
PERFILES PROFESIONALES Y FIGURAS EMERGENTES EN COMUNICACION SOCIAL

TALLER SUB-REGIONAL ANDINO DE FELAFACS Bucaramanga, 25-29 de septiembre de 1989

Profesor Jesús María Aguirre (Coordinador de T. de Grado)
Profesor Emilio Piriz (Director Encargado)
Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica
Andrés Bello, Caracas, (Venezuela).

En el estado actual de las investigaciones sobre el perfil profesional del comunicador social y el mercado laboral existente, sólo nos es posible dar algunas respuestas parciales, recogidas o bien de los objetivos de la carrera en la institución o de algunas investigaciones iniciales, que hemos efectuado estos dos últimos años. No nos ha sido posible efectuar un sondeo de opinión entre los estudiantes del primer año, pero recogeremos los resultados obtenidos entre cursantes de los dos últimos años. Sobre aspectos como las demandas sociales en el campo de la comunicación, nuevos perfiles profesionales e incidencia de éstos en el currículo tampoco podemos, por ahora, sino arrojar algunas presunciones y anotaciones, que esperamos puedan ser profundizadas en un futuro próximo.

I. DEFINICION DE PERFILES PROFESIONALES DE ACUERDO CON LOS OBJETIVOS DE LA CARRERA EN LA ESCUELA DE COMUNICACION

Para responder a los Objetivos Generales la Escuela de Comunicación Social cuenta con el Estatuto Orgánico de la UCAB(1973). Estos se refieren fundamentalmente a los fines sociales y universitarios.

El establecimiento, a su vez, de los objetivos particulares de segundo nivel, requiere una información adicional sobre el perfil profesional, derivable de las condiciones y variables del campo de trabajo.

I. Objetivos Generales

Los objetivos generales de la Escuela están suficientemente claros en el mencionado Estatuto Orgánico de la UCAB - 1973 - y, a este respecto, no queda

sino incorporarlos en la letra y el espíritu de la definición profesional y en la estrategia formativa. Entre ellos se consignan : la búsqueda de la verdad y el afianzamiento de los valores trascendentales; servicio a la Nación y esclarecimiento de los problemas nacionales; formación integral en la educación, la cultura y la ciencia; definido espíritu de democracia, justicia social y solidaridad humana con apertura al pensamiento universal y con rigor científico (Art.6º, N. 1,2,3,4).

Pero además la UCAB considera como "misión específica suya": contribuir a la formación integral, dentro de la concepción cristiana de la vida; esforzarse por acelerar el proceso de desarrollo nacional; trababar por la integración de América Latina; irradiar su acción a los sectores más marginados y promover el diálogo de las ciencias con la teología (Art.6º: a, b,c,d,e).

(La correlación entre estos objetivos y los ejes curriculares, puede encontrarse en los Documentos de Reforma del Pensum)..

2. Objetivos Particulares

El establecimiento de los objetivos particulares requiere de un análisis de las demandas sociales (desarrollo nacional y mercado del trabajo) así como el contrastamiento entre el perfil profesional deseable y el actualmente existente en el campo de trabajo. Recurriremos a estudios ya efectuados para precisar los objetivos particulares de segundo nivel o profesionales, que se ven tensionados por los polos de los objetivos universitarios mencionados y las demandas concretas del mercado en una coyuntura crítica de recesión económica y reconversión tecnológica.

No podemos olvidar que el mercado de trabajo del comunicador en expansión hasta el año 1983, se ha visto severamente golpeado por la crisis actual, no solamente por las restricciones del mercado sino por la sobreoferta de las mismas Escuelas de Comunicación Social para el campo tradicional de los medios masivos. Ya para el año 1983, por ejemplo, cerca del 33.3 por ciento de los Colegiados del Distrito Federal estaba en situación de desempleo (Documento del Sindicato de los Tabajadores de la Prensa, 1983).

A estos factores se añade la competencia de numerosos empíricos sin graduación universitaria, graduados en Institutos Universitarios con carreras cortas, y profesionales de otras ramas, que se han incorporado al sector. Actualmente sólo los periodistas encuentran cierta protección frente al ejercicio generalizado e ilegal de la profesión. Este problema es particularmente grave en el interior del país. Así, por ejemplo, en el Nororiente y Sur del país, de un total de 211 periodistas, más de la mitad (57.8%) son periodistas no graduados en la universidad. De ellos un 46.9% ha culminado sus estudios de bachillerato, un 36.7% no tiene título de bachiller y un 2.1% no ha culminado estudios de primaria. (Cf. Plazas, IMPP, 1988, Ciudad Bolívar).

De los egresados de la Escuela de la UCAB., un 31.77% trabaja fuera del campo de la Comunicación Social (Cf. Perfil-87, Aguirre). En la misma encuesta se detecta un pluriempleo en el 16.05 % de los casos. Este cuadro, bastante crítico, nos plantea el problema de que la formación universitaria del periodista haya que orientarla no tanto hacia una capacitación profesional básica, adquirible con un poco de experiencia empírica, sino hacia la excelencia profesional para competir en el mercado y acceder a posiciones más estratégicas en los medios existentes o abrir nuevos campos vinculados a las demandas comunicacionales emergentes y a los

nuevos retos tecnológicos.

Además de este problema de saturación del campo tradicional de trabajo invadido por numerosas profesiones, se añaden tres problemas cruciales para la determinación del perfil profesiográfico, que requieren una urgente atención. Dada su estrecha conexión con el perfil ocupacional de los egresados y el mercado de trabajo, lo remitimos al siguiente punto.

Resumiendo los rasgos fundamentales de acuerdo a los objetivos de la carrera planteados por la institución, se trata de conformar profesionales, capaces de ofrecer un servicio comunicacional a la nación, con sentido crítico y creativo, para responder a unas demandas sociales de desarrollo y superación de la marginalidad.

La eminencia cultural y científico-técnica del comunicador de la UCAB no debe manifestarse meramente por el nivel instrumental sino por la orientación ético-profesional, que otorga a su ejercicio una misión innovadora respecto a las prácticas rutinizadas en el mercado.

II. PERFIL OCUPACIONAL DE LOS EGRESADOS Y MERCADO DE TRABAJO

No pretendemos dar los resultados totales del estudio Perfil-87, sino apuntar aquellos datos más significativos que inciden en la determinación del perfil profesiográfico y en su interpretación. (Algunos resultados del estudio pueden encontrarse en este mismo número; Ver Perfil laboral).

a) Profesión vs. oficio

En el mercado actual, sobre todo, en el sector privado donde se ubica el mayor contingente de nuestros egresados (86.7%), tiende a considerarse que el periodismo (comunicación social) no es una profesión sino un oficio que requiere unas destrezas mínimas para su ejercicio. Más aún se considera que tal oficio no es productor de conocimientos y no se justifica la colegiación para su ejercicio legal. (Cf. Reunión de CEDICE, 29-30 sept. 1988).

Por su parte el CNP Y las Universidades y Escuelas de Comunicación pretenden darle un rango académico y un status profesional, aunque la Comunicación Social no es estrictamente hablando una ciencia, sino un saber profesional. Evidentemente ésta es la posición de la UCAB y la razón de ser de su Escuela, que incluso en el pasado formó simplemente "técnicos en comunicación social" hasta que esta modalidad fue clausurada con la última promoción en 1974, y dio paso exclusivamente a la graduación de licenciados en comunicación social (García y Conde, 1988). Ello no obsta para reconocer el carácter aún joven, y poco perfilado de la profesión y sus necesidades de consolidación académico-profesional. La falta de profesionales académicamente calificados para las menciones más nuevas y las recién creadas maestrías de comunicación en nuestro país corroboran esa situación descrita.

No hay duda, por otra parte, que la actual recesión del mercado favorece las tendencias neoliberales y antigremialistas, interesadas en desregular las constricciones gremiales y laborales, fenómeno que favorece tanto la indefinición

profesional como el ejercicio ilegal.

b) Confusión de menciones y culturas profesionales

Uno de los problemas fundamentales de la definición del perfil profesional proviene del intento de configurar éste por los instrumentos empleados y no por el conjunto de la cultura profesional. Este sesgo, presente ya en las propuestas primeras de CIESPAL, favorece la tendencia a definir las menciones a partir de las tareas de los técnicos, que no representan más que un segmento marginal entre los egresados. En cambio termina confundiendo las tareas y funciones del comunicador que son más globalizantes y se refieren a procesos más complejos. La incongruencia se manifiesta cuando, por ejemplo, queremos diferenciar la función de los publicistas y la de los comunicadores audiovisuales por el equipo utilizado o la función de los periodistas en prensa y televisión.

Este problema de la inadecuación de las menciones ha sido verificado en la encuesta mencionada Perfil-87, administrada a los egresados de la Escuela de la UCAB. En ella se analizan los diversos roles ocupacionales de los comunicadores, que no vienen determinados por el aparato técnico, sino por el tipo de subcultura, que puede requerir del manejo de diversos aparatos, hecho que permite transferencias de un medio profesional a otro.

La mayor parte de los profesionales egresados de la UCAB se ubican dentro de la actividades estrictamente periodísticas, independientemente del medio (40.72%). Es decir, su rol ocupacional es el de periodista, principalmente con funciones de difusión informativa. A éste le siguen las funciones directivas de programación y control (34.68%), que sumadas al conjunto anterior dan un total de 75.4%. Es decir, que, si bien la distribución por menciones de los egresados es de 39.77% por audiovisual, 39.25% por publicidad, y 21.03% por periodismo impreso, la dinámica laboral impone un considerable flujo entre ellas, pero principalmente en torno al rol ocupacional de periodista, que se moviliza en diversos medios.

Así hay periodistas, trabajando en cualquiera de los medios principales (prensa, radio, TV.) y gran parte de los puestos directivos, sobre todo, en publicidad y relaciones públicas -mención que actualmente tiende a ser más demandada- requieren conocimientos globales de los tres medios instrumentales. Por otra parte, en cuanto se asciende de los niveles básicos en el escalafón de las empresas de los medios son tanto más imprescindibles las destrezas gerenciales que técnico-instrumentales. De hecho, según el Perfil-87 sólo un 6.42% se desempeñan como técnicos en sentido estricto.

El cruce de la variable rol profesional con el grado de especialización señala que las funciones directivas exigen conocimientos más integrales. En este sentido la ligera preferencia entre los egresados por la especialización (55.06%) frente a la integración (40.8%) viene más bien derivada de la preocupación por la preparación práctica en métodos de trabajo referidos al rol ocupacional (diseño, organización, planeamiento, control de ejecución, evaluación, etc.) que en el mero manejo instrumental de unos aparatos, cuya obsolescencia es cada vez más acelerada. Hay que considerar, sin embargo, que un número considerable de estudiantes de la Escuela, según la encuesta García y Conde, piden énfasis en lo técnico (32.5%), lo cual obedece, a

nuestro juicio, a cierta fascinación por la tecnología o también a cierta inseguridad inicial que asocia la profesión con el dominio instrumental, sobre todo en la fase estudiantil.

c) Formación Integral vs. especialización

En la sección anterior hemos señalado la dinámica entre el rol profesional y la especialización. Contra lo que pudiera creerse la Encuesta de Opinión Pública Calificada (Gloria Cuenca, 1985), aplicada a docentes e investigadores, dirigentes, profesionales y empresarios de medios, no plantea tanto demandas o deficiencias en la capacidad técnica, sino otros reclamos y fallas mucho más fundamentales, que debieran de dar configuración a la profesión. En opinión de estos empleadores y profesionales las necesidades fundamentales serían:

mayor cultura	68%
mayor formación sociopolítica	58%
mayor formación ética	48%
mayor formación económica	38%

También se indican como fallas comunes el no saber escribir bien(34%), y ciertas fallas técnicas (12%).

Las demandas de mejoramiento profesional tanto en el Distrito Federal como en el interior destacan también lagunas semejantes (Plazas,88).

En nuestro estudio al tratar de averiguar qué roles profesionales han desempeñado los egresados desde el punto de vista de las subculturas que conforman las empresas nos hemos encontrado con los siguientes resultados:

Periodistas	40.72%
Directivos	34.68%
Creativos	15.72%
Técnicos	5.65%
Docentes-Investigadores	3.23%

Por otra parte en la determinación de las características más importantes en el campo del trabajo profesional, atendiendo a las exigencias del mercado ocupacional, hemos obtenido estos rangos:

1. Relaciones humanas
- 2.Habilidades expresivas
- 3.Capacidades Gerenciales-Administrativas
- 4.Años de experiencia
- 5.Destrezas técnicas
- 6.Conocimientos sobre el país
- 7.Conocimientos científico-comunicacionales
- 8.Conocimiento de lenguas extranjeras.

En síntesis el eje del rol ocupacional que marca el perfil profesiográfico es el del periodista, que cumple principalmente funciones de recolección, procesamiento,

y difusión pública (corporativa, institucional o masiva) de mensajes de interés para la colectividad, a través de los medios impresos, audiovisuales u otras tecnologías recientes.

Considerando las características laborales, si bien es obvia la prioridad concedida a las relaciones humanas y a las habilidades expresivas, no deja de sorprender la importancia otorgada a la capacitación gerencial administrativa.

Un estudio complementario sobre el perfil profesional requerido por las empresas de comunicación social según los anuncios de prensa publicados en los más importantes diarios nacionales arrojó la siguiente distribución :

Prensa	6.5%
Audiovisual	9.2%
Publicidad	56.5%
RR.PP	18.4%
Artes Gráficas	9.2%

En este mismo período (13 de febrero al 2 de octubre de 1987) de los 36 ítems recogidos hay siete más comunes . Estos son: muy buena presencia, disponibilidad total de tiempo, edad entre 25 y 35 años, facilidad de palabra y de expresión, y conocimiento del idioma inglés.

El requisito del grado universitario es menor en Audiovisual y Artes Gráficas, y mayor en Prensa y RR.PP. (Carrasquero y otros, 1988).

Los demás requisitos corresponden, en general, a destrezas o habilidades especiales del cargo, cuyo desglose requeriría un análisis de puestos y tareas, que aún está por hacerse, sobre todo, en las condiciones particulares de la reconversión tecnológica.(Las Nuevas Tecnologías y el Rol del Periodista, en Periodismo, Comunicación y Nueva Tecnología, Ovalles y Equipo Comunicación, CNP 1984).

El dominio en las nuevas tecnologías vinculadas a informática es un requerimiento creciente, aunque diversificado según la especialidad(Procesamiento de palabras, diagramación computarizada, diseño publicitario, manejo de bases de datos, etc. (Perfil 87).

Atendiendo al rol ocupacional genérico de los comunicadores , hay unos requerimientos comunes de capacitación como son: el basamento cultural en las principales ciencias humanas, que permiten dar sentido al acontecer social y al quehacer profesional; la fundamentación en las ciencias de la comunicación, que lo habilitan para explicar los procesos comunicativos y contextualizar el ejercicio del comunicador como intermediario social; el dominio en los procedimientos metodológicos imprescindibles para planear, organizar y evaluar el trabajo comunicacional; y el adiestramiento en las habilidades expresivas necesarias para comunicarse a través de los lenguajes básicos oral-escritos y de los modernos medios de difusión.

La diferenciación de subculturas, al margen de las menciones, obliga a redefinir otros roles expansivos tanto dentro del escalafón de las empresas periodísticas como en otras áreas de la industria cultural como son la publicidad y la comunicación artística. Pero esta diferenciación no hay que entenderla simplemente como un problema de competitividad sino de complejización funcional en el interior de la empresa o en la misma sociedad.

III. EXPECTATIVAS DE LOS ESTUDIANTES CON RESPECTO A LA CARRERA

Actualmente no contamos con un estudio de las expectativas de los estudiantes que ingresan a la UCAB con respecto a la carrera, tema que es actualmente objeto de una tesis de grado. Sin embargo disponemos de un estudio, anteriormente mencionado, sobre la formación del comunicador social en la UCAB -curso 84-85-, en el que se analiza la percepción del estudiantado de los últimos años respecto a la carrera (García y Conde, 88).

En la encuesta aplicada a 166 estudiantes, es decir el 77.2% de la población total de cuarto y quinto año, y en la consiguiente evaluación se plantea que no existe correspondencia entre lo buscado por la Universidad al formular el pensum del 83, lo reflejado en los contenidos de los programas de estudio y lo realmente recibido por el alumno en el aula. Los autores atribuyen esta incoherencia a las diversas concepciones y expectativas sobre el rol del comunicador y pasan a analizar las percepciones sobre el Comunicador Social.

Un 31.7% de los estudiantes de Prensa estiman que un comunicador social es un informador, mientras que el 41.8% de Audiovisual y el 41.9% de Publicidad-RR.PP. estiman que es un Profesional de los Medios.

Si atendemos a la especificidad de las menciones-comentan los autores- evidenciamos que la respuesta de los alumnos de Prensa se corresponde con el escaso manejo de la infraestructura tecnológica que éstos tienen, situándose más como intermediarios del mensaje mismo; mientras que los alumnos de Audiovisual y Publicidad-RR.PP. se ubican como operadores del medio mismo.

Un 22.2% de los alumnos de Prensa, un 18.6% de Audiovisual y un 27.4% de Publicidad-RR.PP. consideran al comunicador como un servidor público, alcanzando esta categoría el segundo rango en importancia.

La concepción del comunicador social como un intermediario en el proceso comunicacional se subraya cuando los estudiantes determinan la función principal del comunicador social, colocando en primer lugar la categoría "informar" (38.6%), seguida de la del "servicio público" (13.1%) en la totalidad de las respuestas, independientemente de la mención.

En cuanto a las razones para elegir la carrera de Comunicación Social el 20.8% de la totalidad se ubica en la categoría "aptitudes y vocación", mientras que el 15.0% señalan "los deseos de comunicar". Otras dos respuestas más irracionales se concentran entre quienes simplemente aducen "me gusta" (12.7%), "elección por azar" y "por la mención" (10.9% respectivamente).

A pesar de que el 66.2% de la población encuestada se muestra poco satisfecha, y un 10.8% nada satisfecha, un total de 76.5% afirmó que volvería a escoger la carrera de Comunicación Social, aunque solamente un 51.8% recomendaría estudiarla en la UCAB.

Así mismo un 76.5% volvería a escoger la misma mención por la que optó al pasar al ciclo diversificado.

Respecto a las aptitudes para estudiar Comunicación Social, las categorías "creativo" y "facilidad de expresión" obtuvieron, cada una, el 11.8% del total. La distribución es bastante uniforme en las tres menciones, con una ligera preferencia de los de Audiovisual por lo "creativo".

Lo más sorprendente es que en la mención de RR.PP. se avizora un nuevo tipo de profesional, con una mayor motivación para la elaboración de mensajes de contenidos más educativos e informativos, capaces de transmitir valores que superen el mero objetivo de venta y más apuntados a lograr la cohesión y concientización del grupo al cual se dirige.

IV. OTRAS DEMANDAS SOCIALES Y NUEVOS PERFILES PROFESIONALES

A falta de investigaciones empíricas sobre demandas sociales y nuevos perfiles profesionales no nos quedamos aventurando algunas hipótesis, basadas en indicios extraídos de la experiencia de los profesionales del campo.

El estudio Perfil-87 arrojaba el dato de que la mayor parte de los egresados se ubican en las empresas privadas (61.49%), y que el resto se distribuyen entre el sector público (16.66%), por propia cuenta y "free-lance" (21.83%).

Un seguimiento experiencial de los egresados nos indica que una parte del contingente se ha incorporado a las empresas privadas en roles nuevos o menos convencionales que van desde la comunicación corporativa hasta la promoción cultural externa a través de las fundaciones.

Estas nuevas figuras, en general, se adscriben al Departamento de RR.PP. e Institucionales o a una Gerencia de Comunicación, y corresponden al desarrollo organizacional de las empresas más modernas.

Otro conjunto de nuevos roles, que estrictamente no cambian las funciones tradicionales, tienen que ver con la reconversión tecnológica de los medios: Los nuevos comunicadores que operan bases de datos, hacen periodismo "on line", producen programas animados por computación, o trabajan por propia cuenta en la autoedición, han abierto espacios, que actualizan funciones tradicionales o expanden los existentes..

En el caso específico de la UCAB cabe hablar también de un nuevo sector laboral, aún incipiente, vinculado a las emisoras de educación radiofónica. La vinculación de la Universidad con las Radio Educativo-Populares de la organización educativa Fe y Alegría ha planteado unos retos que no han sido previstos en los diseños curriculares del pasado.

Por fin, existen otras figuras emergentes como la de los comunicadores vecinales, populares y alternativos, que proliferan por doquier, pero que aún no están profesionalizadas, si bien algunos periodistas participan a tiempo parcial o completo en tales experiencias.

Sus características en muchos casos se confunden con las de los promotores culturales y trabajadores sociales, y, si bien algunas universidades como la Cecilio Acosta de Maracaibo han abierto menciones próximas a estas figuras, aún no han cristalizado.

Estas nuevas modalidades han presentado ya problemas de competencia cuando han adquirido rango universitario, pues se ubican como comunicadores, sin que hasta el presente se haya deslindado su status profesional. (Comunicación y Participación, Revista Comunicación, n.43, 1983).

Por otra parte, hasta el presente el CNP y el SNTP no se han

pronunciado sobre su calificación como periodistas o comunicadores.

V. RESPUESTAS DE LA INSTITUCION ANTE LAS NUEVAS FIGURAS

En la coyuntura de la reforma del pensum, aprobado en 1989, se ha asumido una postura pragmática y flexible para responder a estas figuras profesionales nuevas o emergentes.

En principio no se han abierto nuevas menciones sino se ha visto la forma de responder con una reorganización curricular tales requerimientos. Así, por ejemplo, ante la demanda creciente de una capacitación gerencial, reclamada en múltiples sectores (egresados, alumnos, profesores) se ha buscado la fórmula de abrir una cátedra básica de Administración y Gerencia, que capacite a los egresados en aspectos organizativos. Esta preparación será particularmente válida para los que acceden a puestos directivos, abren pequeñas empresas de auto-edición, actúan como productores televisivos o cinematográficos independientes o trabajan, en general, por propia cuenta. Naturalmente esta misma capacitación es útil para los coordinadores de centros de comunicación vecinal, popular o alternativa, pues rara vez pueden contar con personal especializado para las tareas globales de gestión.

Respecto a las figuras vinculadas a la reconversión tecnológica se ha buscado una doble vía de respuesta: por una parte, una solución común a todos los alumnos del ciclo básico se refiere a la preparación básica en programas de computación aplicados al periodista, al diseñador o al artista gráfico (procesamiento, documentación y base de datos, diagramación y diseño etc.); por otra parte la variedad de las alternativas propuestas en las materias electivas otorga una gran flexibilidad a las acomodaciones o adaptaciones requeridas por un perfil emergente o por las opciones personales.

Dada la importancia de la comunicación educativa y popular, en el ciclo de especialización se ha buscado orientar una cátedra de la mención audiovisual hacia la Radio Alternativa, que además puede ser complementado con talleres ocasionales.

La multiplicidad de materias electivas, reciclables o nuevas, deja abierto un amplio campo de oportunidades para ir incorporando modalidades no previstas en las materias comunes del ciclo diversificado.

En todo caso las oportunidades abiertas por las pasantías, ya con valor académico, ofrecen otro espacio particularmente válido para insertarse en el cuadro de las nuevas figuras.

Esperamos que los criterios de una formación común sólida y una diversificación flexible y abierta al futuro, nos permitan responder a las figuras profesionales nuevas o emergentes.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Proyecto de Reforma de Pensum de la Escuela de Comunicación Social, UCAB, Caracas, 1989.
- Cuenca, Gloria: La formación de los recursos humanos en Comunicación Social en Venezuela, UCV, Caracas, 1985.

- Plazas, Mary: **La calidad del periodismo y el mejoramiento profesional**, Instituto de Mejoramiento Profesional del Periodista, Caracas, 1988.

- Aguirre Jesús M.: **Perfil-87** (Encuesta a los egresados de Comunicación Social de la UCAB, Cátedra de Sociología de la Comunicación de Masas), Escuela de Comunicación Social de la UCAB, Caracas, 1988.

- García Marisol y Conde Orlando: **Estudio sobre la formación del comunicador social en la UCAB**, Escuela de Comunicación Social de la UCAB, Trabajo de Grado, Caracas 1988.

- Gibss, Adriana: **La investigación de la comunicación en el área académica venezolana**, Trabajo de Grado, Escuela de Comunicación Social de la UCAB, Caracas, 1988.

- Carrasquero, Irene, Ramírez Jeannette y Rodríguez Melanie: **Perfil del profesional requerido por las empresas de comunicación social según los anuncios de prensa** (Cátedra de Sociología de la Comunicación de Masas), Escuela de Comunicación Social, UCAB, Caracas, 1988.

- CNP, Ovalles Teresa, Equipo Comunicación: **Periodismo, Comunicación y Nueva Tecnología**, Cuadernos de Periodismo, N.9, Caracas, 1984.

- Revista Comunicación: **Comunicadores y Participación**, N.43, Centro Gumilla, Caracas, 1983.

- Revista Comunicación: **Y detrás... los comunicadores**, N.58, Centro Gumilla, Caracas, 1987.

Caracas, 23 de agosto de 1989

