

Análisis del impacto social de la formación de Comunicadores Sociales y Periodistas de Unicomfauca: demandas, desafíos sociales y desafíos del mundo laboral

Analysis of the social impact of the formation of Social Communicators and Journalists of Unicomfauca: demands, social challenges and challenges of the working world

^aPaulo César Paz-Ramos ^bMaría Isabel Campos-Achicanoy

^a Magister Comunicación Digital, ppaz@unicomfauca.edu.co, Corporación Universitaria Comfauca-Unicomfauca, Popayán, Colombia

^b Profesional en Comunicación Social y Periodismo, mariacampos@unicomfauca.edu.co, Corporación Universitaria Comfauca-Unicomfauca, Popayán, Colombia

Recibido: Mayo 22 de 2021 **Aceptado:** Agosto 27 de 2021

Forma de citar: P.C. Paz-Ramos, M.I. Campos-Achicanoy, "Análisis del impacto social de la formación de Comunicadores Sociales y Periodistas de Unicomfauca: demandas, desafíos sociales y desafíos del mundo laboral", *Mundo Fesc*, vol 11, no. S2 pp. 130-142, 2021.

Resumen

Artículo producto de una investigación desarrollada en Colombia y en su zona suroccidental, gestada y coordinada por la Asociación colombiana de Facultades y Programas universitarios de Comunicación-AFACOM en la cual participaron cerca de 42 programas de Comunicación Social y Periodismo de diferentes universidades. Con un enfoque solamente en la realidad de los egresados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Corporación Universitaria Comfauca – Unicomfauca ubicada en la ciudad de Popayán-Cauca-Colombia. Pretendió caracterizar el perfil profesional del Comunicador Social y Periodista egresado de Unicomfauca en el contexto del mercado laboral en el departamento del Cauca. Se logró conocer esta realidad a través de las versiones de empleadores y diversos actores que han acogido en sus entornos laborales a graduandos del programa mencionado anteriormente. Así mismo, se accedió a las versiones y experiencias de diferentes Comunicadores Sociales y Periodistas egresados de esta carrera profesional de Unicomfauca y se examinó, a manera de estudio de caso, las condiciones del contexto laboral del Cauca en los últimos años. Este estudio permitió conocer el impacto social de los comunicadores sociales y periodistas de Unicomfauca en el departamento del Cauca, territorio con múltiples conflictos sociales, políticos, económicos y étnicos. Pese a ello, el comunicador Unicomfaucano ha sabido enfrentar los desafíos laborales de su profesión. Distinguiéndose entre sus colegas de otras instituciones académicas de la región, por su versatilidad en los diferentes campos y escenarios laborales de la comunicación, tanto en organizaciones sociales, públicas como también privadas.

Palabras clave: Egresados del programa de Comunicación Social, Formación académica de los comunicadores, Mercado Laboral, Profesiones de la comunicación.

Autor para correspondencia:

*Correo electrónico: ppaz@unicomfauca.edu.co



Abstract

Article product of an investigation developed in Colombia and in its southwestern area, developed and coordinated by the Colombian Association of Faculties and University Programs of Communication-AFACOM in which about 42 Social Communication and Journalism programs from different universities participated. With a focus only on the reality of the graduates of the Social Communication and Journalism program of the Comfaucauca University Corporation - Unicomfaucauca located in the city of Popayán-Cauca-Colombia. It sought to characterize the professional profile of the Social Communicator and Journalist graduated from Unicomfaucauca in the context of the labor market in the department of Cauca. This reality was learned through the versions of employers and various actors who have welcomed graduates of the aforementioned program into their work environments. Likewise, the versions and experiences of different Social Communicators and Journalists graduated from this professional career from Unicomfaucauca were accessed and, as a case study, the conditions of the labor context of Cauca in recent years were examined. This study made it possible to know the social impact of the social communicators and journalists of Unicomfaucauca in the department of Cauca, a territory with multiple social, political, economic and ethnic conflicts. Despite this, the Unicomfaucauca communicator has managed to face the labor challenges of his profession. Distinguishing himself among his colleagues from other academic institutions in the region, due to his versatility in the different fields and work settings of communication, both in social, public and private organizations.

Keywords: Graduates of the Social Communication program, Academic training of communicators, Labor Market, Communication professions.

Introducción

Las últimas décadas han permitido apreciar, desde el ámbito de la Educación Superior, retos encaminados a la búsqueda de la alta calidad, que traducidos desde su actuación se reflejan en aspectos dados desde la pertinencia y la relevancia social, científica, tecnológica y, en general, al desarrollo humano en consideración a los escenarios complejos e interdependientes que se derivan de los fenómenos de la globalización, la sociedad de conocimiento, el modelo de desarrollo económico, social y ambiental a nivel local, nacional e internacional.

Estos fenómenos, que repercuten directamente en el campo educativo, conlleva a que la Universidad, como espacio propulsor de políticas, programas y proyectos de formación profesional, asuma una transformación frente a los retos de la actualidad, una resignificación en sus procesos administrativos y académicos a través del desarrollo de sus funciones de formación, investigación y proyección social en aras de generar nuevas condiciones

sociales y culturales acordes a las demandas y necesidades del siglo XXI, sobre todo en un contexto como el del Cauca y el suroccidente colombiano.

Este artículo investigativo pretende dar una aproximación al conocimiento sobre la interacción, articulación y demanda socio-laboral para propiciar elementos que permitan reflexionar, re-significar y actualizar el marco de actuación representado en el currículo que como columna vertical, se encamina a propiciar pertinencia social e integral a través del conocimiento para asumir nuevos posicionamientos del conocimiento y acciones educativas, en tanto como se muestra en [1] "Cuando el conocimiento es la base y motor que mueve la sociedad y se constituye en el capital más valioso de cualquier proyecto productivo, su producción y reproducción, y claro su transferencia y socialización, se encuentran relacionados la universidad con el sector productivo y con los demás sectores ... la pertinencia social de la universidad significa que debe estar en condiciones de responder a la sociedad, de dar cuenta de sus acciones y

de los productos que genera"

Las políticas educativas de Unicomfacauca y del Programa de Comunicación Social y Periodismo dialogan y reflexionan constantemente con las tendencias contemporáneas a nivel internacional, nacional y local con relación a la formación universitaria, por ello la imperativa acción de lectura de contexto en aras de direccionar los tres ejes importantes que circundan la formación universitaria: Región-Universidad - Profesional de manera pertinente, noción que en el campo de la comunicación se puede relacionar con los nuevos modos de habitar el espacio- mundo, las redes de información, comunicación y conocimiento que conecta a nivel global y genera información de manera inmediata, la comunicación digital, el periodismo digital, aquellos desafíos que se presentan en lo público y lo privado que despojan al ciudadano de su rol en una sociedad democrática, la sociedad de consumo, la homogeneización de los estilos de vida, los problemas ambientales, debilitamientos de los países en condiciones vulnerables, la desigualdad, la pobreza y la exclusión social, miradas hacia los fenómenos de la globalización, al uso de las tecnologías de la información y a la sociedad de la información, es así como se desprende la necesidad de configurar nuevos escenarios educativos en una sociedad digital donde se apuesta por la formación de competencias, actitudes, habilidades, valores encaminadas hacia la gestión de los propios aprendizajes, al desarrollo de un trabajo autónomo, colaborativo y creativo, a la adquisición de herramientas intelectuales que les permitan un aprendizaje continuo, a la capacidad de tomar decisiones y de solucionar problemas en condiciones de conflicto e incertidumbre, contribuir a la generación de un capital humano actualizado capaz de emprender grandes saltos tecnológicos y la participación activa y crítica.

Tras aproximadamente 8 años de creación del Programa profesional de Comunicación Social y Periodismo, y próximos a buscar el reto de la acreditación, el interés específico del diseño de la presente investigación pretende afianzar la relación existente entre el mercado laboral y el perfil profesional del Comunicador Social y Periodista, dar cuenta de las formas en que este profesional se relaciona con su entorno, así como las estructuras sociales que lo validan dentro del sistema y que delimitan su marco de acción, su trayectoria profesional y laboral, sus necesidades de formación y la demanda laboral, las tendencias y condiciones laborales de la región.

De acuerdo a [2], se afirma que la pertinencia de la educación superior debe evaluarse en función de la adecuación entre lo que la sociedad espera de las instituciones y lo que éstas hacen. Para ello, las instituciones y los sistemas, en particular en sus relaciones aún más estrechas con el mundo del trabajo, deben fundar sus orientaciones a largo plazo en objetivos y necesidades sociales, y en particular el respeto de las culturas y la protección del medio ambiente. Plantea otras variables de intervención como la cooperación internacional, la cultura, la política, las regiones de aprendizaje, término que vale la pena incorporar a la presente investigación en aras de explorar el vínculo de la universidad con la región en tanto esta aparece emerge como un espacio de pertinencia entre academia y sociedad. La universidad debe construir la región, delimitar conceptualmente la región. Este proceso debe ser realizado colectivamente con los diferentes sectores sociales, políticos, económicos y culturales que, junto a la educación superior, constituyen la "región de aprendizaje".

En relación a [3], la educación superior tiene la responsabilidad social de avanzar en la comprensión de los problemas y hacerle

frente desde las dimensiones sociales, económicas, científicas y culturales. La Universidad está llamada a ejercer un papel de liderazgo social en materia de creación de conocimientos para abordar desafíos mundiales como son la seguridad alimentaria, el cambio climático, la gestión de agua, la interculturalidad, energías renovables y la salud pública. Dentro de las funciones de la educación superior, se requiere promover el pensamiento crítico, la ciudadanía activa, desarrollo sostenible, la paz, el ejercicio de los derechos humanos.

En este sentido, las relaciones entre la universidad y la sociedad está situada la pertinencia como se demuestra en [4] “la necesidad de que las universidades se sintonicen con el mundo actual y sus dinámicas”, dinámicas que son complejas dado que la universidad debe comprender e incidir sobre el entorno, decidir si es un mecanismo de reproducción de mano de obra calificada y valores como lo demanda las condiciones sociales y económicas productivas o si la universidad realiza comprensiones del entorno para innovar, crear interactuar e incidir en las transformaciones de la sociedad.

La manifestación en [5] “Hoy se hace más viable a partir de una mayor permeabilización del sistema universitario al sistema productivo y ello como resultado también de que ambos sistemas manejan un lenguaje común: flexibilidad, calidad, competitividad, resultados, productividad. Esto es, la rigidez de los sistemas de producción y de los sistemas universitarios ha sido superados por modelos más flexibles de organización”

En relación a [6], sobre competencia profesional, laboral, y el desempeño laboral, se integran en un nuevo modelo de formación, utilizado en el marco de una organización curricular flexible, pero quizás

el elemento fundamental que ha permitido esa permeabilización y esa integración, sea precisamente el marco general de los dos sistemas: la sociedad del conocimiento. El conocimiento ha constituido siempre el eje para el funcionamiento de las universidades y hoy este “ingrediente” constituye la base de los sistemas de producción, de tal forma que es comprensible la simbiosis entre los sistemas de formación y los sistemas de producción, lo cual tiene hoy manifestaciones prácticas muy concretas: universidades que desarrollan proyectos de cofinanciamiento para la innovación en los sistemas de producción industriales y empresas que financian proyectos de formación de talentos humanos para el desarrollo de sus proyectos empresariales.

Esta pertinencia requiere de novedosos modelos, enfoques y diseños curriculares para que sean, más colaborativos, interactuantes con el entorno que permita la reflexión con bases en situaciones reales de intervención y comprensión de fenómenos, es decir el currículo entra en escenarios reales para generar transformaciones sociales con la mirada que apunte a la reproducción y legitimación de la vida social sin caer solo a una acción desde lo tecno-económico sino a lo social y cultural.

La pertinencia de un programa académico específico, de acuerdo a [7] se caracteriza cuando dé cuenta de lo siguiente:

-Posea una diversificación de materias que pueda dar respuesta a los nuevos retos planteados por la sociedad. Cuento con flexibilidad curricular, es decir, las materias que ofrezca el programa se ajusten a los cambios del entorno.

-Ofrezca materias que promuevan las destrezas, competencias y habilidades que desarrollen el análisis crítico, creativo e independiente de los graduados.

-Los niveles salariales alcanzados sean al menos tan buenos como los de sus colegas graduados de otras instituciones y de programas afines.

-Las condiciones laborales alcanzadas sean buenas, es decir, con bajos o nulos niveles de informalidad desde el punto de vista del contrato de trabajo y el acceso a la seguridad social.

-La empleabilidad o facilidad para conseguir un empleo en el área para la que se fue capacitado sea alta, permitiendo conseguir trabajos en sectores económicos afines al perfil académico del graduado y ocupaciones donde la relación entre la formación y el trabajo que se hace sea alta.

-El graduado se encuentra satisfecho con su programa.

En esta vinculación entre Universidad y entorno social el enfoque de competencias, como lo afirma [8] “ tienen como propósito orientar la calidad en el aprendizaje y la docencia en las universidades en los procesos de docencia, investigación y extensión” generar los cambios al interior de las universidades implican la comprensión de los fenómenos sociales, culturales, económicos, políticos, tecnológicos que requieren de acciones estratégicas para el abordaje en el mundo de hoy donde el conocimiento y la tecnología tiene una gran influencia en los cambios de la sociedad, las estructuras de las organizaciones deben volverse más ágiles, creativas, innovadoras, flexibles, con procesos de continua formación.

En este sentido, la formación en la educación superior debe apostarle a la adquisición de unas competencias personales, profesionales y sociales que puedan incidir en los contextos locales, regionales, nacionales e internacionales donde puedan poner en actuación y movilización el conocimiento de

manera pertinente, la propuesta curricular que oferte las universidades de acuerdo a las dinámicas complejas de los contextos sitúa las competencias en el punto clave de la construcción curricular, dicha construcción requiere considerar los principios organizativos que permitan desarrollar las capacidades en los estudiantes para tenga la competencia de saber qué conviene hacer en cada contexto o situación a la que se enfrentará como profesional en un campo específico; allí la creatividad, la reflexión, la toma de decisiones, la pericia, la aptitud; es decir, la capacidad de decidir la mejor manera de qué hacer ante diversos problemas y la gestión de recursos para lograrlo, y de acuerdo a [9] “ la competencia es la capacidad de aplicar, con garantías de éxito el conocimiento para hacer frente a situaciones problemáticas”.

Las competencias profesionales deberán estar acordes con los cambios inciertos y acelerados de los contextos por lo que la universidad deberá apuntarle a la flexibilidad, la pertinencia, la internacionalización de los currículos, siendo indispensable conocer y comprender las tendencias y las nuevas formas que emergen para la reflexión pedagógica. En la sociedad de la información y el conocimiento, no solo el conocimiento no es estable, sino también las características de los mercados laborales. Una de las problemáticas curriculares, es que debe formar para el futuro y los currículos corren fácilmente el riesgo de desactualizarse.

Estas miradas permiten dar cuenta de la estructura y oferta curricular en la formación de profesionales con calidad y su pertinencia social acordes con los cambios de los contextos y de las necesidades que requieren. Por lo tanto, hablar de perfil profesional, como se corrobora en [10] “Es dar cuenta de la estructura curricular que contempla tanto contenidos y demandas sociales, como estrategias requeridas para

lograr la formación profesional con calidad y pertinencia social, que califican a un profesional para el desempeño laboral en un campo cada vez más cambiante. Entendiendo por perfil profesional lo que se debe saber para ser y ejercer, es decir, la adquisición de los saberes, destrezas y habilidades para el desempeño profesional y la adaptación a las tendencias de la recuperación, organización, tratamiento, gestión y difusión de la información"

De acuerdo a [11], el perfil laboral corresponde a los saberes, destrezas y habilidades que se adquieren después de graduarse en la universidad, este perfil es adquirido por la experiencia de empleabilidad, los cambios que exige el entorno donde se labora, por las condiciones de adaptabilidad, flexibilidad y por habilidades para solucionar problemas; es lo que se debe hacer para el ejercicio eficiente de la profesión en este caso la del comunicador. Ello depende en gran parte de la formación universitaria, donde se busca lograr el desafío de formar profesionales integrales, con capacidades óptimas para el desempeño de sus labores, tanto técnicas, como en el empleo de lenguajes.

De igual forma no se podía dejar por fuera la mirada y regulación del gobierno sobre asuntos tan importantes como la calidad de la educación que ofrecen la IES. Así es como se demuestra en [12], que, entre otras cosas, se enfoca en una transformación del registro calificado de las instituciones de educación superior (IES), detalla y describe las diferencias entre los programas técnicos, tecnológicos, de pregrado y posgrado que no estaban muy claros en anteriores regulaciones. Con este tipo de modificaciones se puede detectar como:

En relación a [13], la dinámica y las tendencias globales de la educación superior evidencian la necesidad de estructurar un

sistema que sea incluyente y articulado, basado en resultados de aprendizaje de los estudiantes (...). Esta normativa promueve la capacidad de autoevaluarse y autorregularse, por medio de sus sistemas internos de aseguramiento de la calidad, cree en la calidad de nuestras instituciones y les entrega la responsabilidad de seguir construyendo un camino de alta calidad, tomando decisiones que cumplan con los retos de pertinencia que el país demanda.

Es vital conocer el panorama social, político, económico y tecnológico que estamos viviendo en este momento a nivel local y mundial, el cual va a continuar transformando la cotidianidad, los perfiles laborales y la formación profesional del ser humano. Se habla entonces de la Cuarta Revolución Industrial o Industria 4.0. Es en este tipo de sociedad en el que se van a mover las profesiones, en este caso la Comunicación Social y el Periodismo también se verán permeados por esta revolución la que definitivamente obliga a las universidades y sus propuestas de formación a realizar transformaciones profundas en sus propuestas curriculares. Para el oficio más complicado que jamás ha existido se necesitan profesores sobresalientes que incentiven el aprendizaje y la actualización de conocimientos en universidades en las que se equilibren la excelencia en lo clásico y la audacia en la innovación como se observa en [14].

Esto trae cambios en la sociedad, nuevas prácticas socioculturales, formas innovadoras de interacción entre las personas, llegando al punto de tener la necesidad de usar dispositivos tecnológicos diariamente, estos contienen herramientas multimedia (audio, texto, video e imagen). Lo cual ha cambiado no solo las formas de comunicación tradicional a una comunicación digital sino también las formas de aprendizaje. Razón está que ha hecho que las mayas

curriculares de las universidades replanteen los conceptos y métodos de la comunicación y la educación en un mundo conectado, exigiéndoles así la incorporación de docentes expertos. Se está de acuerdo con [15], porque han surgido nuevos roles y tareas para los comunicadores, estos se conocen actualmente como *community manager*, especialistas en la producción y difusión de información en comunidades virtuales, específicamente en redes sociales. Los canales de información en estas nuevas ventanas, se caracterizan por ser atractivos, dinámicos, participativos e innovadores, es por ello que la formación de los comunicadores en la actualidad debe estar enfocada la digitalización, la internet y producción de contenidos con argumento se demuestra en [16].

Se señala que en [17], Los comunicadores sociales del siglo XXI deben demostrar habilidades no solo técnicas, sino también su capacidad de análisis, de interpretación, deben ser estrategias, innovadores, propositivos, buenos redactores y con una base de investigación, sin embargo, las habilidades blandas como por ejemplo el trabajo en equipo y la facilidad de adaptación laboral, son requisitos que deben cumplir sea la organización social, pública o privada. Es decir que el mercado pide profesionales con un alto grado de polivalencia.

Ahora bien, haciendo referencia a ese mercado laboral, sigue siendo un mundo desconocido para los recién graduados y más aún para los estudiantes de las carreras de comunicación, puesto que son pocas las horas de práctica profesional que estos realizan, y siendo conscientes, la práctica es solo un acercamiento al mundo laboral. Demostrado en [18] es importante incrementar la relación académica-sociedad, para generar espacios de práctica y reconocimiento del profesional en esos contextos, buscando así promover la responsabilidad social y apropiación de la realidad de su entorno y país, es decir

un profesional competente e integral. Esto corrobora [19] las mayores oportunidades de vinculación laboral del profesional.

Materiales y métodos:

La apuesta epistemológica y metodológica que orienta y alimenta esta investigación conjuga dos perspectivas o estilos de investigación en las ciencias sociales: la interpretativa y la crítica. Estas perspectivas permiten combinar y conjugar varias dimensiones en el estudio: descriptiva, interpretativa, crítica y propositiva.

La propuesta de investigación, de acuerdo a [20], presentó en aspectos relacionados con el tipo de investigación descriptiva y explicativa en tanto selecciona características del fenómeno de estudio dentro del marco conceptual de referencia y manifiesta. Corresponde a un diseño transversal con un enfoque mixto ya que abarca tanto métodos cuantitativos como cualitativos para la recolección, análisis, explicación e integración de datos para brindar una mayor comprensión del tema objeto de investigación y las conclusiones a alcanzar, mediante varias técnicas de recolección de datos de acuerdo a los objetivos de la presente investigación, así como su población y muestra, que se detallan a continuación:

Los instrumentos de esta investigación fueron:

Análisis documental de estudios sobre profesiones de la comunicación, para conocer investigaciones y estudios realizados a nivel nacional y regional sobre el objeto de la presente investigación. Las encuestas se hicieron en Google Formularios, una se aplicó a graduados (para analizar la correspondencia entre el perfil y el desempeño laboral) y la otra a empleadores (para determinar la correspondencia entre la formación profesional y los requerimientos

del mercado laboral) con preguntas cerradas, de selección múltiple, abiertas y una sección de pregunta según escala de Likert.

Población y muestra: Se determinó con la base de datos existentes de graduados (90 a 2019) y listas de empleadores, donde se aspiró a que el 80% respondiera, se utilizaron estrategias de mensajes, invitaciones generando un sentido de pertenecía para lograr una muestra representativa.

Tratamiento de la información: se obtuvieron datos estadísticos descriptivos de las variables respectivas y análisis de las mismas de acuerdo a los objetivos establecidos en la investigación.

Limitación del estudio: La dificultad de ubicar y encuestar a los empleadores y egresados, para determinar la muestra representativa, el escaso tiempo que disponen para responder al cuestionario, y en algunos casos la indisposición de participar en la investigación.

El contexto donde se desarrollarlo el estudio: Se llevó a cabo en el Cauca, específicamente en Unicomfaucauca, buscando al final del proyecto, cuando ya se tengan todos los resultados de esta IES, conocer y comparar lo encontrado con investigaciones de programas similares gestadas desde Afacom: Cali, Quindío y Pasto.

Resultados y discusión

El 50% de los egresados están ejerciendo la profesión en áreas de la comunicación, los campos más representativos son comunicación organizacional (comunicación interna, externa y relaciones públicas), y comunicación digital (Community manager, marketing digital, realización audiovisual, diseño gráfico y periodismo digital), y un pequeño porcentaje en áreas de la educación

y consultorías. El otro 50% que no trabajan en áreas de la comunicación: el 33,3% están desempleados, emprendedores 13,3%, y el 3,4% restante están laborando en otras actividades como lo son: cajeros, asesor de ventas, y aseo general).

El nivel de empleabilidad que tiene la carrera profesional medida en el tiempo que se demoró en encontrar empleo en su profesión es de: 0 a 12 meses (66,7%), de 13 a 24 meses (11,1%), cuatro años al (7,4%) y más de cuatro años (14,8%). Los sectores de empleo con mayor participación por parte de los egresados han sido empresas privadas y las organizaciones sociales (ONG, fundaciones, asociaciones, corporaciones, cooperativas), y la de menor participación ha sido la vinculación laboral con el Estado (62,1%). Los empleos para los egresados con mayor oportunidad de empleo actualmente son: Realizadores Audiovisuales, Comunicación organizacional, Comunicación digital-Community manager. Es importante mencionar que son los medios tradicionales, el sector donde menos oportunidad laboral hay para los comunicadores sociales y periodistas de Unicomfaucauca (63,3%).

Los ingresos mensuales de los comunicadores sociales de Unicomfaucauca en su mayoría están entre 1 y 3 salarios mínimo, el 57,9% ha sido contratado por prestación de servicios y el 15,8% por contrato ocasional y por objetivos. El pago de seguridad social solo 31% es por parte de la empresa. Y los despidos se presentar por falta de valoración de la profesión 46%, 14,3% por competencia laboral, terminación de contrato y falta de contactos por mantenerse, y un 10,7% por reestructuración de la empresa. Se encontró además que el 53,3% de los encuestados en los últimos cinco años no ha tenido un contrato laboral.

Área de profundización en la carrera profesional del egresado ha sido en las

audiovisuales, comunicación organizacional y la comunicación digital, muy pocos en áreas de la educación y la investigación. Los egresados en sus actividades laborales han desarrollado hábitos como la autonomía en un 56,7%, la responsabilidad en el 90%, trabajo en equipo 63,3%, rigor en la actividad profesional un 80%, creatividad e iniciativa 60%, relaciones sociales 36,7%, innovación 20%, puntualidad 13,3%, liderazgo 16,7%, y proactividad 10%. Con respecto a la formación en investigación académica el 50% lo considera importante en su desempeño laboral, el 33% de baja importancia, y el 16,7% sin importancia. La formación en gestión: emprendimiento, planeación, elaboración y evaluación de proyectos ha sido importante en 46,7%, baja importancia en un 33,3% y sin importancia en un 20%.

La satisfacción de los egresados de comunicación social y periodismo de Unicomfacauca en su formación recibida en la universidad para su desempeño laboral, tiene una satisfacción favorable de 53,3%, totalmente satisfechos 13,3%, insatisfechos el 33,3%. Las empresas y/o entidades encuestadas, revelan ser jóvenes la mayoría de las ellas, con operatividad en la ciudad de Popayán y la región en un 83,3% y el 16,17% a nivel nacional e internacional, microempresas donde predominan productos de carácter informativo (Medios de Comunicación), educativo (Universidades) y Publicitario (Marketing), estas están catalogadas en un 50% como empresa privada, 16,7% empresa pública, ONG 16,7%, y empresa mixta 16,7%. El sector productivo al que pertenecen está en un 60% en el sector servicios (Comercio, servicios financieros, hoteleros, turismo, comunicación) y un 40% el sector de Tics, transporte, consultorías entre otros. De acuerdo con la experiencia que han tenido las entidades y/o empresas con los profesionales en comunicación:

- La elaboración de estrategias de

comunicación un 66,7% buenos.

- Planeación en comunicación 50% buenos y regulares en un 16,7%.
- Producción de impresos, audiovisuales, sonoros, multimediales, digitales 40% buenos, regulares 20% y muy buenos 40%.
- Para el trabajo en equipo de los comunicadores de Unicomfacauca son: 50% muy buenos, y un 50% buenos.
- Definir problemas sociales, interpretar sus causas, describir sus consecuencias y proponer soluciones pertinentes: 80% buenos y 20% muy buenos.
- Expresión escrita: 33,3% regulares, 33,3% muy bueno y buenos 33,3%.
- Expresión oral: 83,3% buenos y 16,7% regulares.
- Realización en productos audiovisuales: 60% buenos, regulares 20%, y muy bueno 20%.
- Realización en productos sonoros: 60% buenos. Muy buenos 20% y 20% regulares.
- Dominio de tecnologías digitales (software, aplicaciones y otras): 66,7% muy buenos, y 33,3% buenos.
- Gestión en redes sociales: 33. 3% muy buenos, 50% buenos, y 16,7% regulares.
- Reportería y producción periodística: 60% buenos, muy bueno 20% y 20% regulares.
- Realización de campañas y piezas publicitarias: 83,3% buenos y 16,7%.

Una de las habilidades en investigación que requieren los comunicadores que laboren para los empleadores encuestados son: Capacidad para realizar investigación (16,7%), habilidades en el manejo de fuentes y revisión documental (33,3%) y análisis de tendencias en redes sociales y medios digitales (16,7%), manejo de base de datos (16,7%) y habilidades para realizar diagnóstico de comunicación (16,7%). Otras de las habilidades en esta área son los estudios de mercado, de comportamiento

y de competencia a nivel de comunicación, y destreza en el monitoreo de medios, análisis de tendencias en medios digitales, habilidades para realizar diagnóstico de comunicación y la proactividad, creatividad, eficacia y responsabilidad.

Ante las demandas del mercado, los principales cambios que los empleadores han observado en los oficios de comunicación y áreas afines propios de su área de trabajo son: Aprendizaje en comunicación digital, planes de crisis en redes sociales, la adaptabilidad hacia el cambio, el trabajo por gestión y no sólo con recursos fijos, capacidad de dominar nuevas plataformas tecnológicas, fotografía y diseño gráfico. Los nuevos oficios o actividades que consideran los empleadores que serán de gran demanda en el mercado laboral en futuro cercano son: comunicación digital, asesores comerciales, estrategias y publicistas a través de medios digitales, realizadores y productores audiovisuales: fotografía, animación, diseño; analistas y gestores de emprendimiento con sentido social y enfoque territorial.

Los programas de comunicación, quienes tienen el rol fundamental de formar a los profesionales de la comunicación que por esencia son los creadores de información para diferentes públicos; se deben estudiar, asimismo, reconozcan, analicen e implementen estrategias no solo a nivel académico dentro de la universidad sino también con el exterior, ese mundo laboral que en las universidades sigue siendo poco vinculado. Todo esto es posible cuando se generan nuevos conocimientos (hallazgos) que luego se vuelven estrategias de posibles mejoras para los diferentes fenómenos, esto es a través de la investigación científica. Los estudios científicos de la comunicación en las últimas dos décadas, han tenido como tendencia la comunicación para el desarrollo y la comunicación para el cambio social en Latino América. En la actualidad

se debe ser más consciente de la realidad, con una visión general y contextual de las sociedades, analizar las dinámicas de poder y la comunicación mediada. En el diálogo y retroalimentación entre los asistentes de esta conferencia, se nombraron uno de los retos que tienen los programas de Comunicación y es la relación academia-mercado laboral, las realidades de sus graduados en el mundo laboral son poco conocidas, y sus estudiantes activos necesitan tener previas relaciones con ese mundo que deberá conquistar.

Los programas de comunicación en los estudios académicos que han desarrollado de su concepción y funcionalidad como programa, evidencian la pertinencia de que se consoliden no solo administrativamente, académicamente sino también en planta docente y conexión con el mundo externo-laboral, es un proceso de transición que todos los programas universitarios a nivel general de muchas ciudades y países deben asumir. Los estudios de investigación dan aportes con estrategias posibles de mejora, estos se convierten en un espejo para los programas, que son en sí, las cunas donde surgen los comunicadores sociales y periodistas del futuro, cuya responsabilidad y ética profesional debe primar en su total ejercicio. Otro de los temas importantes a tener en cuenta en este tipo de investigación es la objetividad del programa al autoevaluarse y tener referencias de investigaciones similares, todo ello en pro de crecer y mejorar como programa gracias a las percepciones que conceden libremente los estudiantes, egresados, graduados, docentes, empleadores y expertos en el mundo laboral.

Conclusiones

Las instituciones de educación superior, y en este caso Unicomfacauca y su programa de Comunicación. Desde la planificación curricular y la construcción de conocimiento se orientan desde una perspectiva amplia, y

no se profundiza en conocimientos prácticos, específicos y técnicos. Esta situación genera dificultades en el campo laboral a la hora de aspirar a vacantes que requieren experiencia en campos prácticos y técnicos. Referente al campo del emprendimiento y los tipos de propuestas que han creado los egresados en Comunicación encuestados, se evidencia que los comunicadores desarrollan ideas enfocadas en la comercialización de productos o servicios, relacionados o no con la Comunicación. Igualmente, proponen ideas de emprendimiento en producción audiovisual, fotografía, marketing digital, publicidad y temas afines a las diferentes ramas de este campo del conocimiento. Sin embargo, ante la precarización laboral y/o las preferencias personales y laborales de los egresados, también se pueden encontrar emprendimientos en temas alimenticios, de estética, deportivos, culturales, de organización de eventos y financieros, entre otros.

El emprendimiento en diferentes áreas de la comunicación es una alternativa para la generación de ingresos. Al ser un campo interdisciplinario, la Comunicación permite plantear proyectos versátiles que vinculan otros escenarios, disciplinas y narrativas, con aplicabilidad en diferentes sectores de la economía, las organizaciones sociales y los medios de comunicación. El programa de Comunicación Social de Unicomfauca está cumpliendo con sus cometidos, cumpliendo con las exigencias que hace el Estado para poder prestar los servicios educativos cada uno de los programas que hacen parte de este proyecto se han esforzado grandemente por obtener los reconocimientos otorgados por el ministerio de educación, se han esforzado por prestar servicios educativos de alta calidad, para formar bien a sus estudiantes y procurar que sus egresados se ubiquen laboralmente bien.

El gran esfuerzo que hace esta universidad

por formar bien a sus estudiantes se pudo comprobar con la imagen positiva que tienen los empleadores sobre los egresados de este programa, pero los profesionales no son bien correspondidos por las empresas, estos entregan todo su profesionalismo, pero el sistema de contratación es muy agresivo con los profesionales pagándoles de una forma paupérrima y contratándolos de una manera desfavorable para los profesionales. Los empleadores que indicaron que los comunicadores que no cuentan con habilidades para proponer y crear nuevos productos y servicios, indican que esta baja capacidad de ser propositivos se debe a que no cuentan con una lectura sobre su realidad y sobre el entorno en el que viven, adicionalmente, indican que los comunicadores cumplen con las tareas que le son asignadas sin ir más allá de lo establecido, además, aclaran que los comunicadores recién graduados particularmente se caracterizan por no contar con estas habilidades propositivas. Aunque de 23 solo tres cuentan con estas apreciaciones, se puede evidenciar que se espera un perfil profesional que se destaque por contar con elementos creativos y proactivos que le permitan destacarse y ser atractivos ante las ofertas limitadas que hay en el mercado laboral de los comunicadores.

Agradecimientos

Gracias a la Corporación Universitaria Comfauca-Unicomfauca, por la financiación y apoyo académico y administrativo para la formulación y ejecución de este proyecto académico, que tuvo una duración de 10 meses. Gestos de gratitud al programa de comunicación social y Periodismo, la Oficina de Egresados Unicomfauca (empleadores y graduados), a expertos académicos de Unicomfauca, como también a los docentes investigadores y expertos en: comunicación Carlos Alberto Valencia, economía Jonathan Alexander Moreno de la Cruz y educación Alejandra

María Rodríguez Guarín del departamento del Cauca, quienes se vincularon al proyecto con suministro de información.

Referencias

- [1] M. Luis. *Educación Superior e interacción curricular*. Bogotá: Alma Mater Magisterio, 2008
- [2] Unesco, “Declaración mundial sobre la educación superior en el siglo XXI: visión y acción”, 1998. [En línea]. Disponible en: <http://www.iesalc.unesco.org/ess/index.php/ess3/article/view/171>
- [3] Unesco, “Conferencia mundial de Educación Superior”, julio 2009. [Online]. Disponible en: http://pep.unc.edu.ar/wp-content/uploads/sites/46/2017/04/Declaracion_conferencia_Mundial_de_Educacion_Superior_2009.pdf
- [4] T. Ulrich. Debate temático “Las exigencias del mundo del trabajo”. París: Centro de Investigaciones sobre la Educación Superior y el Trabajo Universidad de Kassel
- [5] M. Luis. “Perspectiva economista en la vinculación universidad-sociedad”, *Unipluri/versidad*, vol 6, no. 2, 2006
- [6] G. José. “Análisis de la pertinencia del Programa Académico- Ingeniería Civil. Universidad Eafit”, 2011. [En línea]. Disponible en: http://www.eafit.edu.co/institucional/calidad-eafit/investigacion/investigacion/Documents/Analisis_de_la_pertinencia_del_programa_Ingenieria_Civil-2011.pdf
- [7] M. Díaz, *Lectura Crítica de la FM. lexibilidad*. Bogotá: Magisterio, 2007
- [8] J. Goñi, “Desarrollo de competencias”. *Universidad Internacional Iberoamericana*, 2011
- [9] D. Deharbe, “Apuntes para el debate sobre la formación de los comunicadores sociales”, 2018. [En línea]. Disponible en: <http://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/TyPC/article/view/796>
- [10] O. Jaramillo, “Pertinencia del perfil de los profesionales de la información con las demandas del mercado laboral”, 2015. [En línea]. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v38n2/v38n2a3.pdf>
- [11] E. N. Rivadeneira, T. L. Montoya Carrillo, “Orientaciones profesionales de los comunicadores sociales”, *INNOVA Research Journal*, vol. 2, no.5 pp. 60-87, 2017
- [12] Ministerio de Educación. “Decreto 1330”, 2019. [En línea]. Disponible en: https://www.mineduacion.gov.co/1759/w3-article-387348.html?_noredirect=1
- [13] El Tiempo, “Las claves del nuevo decreto de calidad de la educación superior: Duque sancionó norma que reduce trámites de instituciones para que les autoricen ofrecer programas”, 2019. [En línea]. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/las-claves-del-nuevo-decreto-de-calidad-de-la-educacion-superior-393266>
- [14] M, Josep. “Periodismo y comunicación corporativa: Desafíos y tendencias en la cuarta revolución industrial”, *RAEIC, Revista de la Asociación Española de Investigación*, vol. 6, no. 11, pp. 5-16, 2019
- [15] B, Andrés. “Formación de comunicadores ‘Transmedia’ para el público de la generación digital”, 2014. [En línea]. Disponible en: <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/>

handle/20.500.12010/9196/12436.
pdf?sequence=1&isAllowed=y

- [16] C. Margarita. “Nuevas profesiones de la red relacionadas con la comunicación”. [En línea]. Disponible en: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/30581/nuevas%20profesiones%20de%20la%20red.pdf?sequence=1>
- [17] S. Carlos. “El periodista polivalente. Transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes”, 2008. [En línea]. Disponible en: <https://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/3572>
- [18] V. Sandra. “Situación de la demanda laboral de comunicadores”, 2019. [Online]. Disponible en: http://www.scielo.org/bo/pdf/racc/n27/n27_a03.pdf
- [19] S. Javier. “Competencias Profesionales y empleo del futuro periodista: el caso de los estudiantes de periodismo de la UCH-CEU”, 2010. [En línea]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/3495/349532301002.pdf>
- [20] C. Hugo. “Los elementos de la investigación: como reconocerlos, diseñarlos y construirlos”, *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, vol. 4, no. 1, pp. 220-221, 2012