



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN



COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL

**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**CAMPOS PROFESIONALES QUE OCUPAN LOS GRADUADOS
DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTOR:

LUIS FERNANDO FÉLIX AGUIRRE

TUTORA:

ALEJANDRA TERESA CAMPI MALDONADO

BABAHOYO - LOS RÍOS - ECUADOR

2019

RESUMEN

El siguiente estudio de investigación fue realizado con el único objetivo de analizar los diferentes campos profesionales que ocupan los graduados de la carrera de comunicación social y el saber a qué se enfrentarán una vez terminados sus años de preparación académica. La técnica que se utilizó fue la encuesta en donde se obtuvo la participación de ciertos profesionales de la carrera.

Durante todo el análisis exhaustivo que se le pudo dar a este estudio de investigación se ha demostrado que el ejercer la profesión de comunicador social no es tan sencillo, pues los nuevos profesionales terminan trabajando para ellos mismos con la ayuda de las nuevas tecnologías. Las plazas de trabajo son cada vez más escasas, no obstante, el poseer una buena formación desde sus inicios y el haber realizado sus prácticas pre profesionales les dará la idea acerca de lo que se van a enfrentar en el mundo laboral.

Palabras clave: Comunicación social, ámbito laboral, preparación académica, profesionales, formación.

SUMMARY

The following research study was carried out with the sole objective of analyzing the different professional fields occupied by graduates of the social communication career and knowing what they will face once their years of academic preparation are over. The technique that was used was the survey in which the participation of certain career professionals was obtained.

Throughout the exhaustive analysis that could be given to this research study, it has been shown that exercising the profession of social Communicator is not so simple, as new professionals end up working for themselves with the help of new technologies. Workplaces are increasingly scarce, despite having a good training since its inception and having done their pre-professional practices will give them the idea about what they are going to face in the workplace.

KEYWORDS: Social communication, work environment, academic preparation, professionals, training.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 2. DESARROLLO..... | 2 |
| 2.1 JUSTIFICACIÓN..... | 2 |
| 2.2 OBJETIVO..... | 3 |
| 2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS..... | 4 |
| GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL..... | 4 |
| COMUNICACIÓN SOCIAL..... | 4 |
| LA FORMACIÓN DEL COMUNICADOR SOCIAL..... | 5 |
| CAMPOS LABORALES PARA UN COMUNICADOR SOCIAL..... | 6 |
| COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL..... | 7 |
| COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL..... | 7 |
| PUBLICIDAD..... | 8 |
| PERIODISMO..... | 8 |
| INVESTIGATIVO..... | 8 |
| EDUCATIVO..... | 8 |
| COMMUNITY MANAGER..... | 9 |
| 3. TÉCNICAS APLICADAS..... | 10 |
| 3.1 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN..... | 10 |
| 3.2 TÉCNICAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN..... | 10 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| 4. RESULTADOS OBTENIDOS | 11 |
| 5. CONCLUSIONES | 17 |
| 6. RECOMENDACIONES..... | 18 |
| 7. BIBLIOGRAFÍA..... | 19 |

1. INTRODUCCIÓN

A través del tiempo el poder ejercer como profesional de la carrera de comunicación social se ha vuelto más complicado, puesto que los niveles de desempleo han aumentado a un límite donde tienen que ocupar plazas de trabajo que no tienen nada que ver con lo que un comunicador se ha preparado.

Tanto la economía, como el desarrollo tecnológico y el mercado laboral han sufrido grandes cambios, dichos factores son el detonante para que un recién graduado de comunicador tenga escasas las posibilidades de ocupar un buen lugar de trabajo.

En el campo laboral de la comunicación lo que se requiere es de profesionales que hayan tenido una buena formación académica, por lo que las universidades no están exentas de lo que a los graduados les pueda esperar una vez hayan cumplido con sus años de estudio.

Lo que se busca con este estudio de caso es analizar los diferentes campos que puede ocupar un comunicador una vez que haya finalizado con su formación, teniendo en cuenta todo lo relacionado con el desarrollo institucional y sobre todo el empresarial de cada uno de los profesionales.

2. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

Los comunicadores sociales son profesionales que ejercen su labor en diferentes campos entre ellos tenemos los medios de comunicación, la gestión de conocimiento, relacionista público, manager, comunicador organizacional, entre otras.

Lo más importante de esta prestigiosa carrera es que su factor principal es educar para que las personas vayan enriqueciendo sus conocimientos, afecto y relaciones con el entorno y su colectivo social.

Estudiar comunicación social es interesarse en la lectura en la interpretación y dar a conocer información relevante con el fin de transformar y beneficiar la calidad de las personas. Las tareas que puede desarrollar un graduado en comunicación social son bastante amplias, pero sin embargo existen empresas que piensan en sus beneficios.

Todos necesitamos comunicarnos, entregar y obtener información, tanto en nuestra vida cotidiana, como en nuestro entorno laboral. En esta carrera convergen las prácticas humanas, la investigación, la educación y sobre todo la responsabilidad social.

2.2 OBJETIVO

Estudiar los diversos campos profesionales que ocupan los graduados de la carrera de comunicación social.

2.3 SUSTENTOS TEÓRICOS

GRADUADOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La mayoría de los egresados de comunicación se desempeñan en lo que fueron formados. Sin embargo, se encuentran en una etapa de desarrollo inicial, la cual deben recorrer los comunicadores que comienzan su aventura en el campo laboral, pero significa un estancamiento para los que ya tienen varios años trabajando. (Sanchez, 2014)

La carrera de comunicación social está viviendo un momento de cambio, debido a su creciente solvencia entre los bachilleres egresados; pero, a su vez, de compleja relación con el mundo laboral, por las limitadas ofertas de trabajo. Una relación menos oscilante y más en sintonía entre el mundo académico y el mundo del trabajo se encuentra en la base del desarrollo y avance de las universidades que ofrecen la carrera de comunicación social. Es evidente que sus campos de acción se han renovado y que una de sus tensiones consiste en la divergencia entre lo que los estudiantes encuentran en sus currículos y el contexto laboral al que luego se ven enfrentados cuando egresan de la universidad. (SEPULVERA, 2011)

En la actualidad las posibilidades de encontrar trabajo para los graduados de comunicación social son escasas, sin embargo, la carrera no deja de ser interesante, tanto así que cada vez son más los estudiantes que la eligen para estudiar.

COMUNICACIÓN SOCIAL

Estudiar comunicación, como se evidencia cada vez más ampliamente, no es sólo ocuparse de los aportes de un conjunto restringido de medios, sea a la socialización de los niños o los jóvenes, sea a las decisiones de compra o de votación. Ni es sólo involucrarse con las legitimaciones ideológicas del Estado moderno. Estudiar

comunicación consiste, más bien, en elaborar argumentos sobre las formas y determinaciones del desarrollo sociocultural como tal. El potencial del estudio de la comunicación, en suma, converge directamente, y en muchos puntos, con los análisis y la crítica de la sociedad existente en todas sus modalidades. (SALADRIGAS MEDINA & OLIVERA PEREZ, 2015)

Con el pasar de los días nos podemos dar cuenta que estudiar la carrera de comunicación social es de vital importancia por motivo que cada vez son más los cargos que puede ejercer un profesional de dicha profesión. Esto se ha dado debido a la llegada de las nuevas tecnologías en el mercado. Tiempos atrás si bien es cierto que el área solo estaba reservada para realizar el periodismo, la locución, la prensa escrita o la conducción de radio y tv, en la actualidad la puerta de posibilidades ha abierto la casa a nuevos trabajos relacionado con la carrera de comunicación social.

LA FORMACIÓN DEL COMUNICADOR SOCIAL

Alrededor del mundo, hoy es posible analizar a una fuerza laboral joven que, dentro de la comunicación social, no logra emplearse, o que no coinciden con sus expectativas profesionales. En Latinoamérica, la información oficial proporcionada por el Ministerio de Educación y por el Proyecto Futuro Laboral (2008) ubica la carrera de comunicación social como la novena carrera con mayor oferta de profesionales en términos generales, y como la segunda carrera con mayor cantidad de profesionales jóvenes (25-34 años). Y si bien no existen cifras específicas de cesantía dentro del periodismo, la sensación general de los gremios y asociaciones profesionales que los reúnen es que esta sería superior. (CLAUDIA MELLADO RUIZ, 2010)

La transformación digital ha cambiado los hábitos de consumo creando negocios globales a través de internet. Para relacionarse con clientes y satisfacer sus necesidades,

las empresas están creando estructuras de trabajo que requieren profesionales con comprensión de la Web y desempeño en el ecosistema de medios actual. A partir del análisis del contenido de ofertas de empleo en internet se presentan resultados que guían y facilitan la inserción laboral de estudiantes de la carrera de comunicación social. Se recomiendan aproximaciones a la demanda del mercado a instituciones académicas, indicando qué conocimientos y capacidades se exigen para perfiles y áreas de trabajo. Se constata la demanda de profesionales cada vez más híbridos y transversales que tengan aptitudes y habilidades multidisciplinares. (ERIKA- PATRICIA ALVAREZ- FLORES, 2018)

CAMPOS LABORALES PARA UN COMUNICADOR SOCIAL.

El campo profesional para un comunicador social es más numeroso, uno de los sucesos más relevantes que ha ocurrido es la llegada de la tecnología digital, que ha significado una modificación en los modos de hacer y pensar los medios y las prácticas comunicativas.

Los emisores se han beneficiado, en tanto las posibilidades de la producción comunicativa se han ampliado enormemente, pero ello ha supuesto también un reto, pues han debido educarse sobre la marcha, aprender haciendo, pero sobre todo, ha exigido un cambio en sus modelos mentales hasta llegar a comprender la importancia que puede ser la tecnología en los tiempos de ahora, y aún más la conveniencia, de estar visibles en Internet en sus más diversos servicios: portales, blogs y redes sociales (Youtube, Facebook, Twiter, LinkedIn, entre otras) y en los modos más disímiles: medios tradicionales con su versión digital, nuevos medios solo digitales. (SALADRIGAS MEDINA & OLIVERA PEREZ, 2015)

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación y la cultura organizacional están íntimamente relacionadas. El concepto de cultura ha entrado con fuerza a la jerga de las organizaciones en los últimos tiempos, y cada vez más ligado al de comunicación. De hecho, una manera muy extendida de comprender la cultura es como un conjunto de significados compartidos que proporcionan un marco común de referencia y, por tanto, patrones similares de comportamiento. En la organización, los medios de comunicación y reforzamiento de la cultura son múltiples: símbolos, conductas, políticas, procedimientos y normas, instalaciones y tecnología, por nombrar sólo algunos. La comunicación es una responsabilidad compartida; como todos en la organización se comunican, comunicarse bien es una responsabilidad de todos, si bien algunos deben desempeñar un papel más importante en este sentido por la posición que ocupan o por la información que manejan. Por tanto, el desarrollo de las habilidades de comunicación de las personas, en los distintos niveles y áreas, se ha vuelto una prioridad, sobre todo ahora que las organizaciones están viviendo cambios fundamentales. (PAZ, 2012)

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Es la gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas, con el propósito general de establecer y mantener una reputación a su favor frente a los diversos grupos de públicos de los que la organización depende.

Esta definición resume diferentes elementos presentados a lo largo de la historia de la profesión. En términos generales, refuerza la visión funcional de la Comunicación Institucional que introduce el concepto de públicos e intenta proyectar la idea de

dependencia recíproca entre la empresa y los diferentes colectivos genéricos de una organización. (PORTUGAL, 2012)

PUBLICIDAD

Es un fenómeno de una complejidad tal, que obliga tener la comunicación a su entorno para poder vender sus productos o servicios. (MARTINEZ, 1993).

PERIODISMO

El periodismo abarca muchas especialidades: puedes ser periodista de dirección, de mesa, de televisión etc. (MONTERO, 1973)

INVESTIGATIVO

La investigación se ha tratado a partir de tres líneas fundamentales: Estudios teóricos de la comunicación y la información, Estudios históricos de la comunicación y la información y Teorías y lenguajes de la comunicación. (SALADRIGAS MEDINA & OLIVERA PEREZ, 2015)

EDUCATIVO

Se constata transformación en las especialidades según las características y demandas del mercado laboral en el país (diseñadores informacionales, realizadores audiovisuales, periodistas y comunicadores sociales); un crecimiento, tanto de las matrículas como de los programas y los centros que los ofrecen, lo que permite hablar de una expansión de los estudios fundamentalmente de la carrera de Comunicación Social en todo el país. (SALADRIGAS MEDINA & OLIVERA PEREZ, 2015)

COMMUNITY MANAGER

La formación en la sociedad de los espacios de la Web 2.0 y su empleo por parte de los anunciantes en sus estrategias comunicacionales han motivado la aparición de una nueva figura profesional: el Community Manager. La importancia del tema de estudio radica en la actualidad y novedad de la figura profesional analizada, dada la rápida incorporación que está viviendo como profesional de la comunicación social online de la mano de los continuos cambios que estamos viviendo en el ámbito de la comunicación digital. (MARTINEZ A. C., 2010)

3. TÉCNICAS APLICADAS

3.1 MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

En el presente caso de investigación se aplicó la modalidad de búsqueda cuantitativa, ya que está basado en el análisis obtenido para luego realizar la debida interpretación.

3.2 TÉCNICAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

- ❖ La encuesta que se realizó a los graduados de la carrera de comunicación social fue fundamental para determinar los campos profesionales en los que se puede ejercer.
- ❖ La observación directa en el campo de la profesión me permitió dar un criterio, con el fin de tener el suficiente conocimiento sobre los campos profesionales que ejercen los graduados de la carrera de comunicación social.

4. RESULTADOS OBTENIDOS

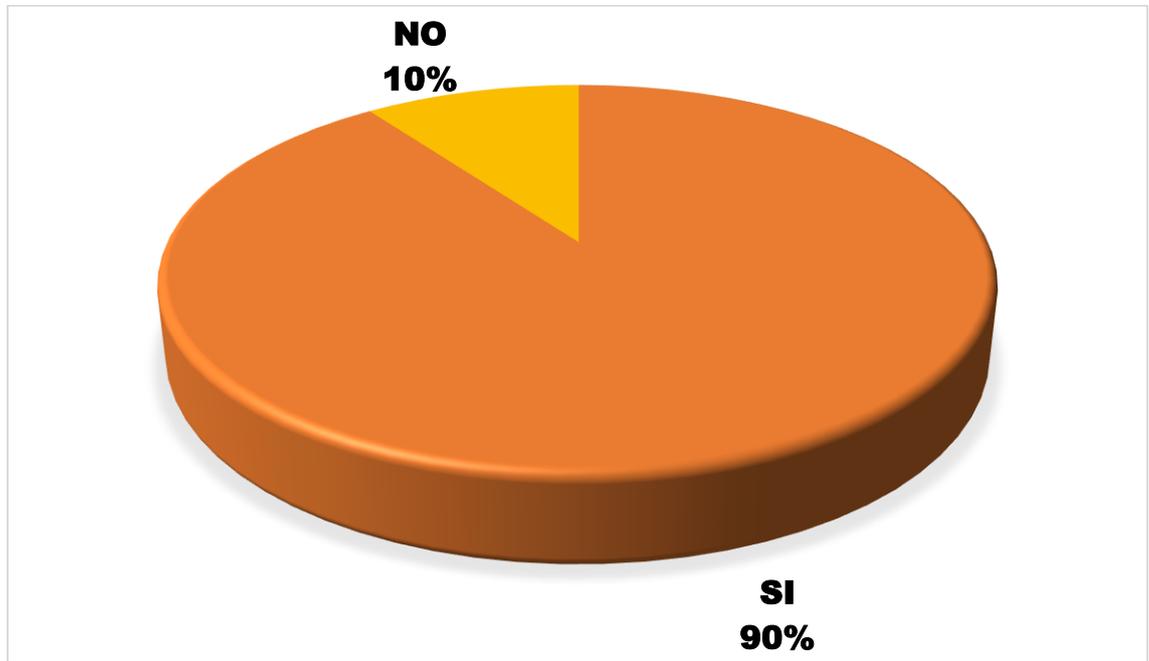
Con el fin de darle seguimiento al objetivo que me propuse desde un comienzo a este estudio de investigación, pude obtener informaciones relevantes de los profesionales que ejercen la carrera de comunicación social en diferentes campos desde tiempos atrás hasta la actualidad por medio de las encuestas.

Para el siguiente estudio de caso, se aplicó la encuesta como instrumento de investigación, la cual se ejecutó directamente a los graduados en la carrera de comunicación social determinando mediante este estudio de investigación que, aunque la carrera sigue creciendo en todos sus campos, al momento de buscar trabajo son escasas las oportunidades en el mundo laboral.

Por otro lado, se pudo analizar que un graduado de la carrera de comunicación social está preparado para poder cumplir en diferentes cargos educativos.

En las siguientes preguntas ejecutadas a 10 profesionales de dicha carrera, se observará lo dicho, referente a los resultados obtenidos:

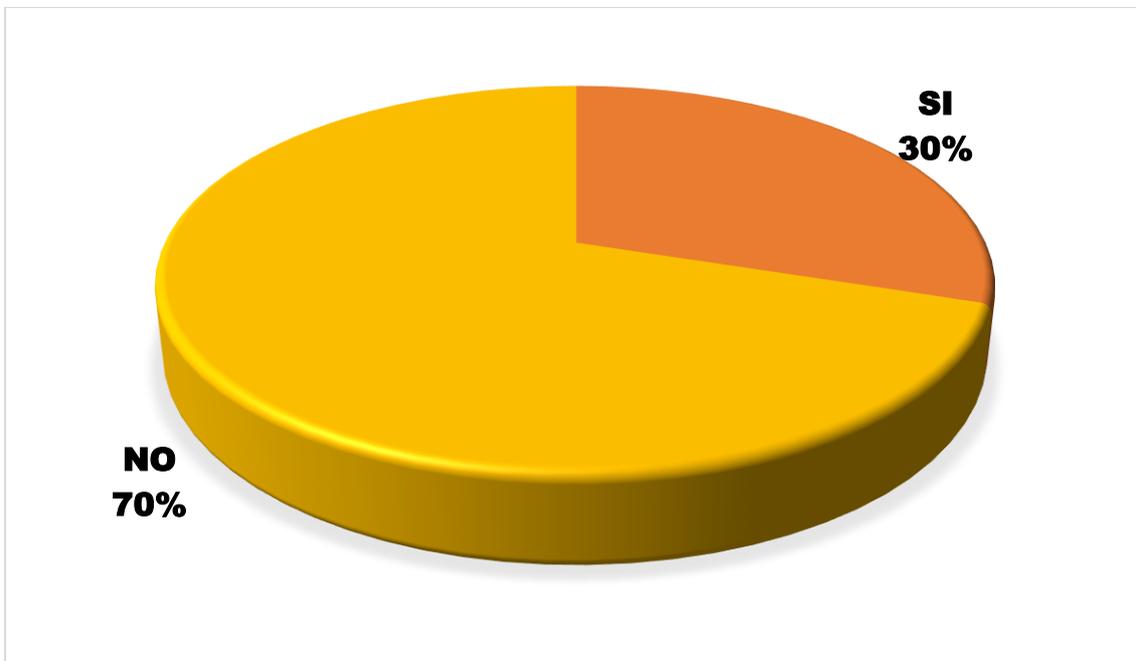
1. **¿Cree usted en que un comunicador social puede cumplir su profesión en diferentes campos profesionales?**



Análisis:

En esta pregunta planteada, se pudo establecer que un graduado de la carrera de comunicación social si tiene los suficientes conocimientos y capacidades para poder desarrollarse en los diferentes campos profesionales que se lo requiera.

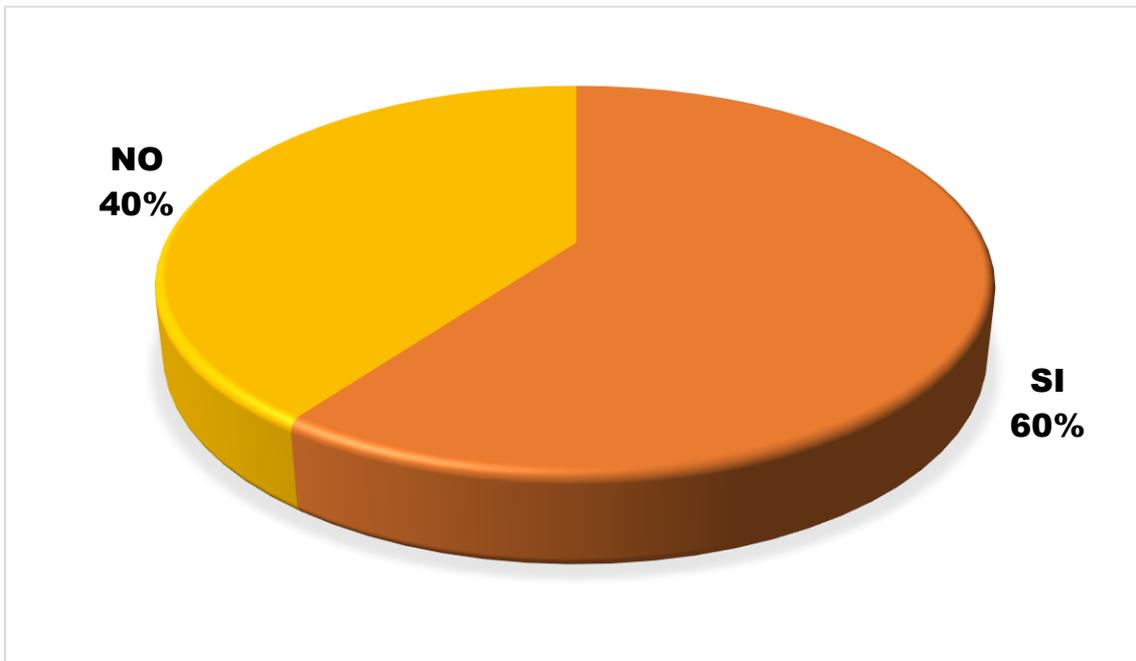
2. ¿Cree usted que un comunicador social solo debe de ejercer su profesión en los medios de comunicación?



Análisis:

En esta pregunta se pudo observar en base a los resultados que un comunicador social no solo puede desempeñar su profesión en los medios de comunicación, sino que además puede cumplir con otros cargos relacionados a la Comunicación Social.

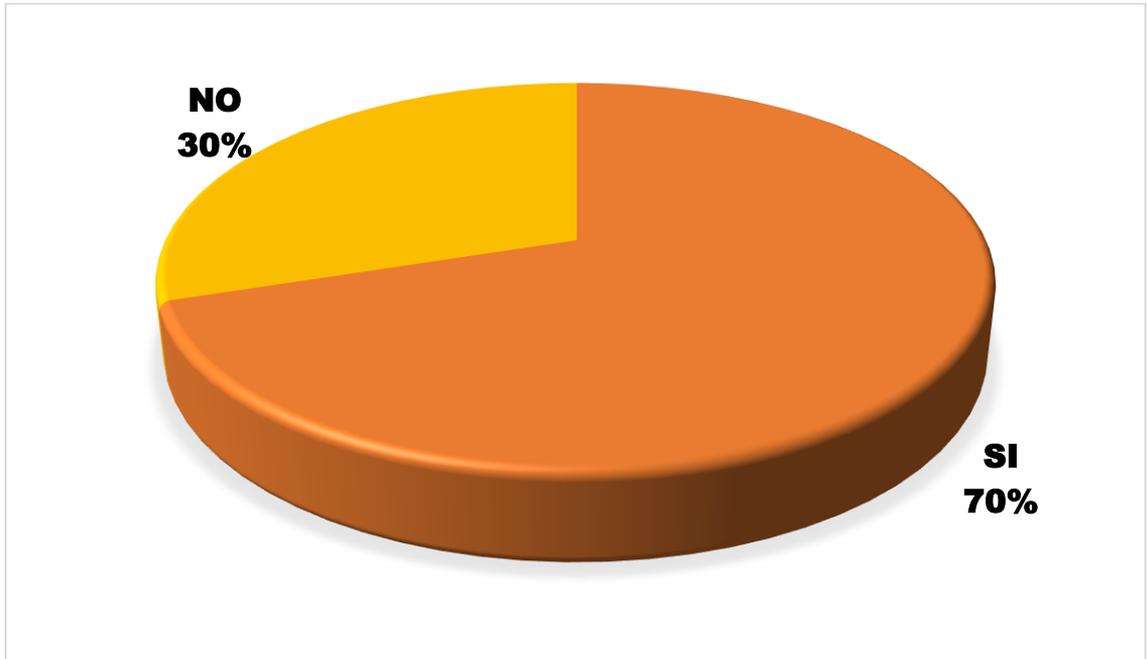
3. ¿Está usted de acuerdo en que los graduados de la carrera de comunicación social reciban constantemente actualizaciones de conocimiento?



Análisis:

Por medio de esta pregunta se pudo observar que, los mismos profesionales de la comunicación social afirman que se debe estar constante actualización de conocimientos, no solo para reforzar lo ya aprehendido sino también por la nueva era digital en la que se está viviendo.

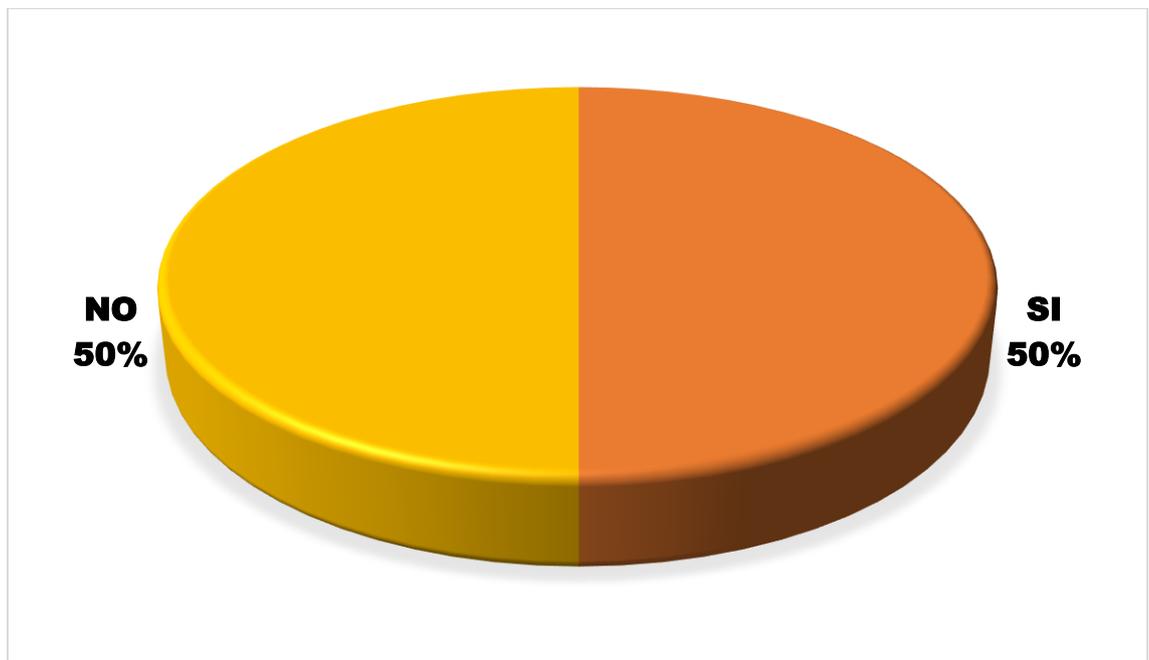
4. ¿Cree usted en que los graduados de la carrera de comunicación social deberían utilizar la tecnología como herramienta de trabajo?



Análisis:

Mediante esta pregunta se determinó que la gran mayoría de los graduados de la carrera de comunicación social en los tiempos actuales hacen uso de los medios tecnológicos como herramienta principal para el desarrollo de su profesión en sus diferentes campos.

5. ¿Cree usted en que los comunicadores sociales en la actualidad tienen la capacidad de educar, orientar y entretener a la sociedad?



Análisis:

El resultado dado en esta pregunta permite observar que la mitad de los profesionales encuestados creen que en los tiempos actuales los comunicadores no cumplen las funciones básicas que caracterizan a los comunicadores de educar, orientar y entretener. Sin embargo, la otra mitad afirma que si realiza y cumple con las funciones.

5. CONCLUSIONES

- ❖ A partir del estudio de investigación se pudo verificar en que un graduado en la carrera de comunicación social tiene la suficiente capacidad y conocimiento para poder ejercer diferentes campos profesionales, pero también se ha investigado que el campo laboral no está en los mejores momentos para los profesionales.
- ❖ En cuanto a la técnica de investigación la gran parte de la investigación asume una referencia cuantitativa con la aplicación de la encuesta; a pesar de existir una escasez laboral en la carrera de comunicación social esta no desmaya a lo contrario cada vez son más los estudiantes que se deciden por estudiar esta carrera por lo que no deja de ser importante.
- ❖ Por otro lado, se pudo coincidir en que todos necesitamos de la comunicación tanto en el trabajo como en la vida cotidiana con el propósito de mejorar el desarrollo de cada receptor. Estudiar la carrera de comunicación social no deja de ser interesante, la comunicación es la mejor arma en que un ser humano pueda tener.
- ❖ Ser un comunicador social es ser el mediador de los problemas que puedan presentarse en cualquier área, esta profesión te pueda dar problemas, pero también felicidad en el momento que ya eres un graduado en comunicación social tu deber es ser el profesional que el pueblo necesita en sus diferentes campos.

6. RECOMENDACIONES

- ❖ A los graduados de la carrera de comunicación social que nunca dejen de estudiar que siempre hay algo nuevo que aprender que siempre estén en constante actualizaciones de conocimiento porque la comunicación siempre sigue y seguirá actualizándose y lo más importante que siempre sean integro en sus campos laboral.
- ❖ Al momento de realizar cualquier estudio de investigación no olviden las técnicas de investigación porque es lo más importante dentro de la misma la que te permitirá llegar al objetivo trazado. La escasez laboral no sea motivo de tu desmayo sino el motivo de nuevas ideas.
- ❖ Los comunicadores sociales al momento de ejercer su profesión no deben olvidar lo más importante que debería tener todo profesional que es la ética, sin embargo, existen otras habilidades que debe tener en cuenta el saber escuchar y el ofrecer retroalimentaciones te hará mejor profesional.
- ❖ A pesar de que ya te hayas graduado en la carrera de comunicación social y te encuentres cumpliendo tus funciones debidas no dejes de leer, recuerda siempre que un buen profesional nunca olvida lo aprehendido en el campo de acción ni mucho menos deja de ser un educador

7. BIBLIOGRAFÍA

- CLAUDIA MELLADO RUIZ, P. S. (2010). Obtenido de CM Ruiz, PS Meruane, S Barría - ... de Ciencias Administrativas y Sociales, 2010 - redalyc.org
- ERIKA- PATRICIA ALVAREZ- FLORES, P. N.-G.-S. (2018). Obtenido de EP Álvarez-Flores... - El profesional ..., 2018 - elprofesionaldelainformacion.com
- MARTINEZ, A. C. (2010). Obtenido de A Castelló-Martínez - Pangea: revista de la Red Académica ..., 2010 - dialnet.unirioja.es
- MARTINEZ, A. F. (1993). Obtenido de AF Martínez - 1993 - books.google.com
- MONTERO, R. (1973). Obtenido de JA Montoro - 1973 - geocities.ws
- PAZ, V. G. (2012). Obtenido de VG Paz - Red tercer milenio, 2012 - academia.edu
- PORTUGAL, R. R. (2012). Obtenido de RR Portugal - Revista de comunicación, 2012 - dialnet.unirioja.es
- SALADRIGAS MEDINA, H., & OLIVERA PEREZ, D. (12 de 2015). Obtenido de HS Medina, DO Pérez - Razón y palabra, 2015 - redalyc.org
- Sanchez, C. (2014). Obtenido de https://scholar.google.com/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=formaci%C3%B3n+docente+DE+LOS+COMUNICADORES+SOCIALES&btnG=
- SEPULVERA, M. S. (11 de 2011). Obtenido de MS Gómez, R Sepúlveda - Signo y Pensamiento, 2011 - redalyc.org

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL

ESTUDIO DE CASO

TEMA: CAMPOS PROFESIONALES QUE OCUPAN LOS GRADUADOS DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Cree usted en que un comunicador social puede cumplir su
profesión en diferentes campos profesionales.

SI NO

2. Cree usted que un comunicador social solo debe de ejercer su
profesión en los medios de comunicación.

SI NO

3. Está usted de acuerdo en que los graduados de la carrera de
comunicación social reciban constantemente actualizaciones de
conocimiento.

SI NO

4. Cree usted en que los graduados de la carrera de comunicación social deberían utilizar la tecnología como herramienta de trabajo.

SI

NO

5. cree usted en que los comunicadores sociales en la actualidad tienen la capacidad de educar, orientar y entretener a la sociedad.

SI

NO



Realizando correcciones del proyecto investigativo



Recibiendo tutorías por parte de la Msc. Alejandra Campi