálogo para que mercado e academia consigam o equilíbrio nas demandas e expectativas envolvidas na formação do comunicador.

Estas articulações podem ser encontradas nos artigos que mapeiam as novas tensões na formação e nas práticas profissionais do campo da Comunicação como um todo, como o texto que abre a edição, “La formación de comunicadores sociales en relación con las prácticas profesionales del campo: tensiones y aperturas”, de Martha Lucía Mejía Suárez, a partir da reflexão em torno de tais práticas e de suas relações com o projeto acadêmico do programa de Comunicación Social y Periodismo da Universidad Central de Bogotá, na Colômbia. O segundo artigo, “Tendências para pensar a formação em publicidade na contemporaneidade”, de Eneus Trindade, debruça-se sobre alguns paradigmas que marcam o contexto da comunicação na contemporaneidade, como o das mediações (Martín-Barbero, 2001) e o da mídiatização (Couldry e Hepp, 2017) para refletir sobre as questões referentes à formação nos cursos de Publicidade e Propaganda. É ainda sob a égide de se pensar a formação na atualidade, mas dessa vez detendo-se na questão do processo ensino-aprendizagem no contexto das novas tecnologias de comunicação, que o artigo “Da mídia de massa à aprendizagem móvel: comunicação, educação e novas tecnologias”, de Ana Graciela Mendes Fernandes da Fonseca, propõe uma revisão da trajetória dos meios massivos às tecnologias digitais e seus impactos e inserções para fins de ensino-aprendizagem. O universo das novas tecnologias também se apresenta como o ponto de inflexão do artigo de Tanius Karam Cárdenas, “Nuevas tecnologías, nuevos perfiles profesionales en comunicación?”, que se dedica a debater as novas profissões na área de comunicação geradas por tais tecnologias e como os perfis desses “novos” profissionais se mostram pertinentes ou não ao perfil do comunicador.

Enfocando mais diretamente as atividades dos grupos de pesquisa no campo das Comunicações no Brasil, o artigo de Cláudia Peixoto de Moura, “Ensino de comunicação: um estudo sobre os grupos de pesquisa no Brasil”, apresenta o ensino dentro de dois grupos de pesquisa por meio do desenvolvimento de metodologias de pesquisa nesses grupos.



Numa época em que sobressai a questão da *fake news*, a ética e a identidade da profissão ganham destaque nos artigos “Convergencia y ética en instituciones dedicadas al periodismo en México: características y desafíos”, de Rogelio Del Prado Rlores y Mariana Chávez Castañeda, e “No Brasil, o ensino universitário de Jornalismo retoma a identidade com a profissão”, de Eduardo Meditsch.

Adentrando novamente o universo da formação em Publicidade e Propaganda, temos o texto de María de la Luz Fernández Barros, do México, “Enseñanza de la publicidad digital en México: una propuesta de certificación académica en comunicación comercial digital”, que discute como a inserção das marcas no campo digital reconfigurou práticas, metodologias, funções, competências e perfis profissionais com os quais até então as empresas do setor e as universidades vinham coexistindo. A autora propõe, com base em pesquisa realizada, a concessão de certificação acadêmica a professores da área da publicidade digital.

Também, tendo como base as transformações que ocorreram na área de Publicidade e Propaganda, Arlindo Ornelas Figueira Neto, no artigo “Os novos cenários das comunicações e a ampliação da formação em publicidade: reflexões a partir da ECA-USP”, propõe rediscutir a formação na área com o objetivo de fortalecer a capacitação e os conhecimentos dos futuros profissionais.

A formação do profissional de marketing é discutida por Camila Nóbrega Cusatis Andrade, Monica Franchi Carniello e Elvira Aparecida Simões de Araujo, no artigo “Formação do profissional de marketing: avaliação dos aspectos formativos do ensino superior”. As autoras procuram analisar as eventuais demandas e lacunas na formação do profissional de marketing a partir da visão do mercado.

Buscando pensar o campo de trabalho no México para os alunos egressos de cursos de Comunicação, no artigo “El campo laboral de la comunicación en México”, María de Jesús Montoya Robles discute a inserção profissional desses alunos, como também as diferenças regionais existentes no país para a atuação desse profissional.

O artigo seguinte: “Comunicação com a máquina e redes na publicidade”, de Daniela Carvalho Monteiro Ferreira, tem o objetivo de discutir a necessidade de se oferecerem disciplinas em computação e cibercultura nos cursos de Publicidade e Propaganda. No artigo, a autora ainda propõe como os assuntos poderiam ser trabalhados nas disciplinas.

O artigo “Capital social, RSO, RSU y la formación profesional de la publicidad en México”, de María Antonieta Rebeil Corella e Raúl Santos Morales, discute a publicidade contemporânea como agente de mudanças sociais, culturais e/ou ambientais, tendo como base uma pesquisa realizada com professores de universidade privada no México.

Juliana Petermann, Fábio Hansen e Rodrigo Stéfani Correa, trazem para discussão, no artigo “Mobilização de repertório na criação publicitária: entre institucionalizações e sensibilizações”, a identificação de certa institucionalização de ações de sala de aula relacionadas a disciplinas da área da criação publicitária. Também discutem, com base no conceito de aprendizagem significativa de Ausubel, algumas práticas que consideram mais saudáveis e frutíferas para a realização da aprendizagem.

Os dois últimos artigos do dossiê relacionam-se diretamente a um novo campo da formação em Comunicação: a Educomunicação. O primeiro deles, “Pedagogia de projetos e educomunicação: uma parceria de sucesso”, de Silvana Malusá, Adolpho Queiroz, Adriene Stéfane Silva e Maria Aparecida da Silva Moura, enfoca a pedagogia de projetos (PP) como instrumento da educomunicação e como

forma estimular novos saberes para a formação e a prática do professor da Educação Básica. O segundo artigo, “Uma formação inovadora na interface Comunicação e Educação: aspectos da Licenciatura em Educomunicação da Escola de Comunicações e Artes da USP”, de autoria de Claudemir Edson Viana, Maria Cristina Palma Mungióli e Daniela Osvald Ramos, apresenta alguns aspectos inovadores da Licenciatura em Educomunicação da ECA-USP com a intenção de enfatizar a sua composição curricular e o perfil do alunado que vem se desenhando desde a inauguração da licenciatura.

Por meio dos artigos que integram o presente dossiê é possível constatar, para além do constante movimento da Comunicação enquanto campo de conhecimento e formação profissional, a emergência de um tensionamento cada vez mais patente entre as demandas da sociedade, do mundo do trabalho e da academia. Cabe ressaltar, no entanto, que os autores dos artigos do dossiê, longe de se colocarem apenas como espectadores dessas demandas, apresentam possibilidades de trabalho e de transformação em carreiras tradicionais e novas do campo. Trata-se de um movimento salutar que indica não apenas o compromisso acadêmico ou pedagógico, mas sim um compromisso de fazer frente a um mundo complexo e em constante transformação como o que se apresenta na contemporaneidade.

A segunda parte da revista, reservada a **temáticas diversificadas**, apresenta temas atuais, entre os quais destacamos certa tendência para a reflexão sobre o jornalismo, suas modificações com a digitalização das mídias, suas novas fronteiras e temáticas emergentes, como a questão de gênero e as mudanças climáticas. Nesta seção, questões do campo das Relações Públicas, como a comunicação organizacional, a imagem corporativa e o campo frente às novas realidades sociais, também merecem destaque.

Mais detalhadamente, a seção tem início com o artigo “Comunicación digital integral en las instituciones educativas con el uso de LinkedIn: estudio comparativo América Latina-Europa”, de Rebeca Illiana Arévalo Martínez, Sara Karenina Pizarro Lozano e María Virginia Bon Pereira, que analisam a qualidade da comunicação em universidades por meio da rede social LinkedIn que se apresenta como um espaço para a interação e oferta de oportunidades de emprego. O segundo artigo da seção, “Modernidade em movimento: jornalismo e tecnologias digitais”, de Tiago Segabinazzi e Jane Márcia Mazzarino, dedica-se a refletir sobre o que tem sido considerado crise na indústria jornalística – perda de influência na sociedade face a novas lógicas de consumo – e emergência de formas alternativas de consumir e produzir conteúdo jornalístico de modo a alterar o universo midiático.

Já o artigo “El periodismo como trabajo temporal”, de Víctor Hugo Reyna García, discute a transformação de postos de trabalho considerados mais duradouros nos principais jornais do norte do México, em postos de trabalho temporários por uma nova geração de jornalistas. O jornalismo cultural ganha centralidade nas discussões de Karina Janz Woitowicz e Sérgio Luiz Gadini no artigo “Jornalismo, produção cultural e lógicas de mercado: contribuições da Folkcomunicação para a análise do jornalismo cultural”. Os autores analisam as dinâmicas da produção jornalística na área da cultural, enfocando a prevalência das lógicas de mercado na agenda midiática, por meio das quais se criam tensões no processo de difusão da diversidade cultural brasileira.

No artigo “Instagram e o fotojornalismo: deslocando fronteiras”, Maíra Valencise Gregolin aponta deslocamentos pelo ativismo digital, através da análise do uso do Instagram para a produção e troca de imagens fotográficas durante os conflitos da Primavera Árabe. A questão da participação social ganha relevo no artigo “Participación social e industria noticiosa en sociedades tardomodernas: el caso de la prensa mexicana (1994-2011)”, de Esmeralda Mancilla Valdez. A autora mostra, por meio de uma análise estética bio-crítica da modernidade tardia sociopolítica na imprensa mexicana, de que maneiras se configurava a participação social da sociedade civil na imprensa.

O artigo “La agenda pública inspira novos territorios al periodismo brasileño”, de Denise Becker e Guilherme Carvalho, relata o projeto Jornalismo Alternativo na Era Digital, buscando compreender como a tecnologia modifica a práxis do jornalismo alternativo no Brasil. A questão dos discursos sobre a saúde pública surge como ponto central do artigo “De que saúde pública estamos falando? Um olhar sobre os discursos jornalísticos no *Correio Braziliense*, no ano 2016”, de Rianna Carvalho Moraes, Mariella Silva de Oliveira-Costa e Ana Valéria Machado Mendonça. Os autores analisam os discursos sobre o Sistema Único de Saúde (SUS), veiculados pelo jornal *Correio Braziliense*. O estudo aponta que há desconhecimento, por parte dos profissionais da comunicação, da abrangência e da real dimensão do SUS como política pública de saúde.

Os discursos sobre outra questão contemporânea de forte impacto, a mudança climática, são abordados no artigo “Este asunto es nuestro: la cobertura noticiosa del cambio climático vinculada a la escala local en la prensa argentina”, de Luis González Alcaraz. O autor analisa a cobertura jornalística das mudanças climáticas na agenda dos jornais argentinos *Clarín* e *La Nación* por um período de cinco anos (2009- 2013).

Em “Violencia de género y sentidos en la prensa argentina: cobertura del femicidio de Ángeles Rawson”, Ana Soledad Gil trata dos sentidos de violência de gênero na imprensa argentina por meio da análise da cobertura do feminicídio de Ángeles Rawson nos diários *Clarín* y *La Nación*.

Questões concernentes ao campo das Relações Públicas são discutidas e analisadas nos quatro últimos artigos que compõem a seção de temáticas diversificadas. O primeiro deles, “Espectadores ou agentes? Historiografia, historicidade e compreensão crítica em Relações Públicas”, Else Lemos discute a importância da historiografia e da historicidade para a compreensão crítica em relações públicas. Já o artigo “Aproximações entre a prática da comunicação organizacional e a produção acadêmica do campo”, de Ivone de Lourdes Oliveira e Maria Aparecida de Paula, reflete sobre aproximações entre a prática profissional de comunicação no contexto organizacional e o conhecimento acadêmico do campo no estágio neoliberal do capitalismo, tendo como premissa a mútua afetação dessas instâncias, suas articulações e seus tensionamentos. Enfocando outro aspecto importante da comunicação organizacional, a imagem corporativa, Mariana Carareto e Valéria de Siqueira Castro Lopes discutem, no artigo “Avaliação da imagem corporativa: um estudo sobre conceitos e prática”, a gestão da imagem corporativa, com o objetivo de compreender o que é o processo de avaliação na gestão da imagem e verificar as práticas adotadas pelo mercado para o seu desenvolvimento. Já o último artigo da seção, “Relações públicas frente às novas realidades sociais”, de Simone Antoniaci Tuzzo, apresenta a relação entre a profissão de relações públicas e as novas demandas sociais que ressignificam a atuação desse profissional em diversas áreas de sua atuação.

A seção **estudos** traz o artigo “ECA-USP: 50 anos de contribuições públicas e na formação de profissionais e pesquisadores”, de Margarida M. Krohling Kunsch, em que se enfatizam as contribuições da ECA-USP ao longo de seus 50 anos de existência comemorados em 2016.

A **entrevista** deste número foi feita com Raúl Trejo Delarbre, renomado pesquisador, com reconhecimento internacional no campo da Comunicação na América Latina e distinguido professor da Facultad de Ciencias Políticas y Sociales da Universidad Nacional Autónoma de México (Unam). Concedida à professora e investigadora Laura Regil, da Universidad Pedagógica Nacional do México, a entrevista registra significativas contribuições sobre as grandes mudanças que vêm ocorrendo na formação universitária na era digital. As reflexões do entrevistado expressam os grandes desafios a serem enfrentados pelos educadores na contemporaneidade.

Na seção de **resenhas**, começamos pelo texto de autoria de Janaina Visibeli Barros e João Augusto Moliani acerca do livro *Trabalho do pesquisador: os desafios da empiria em estudos de recepção*, organizado por Roseli Fígaro, Liliane D. Brignol. A coletânea de textos assinados por experientes pesquisadores do campo da comunicação enfatiza os diferentes elementos e percepções que envolvem o fazer pesquisa no Brasil, em especial aquele que exige trabalho de campo.

Outra resenha é sobre o livro *Desafios do telejornalismo: ensino, pesquisa e extensão*, organizado por Cárlica Emerim, Cristiane Finger e Flávio Porcello. Como o próprio título antecipa, este livro tem como objetivo mapear as últimas mudanças ocorridas no ensino de telejornalismo, nas instituições brasileiras, apontando fragilidades e possibilidades que se abrem com as últimas mudanças tecnológicas, no tripé ensino/pesquisa/extensão. Trata-se do sexto volume da Coleção Jornalismo Audiovisual, que foi idealizada pela Rede de Pesquisadores em Telejornalismo (Telejor), da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

A coletânea *Comunicación sustentable y responsabilidad social empresarial*, organizada por Rafael Tonatiuh Ramírez e Rebeca Illiana Arévalo, foi resenhada pela investigadora María de Jesús Montoya Robles que descreve a necessidade de se considerar uma visão muito mais abrangente sobre sustentabilidade na sociedade e nas organizações e o papel da comunicação em todo esse no contexto.

Registramos nosso agradecimento aos autores desta edição e, muito especialmente, aos coordenadores do dossiê “Comunicação, formação superior e práticas profissionais” – Ana Carolina R. P. Temer e Marli dos Santos (Jornalismo); Elizabeth Moraes Gonçalves (Publicidade e Propaganda); e María Antonieta G. Rebeil Corella, Rebeca Arévalo Rebeca e André Quiroga Sandi (Relações Públicas). O relevante trabalho desenvolvido em todo o processo da produção da edição 27 da *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* por estes colegas permitiu reunir uma diversidade de artigos que certamente contribuirão com novos aportes para redimensionar a formação que os cursos de Comunicação Social e os das suas subáreas vêm oferecendo nas escolas e faculdades de comunicação na América Latina.

Boa leitura.

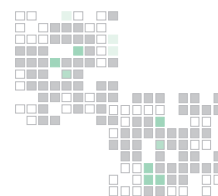
Margarida Maria Krohling Kunsch
Maria Crsitina Palma Mungiolli
Daniela Osvald Ramos
Editoras

Nuevas configuraciones sociales en el mundo del trabajo y los desafíos en la formación del comunicador

El mercado de la comunicación social se está modificando de forma rápida en función de los cambios sociales que han ocurrido en los últimos años, impulsados por las tecnologías y por las nuevas configuraciones sociales que se configuran, también, en el trabajo. Estar atento a esas dinámicas es parte fundamental del trabajo del medio académico al observar los procesos y asimilar el conocimiento que es producido. Al mismo tiempo, se proponen nuevas teorías, buscando establecer padrones, categorías y explicaciones para lo que es observado. Este proceso de interlocución entre el mercado y la academia es fundamental, una vez que el diálogo generado impulsa la formación del profesional y la mantiene actualizada.

Así, el dossier de esta edición, al proponer la temática “Comunicación, formación superior y prácticas profesionales”, objetiva, en el ámbito de las investigaciones académicas latinoamericanas, presentar el actual panorama del debate sobre la relación entre la formación y la práctica profesional, sea en la actualización de los procesos, sea en la búsqueda por establecer un diálogo para que mercado y academia consigan el equilibrio en las demandas y expectativas involucradas en la formación del comunicador.

Estas articulaciones se pueden encontrar en los artículos que mapean las nuevas tensiones en la formación y en las prácticas profesionales del campo de la Comunicación como un todo, como el texto que abre la edición, “La formación de comunicadores sociales en relación con las prácticas profesionales del campo: tensiones y de las aperturas” de Martha Lucía Mejía Suárez, a partir de la reflexión en torno a tales prácticas y de sus relaciones con el proyecto académico del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Central de Bogotá, Colombia. El segundo artículo, “Tendencias para pensar la formación en publicidad en la contemporaneidad”, de Eneus Trindade, se centra en algunos paradigmas que marcan el contexto de la comunicación en la contemporaneidad, como el de las mediaciones (Martín-Barbero, 2001) y el de la mediatización (Couldry y Hepp, 2017) para reflexionar sobre las cuestiones referentes a la formación en los cursos de Publicidad y Propaganda. Se encuentra todavía bajo la egide de pensarse la formación en la actualidad, pero en esta ocasión deteniéndose en la cuestión del proceso enseñanza-aprendizaje en el contexto de las nuevas tecnologías de comunicación, que el artículo “De los medios de comunicación masivos al aprendizaje móvil: comunicación, educación y nuevas tecnologías”, de Ana Graciela Mendes Fernandes da Fonseca, propone una revisión de la trayectoria de los medios masivos a las tecnologías digitales y sus impactos e inserciones para fines de enseñanza-aprendizaje. El universo de las nuevas tecnologías también se presenta como el punto de inflexión del artículo de Tanius Karam Cárdenas, “Nuevas tecnologías, nuevos perfiles profesionales en comunicación”, que se dedica a debatir las nuevas profesiones en el área de comunicación generadas por tales tecnologías y cómo los perfiles de estos “nuevos” profesionales se muestran pertinentes o no al perfil del comunicador.



Enfocando más directamente a las actividades de los grupos de investigación en el campo de las Comunicaciones en Brasil, el artículo de Cláudia Peixoto de Moura, “Enseñanza de comunicación: un estudio sobre los grupos de investigación en Brasil”, presenta la enseñanza dentro de dos grupos de investigación por medio del desarrollo de metodologías de investigación en esos grupos.

En una época en que sobresale la cuestión de la *fake news*, la ética y la identidad de la profesión ganan destaque en los artículos “Convergencia y ética en instituciones dedicadas al periodismo en México: características y desafíos”, de Rogelio Del Prado Flores y Mariana Chávez Castañeda, y “En Brasil, la enseñanza universitaria de Periodismo retoma la identidad con la profesión”, de Eduardo Meditsch.

Penetrando nuevamente el universo de la formación en Publicidad y Propaganda, tenemos el texto de María de la Luz Fernández Barros, de México, “Enseñanza de la publicidad digital en México: una propuesta de certificación académica en comunicación comercial digital”, que discute cómo la inserción de las marcas en el campo digital reconfiguró muchas de las prácticas, metodologías, funciones, competencias y de los perfiles profesionales con los que hasta entonces las empresas del sector y las universidades venían coexistiendo. La autora propone, con base en investigación realizada, la concesión de certificación académica a profesores del área de la publicidad digital.

También, teniendo como base las transformaciones que ocurrieron en el área de la Publicidade y Propaganda, Arlindo Ornelas Figueira Neto, en el artículo “Los nuevos escenarios de las comunicaciones y la ampliación de la formación en publicidad: reflexiones a partir de la ECA-USP”, propone rediscutir la formación en el área con el objetivo de fortalecer la capacitación y los conocimientos de los futuros profesionales.

La formación del profesional de marketing es discutida por Camila Nóbrega Cusatis Andrade, Monica Franchi Carniello y Elvira Aparecida Simões de Araujo, en el artículo “Formación del profesional de marketing: evaluación de los aspectos formativos de la enseñanza superior”. Las autoras buscan analizar las eventuales demandas y lagunas en la formación del profesional de marketing a partir de la visión del mercado.

Buscando pensar el campo de trabajo en México para los alumnos egresados de cursos de Comunicación, en el artículo “El campo laboral de la comunicación en México”, María de Jesús Montoya Robles discute la inserción profesional de estos alumnos, así como las diferencias regionales existentes en el país para la actuación de ese profesional.

El artículo siguiente: “Comunicación con la máquina y redes en la publicidad”, de Daniela Carvalho Monteiro Ferreira, tiene el objetivo de discutir la necesidad de ofrecerse disciplinas en computación y cibercultura en los cursos de Publicidad y Propaganda. En el artículo, la autora todavía propone cómo los asuntos podrían ser trabajados en las disciplinas.

El artículo “Capital social, RSO, RSU y la formación profesional de la publicidad en México”, de María Antonieta Rebeil Corella y Raúl Santos Morales, discute la publicidad contemporánea como agente de cambios sociales, culturales y/o ambientales, teniendo como base una investigación realizada con profesores de universidades privadas en México.

Juliana Petermann, Fábio Hansen y Rodrigo Stéfani Correa, traen para discusión, en el artículo “Movilización de repertorio en la creación publicitaria: entre institucionalizaciones y sensibilizaciones”, la identificación de cierta institucionalización de acciones de aula relacionadas a disciplinas del área de la

creación publicitaria. También discuten, sobre la base del concepto de aprendizaje significativo de Ausubel, algunas prácticas que consideran más saludables y fructíferas para la realización del aprendizaje. Los dos últimos artículos del dossier se relacionan directamente a un nuevo campo de la formación en Comunicación: la Educomunicación. El primero de ellos, “Pedagogía de proyectos y educomunicación: una colaboración de éxito”, de Silvana Malusá, Adolpho Queiroz, Adriene Stéfane Silva y Maria Aparecida da Silva Moura, enfoca la pedagogía de proyectos (PP) como instrumento de la educomunicación y como forma estimular nuevos saberes para la formación y la práctica del profesor de Educación Básica. El segundo artículo, “Una formación innovadora en la interfaz Comunicación y Educación: aspectos de la Licenciatura en Educomunicación de la Escuela de Comunicaciones y Artes de la USP”, de autoría de Claudemir Edson Viana, Maria Cristina Palma Munglioli y Daniela Osvald Ramos, presenta algunos aspectos innovadores Licenciatura en Educomunicación de la ECA-USP con la intención de enfatizar su composición curricular y el perfil del alumnado que se viene diseñando desde la inauguración de la licenciatura.

Por medio de los artículos que integran el presente expediente es posible constatar, que más allá del constante movimiento de la Comunicación en cuanto campo de conocimiento y formación profesional, la emergencia de un tensionamiento cada vez más patente entre las demandas de la sociedad, del mundo del trabajo y de la academia. Cabe resaltar, sin embargo, que los autores de los artículos del dossier, lejos de colocarse apenas como espectadores de esas demandas, presentan posibilidades de trabajo y de transformación en carreras tradicionales y nuevas del campo. Se trata de un movimiento saludable que indica no sólo el compromiso académico o pedagógico, sino un compromiso de hacer frente a un mundo complejo y en constante transformación que se presenta en la contemporaneidad.

La segunda parte de la revista, reservada a temáticas diversificadas, presenta temas actuales, entre los que destacamos cierta tendencia a la reflexión sobre el periodismo, sus modificaciones con la digitalización de los medios, sus nuevas fronteras y temáticas emergentes, como la cuestión de género y los cambios climáticos. En esta sección, las cuestiones del campo de las relaciones públicas, como la comunicación organizacional, la imagen corporativa y el campo frente a las nuevas realidades sociales, también merecen destaque.

Más detalladamente, la sección comienza con el artículo “Comunicación digital integral en las instituciones educativas con el uso de LinkedIn: estudio comparativo América Latina-Europa”, de Rebeca Illiana Arévalo Martínez, Sara Karenina Pizarro Lozano y María Virginia Bon Pereira, que se proponen analizar la calidad de la comunicación en universidades a través de la red social LinkedIn que se presenta como un espacio para la interacción y oferta de oportunidades de trabajo. El segundo artículo de la sección, “Modernidad en movimiento: periodismo y tecnologías digitales”, de Tiago Segabinazzi y Jane Márcia Mazzarino, se dedica a reflexionar sobre lo que ha sido considerado crisis en la industria periodística - pérdida de influencia en la sociedad frente a nuevas lógicas de consumo - y emergencia de formas alternativas de consumir y producir contenido periodístico para alterar el universo mediático.

Ya el artículo “El periodismo como trabajo temporal”, de Víctor Hugo Reyna García, discute la transformación de puestos de trabajo considerados más duraderos en los principales periódicos del norte de México, en puestos de trabajo temporales por una nueva generación de periodistas. El periodismo cultural gana centralidad en las discusiones de Karina Janz Woitowicz y Sérgio Luiz Gadini en el artículo “Periodismo, producción cultural y lógicas de mercado: contribuciones de Folkcomunicación para el análisis del periodismo cultural”. Los autores se dedican a analizar las dinámicas de la producción periodística en el área de la cultura, enfocando la prevalencia de las lógicas de mercado en la agenda mediática, por medio de las cuales se crean tensiones en el proceso de difusión de la diversidad cultural brasileira.

En el artículo “Instagram y el fotoperiodismo: desplazando fronteras”, Maíra Valencise Gregolin apunta desplazamientos por el activismo digital, a través del análisis del uso del Instagram para la producción e intercambio de imágenes fotográficas durante los conflictos de la Primavera Árabe. La cuestión de la participación social gana relevancia en el artículo “Participación social e industria noticiosa en sociedades tardomodernas: el caso de la prensa mexicana (1994-2011)”, de Esmeralda Mancilla Valdez. La autora muestra, por medio de un análisis estético bio-crítico de la modernidad tardía sociopolítica en la prensa mexicana, de qué maneras se configuraba la participación social de la sociedad civil en la prensa. En el artículo “Instagram y el fotoperiodismo: desplazando fronteras”, Maíra Valencise Gregolin apunta desplazamientos por el activismo digital, a través del análisis del uso del Instagram para la producción e intercambio de imágenes fotográficas durante los conflictos de la Primavera Árabe. La cuestión de la participación social gana relevancia en el artículo “Participación social e industria noticiosa en sociedades tardomodernas: el caso de la prensa mexicana (1994-2011)”, de Esmeralda Mancilla Valdez. La autora muestra, por medio de un análisis estético bio-crítico de la modernidad tardía sociopolítica en la prensa mexicana, de qué maneras se configuraba la participación social de la sociedad civil en la prensa.

El artículo “La agenda pública inspira nuevos territorios al periodismo brasileiro”, de Denise Becker y Guilherme Carvalho, relata el proyecto Periodismo Alternativo en la Era Digital, buscando comprender cómo la tecnología modifica la praxis del periodismo alternativo en Brasil. La cuestión de los discursos sobre la salud pública surge como punto central del artículo “¿De qué salud pública estamos hablando? Una mirada sobre los discursos periodísticos en el *Correio Braziliense*, en el año 2016”, de Rianna Carvalho Moraes, Mariella Silva de Oliveira-Costa y Ana Valéria Machado Mendonça. Las autoras analizan los discursos sobre el Sistema Único de Salud (SUS), vehiculados por el periódico *Correio Braziliense*. El estudio apunta que hay desconocimiento, por parte de los profesionales de la comunicación, del alcance y de la real dimensión del SUS como política pública de salud.

Los discursos sobre otra cuestión contemporánea de fuerte impacto, el cambio climático, se abordan en el artículo “Este asunto es nuestro: la cobertura noticiosa del cambio climático vinculada a la escala local en la prensa argentina”, de Luis González Alcaraz. El autor analiza la cobertura periodística de los cambios climáticos en la agenda de los periódicos argentinos *Clarín* y *La Nación* por un período de cinco años (2009-2013).

En “Violencia de género y sentidos en la prensa argentina: cobertura del feminicidio de Ángeles Rawson”, Ana Soledad Gil trata de los sentidos de violencia de género en la prensa argentina por medio del análisis de la cobertura del feminicidio de Ángeles Rawson en los diarios *Clarín* y *La Nación*.

Las cuestiones concernientes al campo de las Relaciones Públicas son discutidas y analizadas en los cuatro últimos artículos que componen la sección de temáticas diversificadas. El primero de ellos, “¿Espectadores o agentes? Historiografía, historicidad y comprensión crítica en Relaciones Públicas”, Else Lemos discute la importancia de la historiografía y de la historicidad para la comprensión crítica en las relaciones públicas. El artículo “Aproximaciones entre la práctica de la comunicación organizacional y la producción académica del campo”, de Ivone de Lourdes Oliveira y María Aparecida de Paula, refleja sobre aproximaciones entre la práctica profesional de comunicación en el contexto organizacional y el conocimiento académico del campo en el estadio neoliberal del capitalismo, teniendo como premisa la mutua afectación de esas instancias, sus articulaciones y sus tensionamientos. En el marco de un nuevo enfoque de la comunicación organizacional, la imagen corporativa, Mariana Carareto y Valéria de Siqueira Castro Lopes discuten, en el artículo “Evaluación de la imagen corporativa: un estudio sobre conceptos y práctica”, la gestión de la imagen corporativa, con el objetivo de comprender lo que es el proceso de evaluación en la gestión de la imagen y verificar las prácticas adoptadas por el mercado para

su desarrollo. En el último artículo de la sección, “Relaciones públicas frente a las nuevas realidades sociales”, de Simone Antoniacci Tuzzo, se presenta la relación entre la profesión de relaciones públicas y las nuevas demandas sociales que resignifican la actuación de ese profesional en diversas áreas de su actuación.

La sección de estudios trae el artículo “ECA-USP: 50 años de contribuciones públicas y en la formación de profesionales e investigadores”, de Margarida M. Krohling Kunsch, en la que se enfatizan las contribuciones de la ECA-USP a lo largo de sus 50 años de existencia conmemorados en 2016.

La entrevista de este número fue realizada con Raúl Trejo Delarbre, renombrado investigador, con reconocimiento internacional en el campo de la Comunicación en América Latina y distinguido profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (Unam). Concedida a la profesora e investigadora Laura Regil, de la Universidad Pedagógica Nacional de México, registra significativas contribuciones sobre los grandes cambios que vienen ocurriendo en la formación universitaria en la era digital. Las reflexiones del entrevistado expresan los grandes desafíos a ser enfrentados por los educadores en la contemporaneidad.

En la sección de reseñas, comenzamos por el texto de autoría de Janaina Visibeli Barros y João Augusto Moliani acerca del libro *Trabajo del investigador: los desafíos del empirismo en estudios de recepción*, organizado por Roseli Fíguro, Liliane D. Brignol. La antología de textos escritos por experimentados investigadores del campo de la comunicación enfatiza los diferentes elementos y percepciones que involucran el trabajo de investigación en Brasil, en especial aquel que exige trabajo de campo.

La otra reseña es sobre el libro *Desafíos del teleperiodismo: enseñanza, investigación y extensión*, organizado por Cárilda Emerim, Cristiane Finger y Flávio Porcello. Como el propio título anticipa, este libro tiene como objetivo mapear los últimos cambios ocurridos en la enseñanza del telenoticioso, en las instituciones brasileras, apuntando fragilidades y posibilidades que se abren con los últimos cambios tecnológicos, en el trípede enseñanza / investigación/extensión. Se trata del sexto volumen de la Colección Periodismo Audiovisual, que fue idealizada por la Red de Investigadores en Teleperiodismo (Telejor), de la Asociación Brasilerá de Investigadores en Periodismo (SBPJor).

La colección *Comunicación sostenible y responsabilidad social empresarial*, organizada por Rafael Tona-tiuh Ramírez y Rebeca Illiana Arévalo, fue reseñada por la investigadora María de Jesús Montoya Robles que describe la necesidad de considerar una visión mucho más amplia sobre sostenibilidad en la sociedad y en las organizaciones y el papel de la comunicación en todo el contexto.

Registramos nuestro agradecimiento a los autores de esta edición y en particular a los coordinadores del dossier “Comunicación, formación superior y prácticas profesionales” - Ana Carolina R. P. Temer y Marli dos Santos (Periodismo); Elizabeth Moraes Gonçalves (Publicidad y Propaganda); y María Antonieta G. Rebeil Corella, Rebeca Arévalo y André Quiroga Sandi (Relaciones Públicas). El relevante trabajo desarrollado en todo el proceso de producción de la edición 27 de la *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación* por estos colegas, permitió reunir una diversidad de artículos que seguramente contribuirán con nuevos aportes para redimensionar la formación que los cursos de Comunicación Social y los de sus respectivas sub-áreas vienen ofreciendo en las escuelas y facultades de comunicación en América Latina.

Buena lectura.

Margarida Maria Krohling Kunsch
Maria Crsitina Palma Mungiolli
Daniela Osvald Ramos

Editoras