

# FORMACIÓN PROFESIONAL AUDIOVISUAL Y DESEMPEÑO OCUPACIONAL EN COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS<sup>1</sup>

AUDIOVISUAL PROFESSIONAL TRAINING AND  
OCCUPATIONAL PERFORMANCE IN SOCIAL  
COMMUNICATORS AND JOURNALISTS

Hernando Alfonso Cerón Carlosama\*  
Juan Carlos Acebedo Restrepo\*\*

Recibido: Julio 5, 2022

Aceptado: Septiembre 28, 2022

Tipo de Artículo: Investigación científica y tecnológica

\* Magíster en Educación de la Universidad Surcolombiana. Docente de la Institución Educativa San Antonio del Pescado, Garzón, Huila. [hernando9229@hotmail.com](mailto:hernando9229@hotmail.com)  
0000-0002-0194-0390

\*\* Doctor en Comunicación de la Universidad Nacional De La Plata. Docente de la Universidad Surcolombiana [juancarlosacebedo@gmail.com](mailto:juancarlosacebedo@gmail.com)  
0000-0001-8565-6137

1 El Artículo nace de la investigación "Formación profesional audiovisual y desempeño ocupacional de los primeros graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la USCO en la sede Pitalito (2018 – 2020)" realizada para optar al título de Magister en Educación en la Universidad Surcolombiana, durante el año 2021.

**Resumen:** La Universidad Surcolombiana se involucra en las dinámicas de presencia en el territorio. Por lo anterior, consolida la apertura de programas de pregrado en las sedes de los tres principales municipios del Huila: Pitalito, Garzón y La Plata. En Pitalito, a partir del año 2014 la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas dio apertura al pregrado en Comunicación Social y Periodismo, ligado académicamente a la sede principal de Neiva. Trascorridos más de 6 años de la apertura, sus egresados empiezan a involucrarse en oportunidades laborales y profesionales en el contexto. Esta investigación analiza las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Usco (sede Pitalito) y su relación con las demandas comunicativas del entorno y con su desempeño ocupacional, en el lapso 2018 - 2020.

Se utilizó una metodología mixta, que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, con predominio de las primeras, como entrevistas semiestructuradas y grupos focales. El abordaje relacionó tres categorías teóricas fundamentales: Formación profesional audiovisual, Desempeño ocupacional y Currículo.

**Cómo citar este artículo:** Cerón, H. & Acebedo, J. (2022). Formación profesional audiovisual y desempeño ocupacional en comunicadores sociales y periodistas. *Revista PACA 13*, pp. 81-96.

La investigación arrojó la prevalencia de un bajo porcentaje de ocupación de los egresados en actividades relacionadas con su formación profesional, y la existencia de tensiones entre las demandas ocupacionales por parte de los empleadores, las herramientas otorgadas en su formación y el ejercicio propio en el campo laboral. De otra parte, se recogieron y sintetizaron las apreciaciones y propuestas de los egresados encaminadas a adelantar una renovación curricular que aporte conocimientos teóricos, prácticas y técnicas, que les permitan mejores desempeños en el ámbito laboral de la región.

**Palabras clave:** egresados, comunicación, formación audiovisual, desempeño ocupacional, formación profesional, regionalización en educación.

**Abstract:** The Surcolombiana University is involved in the dynamics of presence in the territory. Due to the above, it consolidates the opening of undergraduate programs in the headquarters of the three main municipalities of Huila: Pitalito, Garzón and La Plata. In Pitalito, starting in 2014, the Faculty of Social and Human Sciences opened the undergraduate program in Social Communication and Journalism. This emerges academically linked to the main campus of Neiva. After more than 6 years of opening, its graduates begin to get involved in job and professional opportunities in the context. This research analyzes the characteristics of the audiovisual professional training of the graduates of the Social Communication and Journalism program of the Usco (Pitalito headquarters) and its relationship with the communicative demands of the environment and with their occupational performance, in the period 2018 to 2020.

A mixed methodology was used, which combined qualitative and quantitative techniques, with a predominance of the former, such as semi-structured interviews and focus groups. The approach related three fundamental theoretical categories: Audiovisual professional training, Occupational performance and Curriculum.

The investigation showed the prevalence of a low percentage of occupation of the graduates in activities related to their professional training, and the existence of tensions between the occupational demands by employers, the tools provided in their training and their own exercise in the field labor. On the other hand, the appreciations and proposals of the graduates were collected and synthesized aimed at advancing a curricular renewal that provides theoretical, practical and technical knowledge, which allows them to better perform in the workplace in the region.

**Keywords:** graduates, communication, audiovisual training, occupational performance, professional training, regionalization in education.

## Introducción

El principal centro de formación superior del departamento del Huila, la Universidad Surcolombiana, hace presencia directa en el territorio con programas académicos pertinentes.

El Acuerdo No. 027 de 1995 del Consejo Superior de la USCO aprueba la creación de las sedes universitarias en los municipios de Garzón, Pitalito y La Plata, con dependencia administrativa de la sede central de Neiva; en lo académico, los programas dependerán de las respectivas facultades (Portal Universitario, 2020).

A partir de 2010 se fortaleció la oferta académica en las sedes. Uno de los programas que abrieron sus puertas en la sede de Pitalito en el año 2014 fue el pregrado en Comunicación Social y Periodismo, adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, con registro SNIES 90518 y registro calificado por primera vez por Resolución 4262 del 31 de mayo de 2010, con renovación por Resolución 17434 del 30 de agosto de 2016, la cual estuvo vigente hasta enero de 2021. En la actualidad se adelanta el trámite de solicitud de renovación del registro calificado para el programa en la sede, al amparo de la renovación de la Acreditación de Alta Calidad del Programa obtenida recientemente. La apertura del programa, implicó un esfuerzo en infraestructura, desplazamiento de docentes y estructuración de mecanismos apropiados para ofrecer una formación acorde al nivel académico del pregrado en la sede central de la ciudad de Neiva.

Con la apertura de programas académicos, como el de Comunicación Social y Periodismo en Pitalito, se generan inquietudes y preguntas sobre

el verdadero papel formativo y profesional de los programas, sobre la utilidad y pertinencia de los mismos. En los análisis autoevaluativos del programa en las ciudades de Neiva y Pitalito (en el marco de la renovación del registro calificado para dichos programas) se han reflejado las tensiones antes mencionadas. De igual manera aunque las problemáticas e interrogantes frente a las políticas universitarias desbordan los alcances del programa de Comunicación, se concretan tendencias a pensar la academia en un sentido amplio y complejo, surgiendo interrogantes como: ¿Seguir la política de apertura de programas académicos en las sedes es pertinente?, y si lo es, ¿cuáles son los parámetros para saber cuál es la oferta de formación que debe establecerse? ¿cuál es la pertinencia de la formación recibida por los futuros profesionales en relación con las necesidades y demandas del territorio y de la sociedad regional? Aunque los interrogantes reflejan una visión amplia, que involucra las decisiones macro de las universidades, los interrogantes sugieren análisis al interior de los programas de pregrado, que involucra un análisis interno con los protagonistas que viven a diario el proceso formativo.

Con la graduación de los primeros profesionales en la sede Pitalito del programa de Comunicación Social y Periodismo surge la oportunidad de revisar la formación en relación con sus perfiles ocupacionales, con una delimitación apropiada en el ámbito de las competencias audiovisuales. Así, la apuesta investigativa se propuso como objetivo general analizar las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Usco (sede Pitalito) y su relación con las demandas comunicativas del entorno y con su desempeño ocupacional en el lapso 2018 - 2020.

Al involucrarse en las dinámicas actuales del programa y establecer los énfasis formativos de graduados, se tomó el ámbito de la formación audiovisual como componente principal de la investigación, puesto que, según el estudio realizado por la Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarias de Comunicación (AFACOM) en el año 2019, denominado “Trasformaciones de la comunicación según el mundo del trabajo”, las nuevas competencias laborales para los comunicadores, de acuerdo con las demandas del entorno, serían: “Comunicación estratégica, audiovisuales para canales Web (producción de contenidos), videojuegos, comunicación corporativa, community manager, consultores en relaciones públicas, periodismo Big Data, dominio para inteligencia artificial, gestión

cultural, coach, comunicación en la salud y en el sector rural” (AFACOM, 2019). El estudio presenta la formación audiovisual como una potencialidad relevante en el contexto de las expectativas de inserción laboral y ocupacional de los profesionales en comunicación del país.

### Referentes teóricos

Con base en los aportes teóricos de diversos autores, entre ellos Casanova (2003), sobre formación profesional y relaciones laborales; Arana & Batista (1999), sobre propuestas pedagógicas para la formación profesional; López (2017) sobre currículo; Fuentes (1985), sobre comunicación educativa audiovisual; Adame (2009), sobre medios audiovisuales en el aula; Tucho et al. (2015), sobre educación mediática, Ferrés & Piscitelli (2012), sobre la competencia en comunicación audiovisual, y documentos oficiales como el Proyecto Educativo Universitario (PEU) de la Universidad Surcolombiana, se asume la Formación Profesional Audiovisual como el proceso de la educación superior mediante el cual se prepara a la persona para los ambientes laborales u ocupacionales propios de la Comunicación Audiovisual. Es pertinente considerar que los ambientes laborales no solo se limitan a la realización de determinadas actividades prácticas, repetitivas y cotidianas, pues son parte de un proceso complejo de pensamiento crítico y de praxis creativa encaminado al mejoramiento de procesos comunicacionales, a partir de los requerimientos y demandas comunicacionales de la sociedad regional.

En diálogo con Casanova (2003), Arana & Batista (1999) y López (2017), la **formación profesional** contempla todos los parámetros que lleven a fortalecer la vida en comunidad e involucren conocimientos específicos que propendan por el buen vivir individual y social de los seres humanos. Es un escenario constante de cambios en las perspectivas que generen en el individuo un conocimiento necesario y actualizado en tecnologías, relaciones, creaciones, y un comportamiento ético - ciudadano apropiado para su presente y su futuro.

En segundo lugar, en diálogo con Fuentes (1985), Adame (2009), Tucho *et al.* (2015), Ferrés & Piscitelli (2012) la **Comunicación Audiovisual** implica, en primer lugar, como toda creación comunicativa que involucre imágenes o códigos específicos propios de la sensibilidad visual, así como sonidos o códigos específicos propios de la sensibilidad auditiva; y, por

otra lado, un proceso de análisis acerca del devenir de las buenas prácticas comunicativas, en el que no solo entran en juego los roles técnicos, sino aquellos relacionados con el diálogo entre sujetos sociales, el intercambio y la construcción de sentidos y de vínculos sociales y la participación en la discusión de los asuntos comunes en la esfera pública, junto con las capacidades expresivas y creativas propias de los profesionales audiovisuales para realizar piezas comunicativas que se inserten en el diálogo público y fomenten la conversación ciudadana.

Asimismo, la **formación audiovisual profesional** contempla el dominio de conocimientos, capacidades, destrezas y actitudes relacionadas con el uso creativo y dialógico del lenguaje, la tecnología, los procesos de interacción entre sujetos sociales, los procesos de producción, circulación y reconocimiento de mensajes y piezas comunicativas, las ideologías, valores y estéticas que los acompañan.

Por último, la formación audiovisual se relaciona con las posturas éticas – valorativas de un correcto uso de los mecanismos comunicacionales audiovisuales que propendan por una adecuada comunicación de sentidos y significados para incidir positivamente en el buen vivir individual y social.

Por su parte, la segunda categoría de análisis, el desempeño ocupacional, a partir de los aportes de Moreno (2003), Bizneo (2020), Rivera (2016), Gárate (2010) y Mellado (2009), se entiende como los quehaceres propios del ser humano en su devenir diario para desarrollar sus capacidades en determinado oficio, proyecto, profesión o actividad de realización. El desempeño ocupacional puede estar dado en relación con una profesión previamente establecida o no, dependiendo de la formación formal del individuo. De igual manera, puede estar establecido o no por una relación laboral con alguna entidad, medio de comunicación, empresa u organización social. Es propio de cada individuo, en la delimitación de sus tiempos para realizar las actividades, que pueden o no derivar en una repercusión de un salario con el cual sustenta sus necesidades.

Y en tercer lugar, la categoría de **currículo** se aborda a partir de diálogos con López (2001), lafrancesco (2015), López (2014). Se reconoce el currículo como un conjunto complejo de determinaciones, desde las cuales se plasman las posturas idealizadas de los distintos mecanismos para llevar a feliz término las postulaciones misionales de determinado

plan educativo. En la complejidad que presenta la propia consolidación del currículo debe estar sustentado, de manera clara y muy relacionado con el contexto, el conjunto de criterios, planes de estudios, postura pedagógica, programas, metodologías y procesos que contribuyen a la formación integral en determinado saber específico o conjunto de saberes. Uno de los caminos para determinar una estructura curricular sólida y eficaz que responda a las necesidades de cada contexto está dado por la apropiación que exige una organización del conocimiento a partir de problemáticas, interrogantes e incertidumbres que surgen de la realidad contextual y que deben ser analizados y trabajados por la indagación sistemática de los educadores, de tal manera que los contenidos servirán como materia prima de los mismos. Este debe ser un trabajo que agrupe a todos los protagonistas de la comunidad educativa, generando alternativas de diálogo que fomenten un devenir al buen vivir y al desarrollo equitativo con y para la naturaleza. El currículo es, por tanto, un trabajo continuo de investigación, de análisis propio a partir de cada una de las disciplinas, en relación con el entorno cambiante y acelerado que ofrece el mundo actual, la región y la dinámica de cada una de las profesiones. Se debe propender por consolidar la formación basada en problemas como un dispositivo esencial que lleve a una indagación constante de todos los comités curriculares que involucren a los diversos actores de la educación, de tal manera que se desarrolle un proceso organizado de reflexión, análisis y discusión que involucre a todos los estamentos. Con todo, el currículo contiene unas columnas vertebrales que deben ser sólidas, a partir de la visión sociopolítica de la educación, del conocimiento y su intencionalidad. Es un escenario en el que se explicita una posición frente al cambio, frente a las características del estudiante, de la escuela, del papel formativo de la misma, con base en un discurso coherente que tenga en cuenta las demandas del entorno social y ocupacional para intentar ofrecer respuestas a las mismas.

### **Metodología**

La investigación contempló una metodología de tipo mixto, que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, con predominio de las primeras.

Para el cumplimiento de los objetivos específicos se establecieron técnicas de construcción de los datos que se apoyaron en el enfoque

cualitativo, preferentemente, pero que además incluyó una técnica cuantitativa: la encuesta.

El componente cuantitativo de la metodología se basó en una encuesta a los empleadores y organizaciones, tanto públicas como privadas, que demandan el apoyo de profesionales de la comunicación, tales como los medios de comunicación, las organizaciones de Pitalito y el sur del Huila y las comunidades.

En el componente cualitativo, dada la utilización de técnicas e instrumentos propios de este enfoque que arroja la importantes para dar cuenta de los objetivos propuestos, se incluyeron entrevistas semiestructuradas, grupos focales y labores de observación y análisis sistemático de piezas comunicativas y sitios Web. Se reconoció que “las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general” (Sampieri *et al.*, 2018, p. 42).

Asimismo, se estimó que “el diseño cualitativo es un diseño flexible a partir de la información cualitativa, que no implica un manejo estadístico riguroso, ya que su estructura se orienta más al proceso que a la obtención de resultados” (Monje Álvarez, 2011, p. 109).

La metodología mixta representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjuntas, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Sampieri *et al.*, 2018, p. 534).

El abordaje de cada uno de los objetivos hizo que la complejidad del proceso en la recolección y análisis de la información llevara a determinar las herramientas que presenta un diseño metodológico mixto.

Un factor adicional que ha detonado la necesidad de utilizar los métodos mixtos es la naturaleza compleja de la gran mayoría de los fenómenos o problemas de investigación abordados en las distintas ciencias. Estos representan o están constituidos por dos realidades, una objetiva otra subjetiva (Sampieri *et al.*, 2018, p. 536).

En resumen, el componente cuantitativo de la metodología se basa en una encuesta a los empleadores y organizaciones tanto públicas como privadas que demandan el apoyo de profesionales de la comunicación, tales como los medios de comunicación, las organizaciones de Pitalito y el sur del Huila y las comunidades. En el componente cualitativo se incluyeron entrevistas semiestructuradas con graduados y docentes del programa, grupos focales, revisión documental y labores de observación y análisis sistemático de piezas comunicativas y sitios Web.

### Resultados y discusión

Con la sistematización de los datos establecidos (a junio de 2021) se obtiene que de los 23 egresados que hicieron parte del estudio, nueve (9) no tenían vinculación laboral alguna y estaban distribuyendo hojas de vida y buscando opciones laborales. Otros nueve (9) egresados realizaban ocupaciones desligadas de su profesión. De otro lado, dos (2) egresados tenían labores relacionadas con su formación profesional, y otros tres (3) graduados realizaban su propio emprendimiento relacionado con creación de contenidos audiovisuales, tal y como se precisa en la tabla 1.

Tabla 1

*Ocupaciones de los egresados del Programa de Comunicación Social y Periodismo de Pitalito 2018-2021.*

OCUPACIÓN	NÚMERO DE EGRESADOS	PORCENTAJE
Sin Ocupación	9	39,1%
Ocupación no relacionada con su pregrado	9	39,1%
Vinculación laboral relacionada con su pregrado	2	8,7%
Emprendimiento (Creación de contenidos audiovisuales)	3	13,1%

**Nota:** el número total de egresados del programa de Comunicación social y Periodismo, sede Pitalito, durante el periodo que abarcó la investigación es de veintitrés (23) graduados.

La tabla anterior muestra, en términos generales, un alto porcentaje de jóvenes sin ocupación laboral y que no están ejerciendo labores relacionadas con su formación profesional.

Un estudio de la Asociación Colombiana de Facultades y Programas de Comunicación (AFACOM), en la que se analizó una muestra de 1338 egresados consultados, entre los años 2012 y 2017, con el 78,3 de las universidades asociadas, puso en evidencia que “en relación con la situación laboral, el 54,8% manifestó estar empleado, el 20,3% trabajaba como independiente, el 10,3 %, como emprendedor, y el 12,7% afirmaron estar desempleados” (AFACOM, 2020, p. 22). Se tiene que el porcentaje de quienes desempeñan su profesión en emprendimiento (10,3% en el estudio AFACOM), es cercano al que arrojó el presente estudio (13,1%); sin embargo, para el caso del porcentaje de los que manifestaron estar empleados, la variación es significativa, puesto que el número del estudio de AFACOM es de 54,8% y el de esta investigación arroja sólo un 8,7%. Lo anterior muestra una clara similitud del comportamiento de los egresados a nivel nacional con los datos arrojados en la investigación a nivel local. Es pertinente, entonces, relacionar nuevas tendencias en la formación a nivel nacional con el papel de la formación local.

En relación con lo establecido en términos de las demandas comunicacionales en Pitalito y el sur del Huila, la caracterización se llevó a cabo considerando 3 sectores fundamentales: medios de comunicación, organizaciones y comunidades. Se estudiaron, además de Pitalito, los 7 municipios que comprenden el sur del departamento: San Agustín, Isnos, Palestina, Timaná, Oporapa, Salado blanco y Acevedo.

En este orden de ideas, se encontró que los medios de comunicación en Pitalito son del orden radial, televisivo y en plataformas digitales. En Pitalito operan 6 estaciones radiales (4 FM, 1 en AM y 1 online); 2 canales de TV locales y 7 plataformas informativas digitales (Páginas web y/o perfiles de Facebook). En los 7 municipios aledaños al Valle de Laboyos (como también se conoce a Pitalito) operan 8 emisoras en frecuencia modulada, 6 canales de TV locales, y en cada uno de los municipios se cuenta con plataformas virtuales informativas. Con una visión panorámica de los medios de comunicación en Pitalito y el sur del Huila, se observa que existe un buen número de medios de comunicación consolidados desde los cuales se abordan las temáticas y se comunica diariamente en

el sur del departamento. Son en total 14 medios radiales, 8 televisivos y 17 digitales.

De otra parte, en los sectores de organizaciones y comunidades sobre los cuales pueden establecerse demandas comunicacionales, se tiene que Pitalito cuenta con 12 organizaciones establecidas que han demandado algún tipo de profesional en Comunicación; 5 del ámbito gubernamental y 7 del orden cooperativo. En el balance de la caracterización de las demandas comunicacionales, en el sector de las comunidades y sus organizaciones, hasta el momento no se han establecido mecanismos, aproximaciones o vínculos con profesionales de la comunicación en el entorno inmediato de Pitalito. Lo anterior muestra que, hasta la realización de la investigación, ningún egresado del programa de Comunicación Social y Periodismo de la sede Pitalito se encuentra vinculado con alguna de las organizaciones mencionadas anteriormente.

A lo largo de los 8 semestres de formación de los comunicadores sociales y periodistas en la Universidad Surcolombiana, sede Pitalito, se establecieron temáticas como los modos de expresión audiovisual en el espectro comunicativo, técnicas, lenguajes y estéticas, pero estas se adelantaron de forma superficial, lo que para los egresados no lograron aportar herramientas amplias ni de mayor profundidad. Con lo anterior, una vez graduados, en el plano laboral estas capacidades audiovisuales se revelaron como necesarias, según las entrevistas semiestructuras con los graduados. Por su parte, los empleadores determinaron que es necesario un profesional con capacidades de alto nivel en apreciación estética de la imagen y el color, así como dotado de insumos y destrezas para la construcción de contenidos en medios o empresas publicitarias. La formación profesional de los graduados presenta un alto nivel de apropiación acerca de la comprensión de las diversas coyunturas locales y regionales en el plano sociocultural. El papel del comunicador como sujeto importante en la construcción de región fue promovido por la academia en los egresados. Pero más allá de esto, junto con las pocas oportunidades laborales en la región, el egresado intenta conocer las dinámicas en la creación de medios masivos de comunicación y de nuevos medios digitales. Durante su formación no logró consolidar los conocimientos en materia de emprendimiento ni en los aspectos legales necesarios para comprender la creación de medios o empresas comunicativas del orden local, regional o nacional.

## Conclusiones

El análisis de la situación ocupacional de los egresados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, sede Pitalito, arroja un porcentaje elevado de profesionales que en la actualidad no se encuentran desempeñando ocupación alguna. Este porcentaje representa el 78,2% de los participantes en la investigación. Sólo el 21,8% se encontraba laborando al momento de recoger los datos (junio de 2021). El número de egresados que está laborando se estableció en 2 egresados con una contratación directamente relacionada con su profesión (uno en medios televisivos, otro en sector cooperativo) y 3 más iniciando un ejercicio de emprendimiento para consolidar empresas fotográficas con audiovisuales (2), el restante en un medio de comunicación digital propio. El alto porcentaje de desocupación por parte de los egresados en la región ha dado lugar a que inicien la búsqueda de oportunidades laborales en otras ciudades como Neiva o Bogotá.

Según los graduados, el papel del comunicador social y periodista en Pitalito y el sur del Huila no es valorado en su justa dimensión por los empleadores ni por la sociedad. Las pocas oportunidades laborales, en los que los egresados que no laboran actualmente se han desempeñado, fueron puestos de trabajo obtenidos por la mediación de favores políticos. Estos profesionales empleados fueron remplazados por otros profesionales una vez se renovaron sus directores o jefes superiores, cuando el requerimiento político y proselitista así lo demandaba. No solo la anterior situación impacta en las oportunidades laborales del egresado; a su vez, la falta de experiencia ha consolidado una barrera más para poder acceder a escenarios laborales. En la búsqueda de oportunidades laborales por parte de los egresados, al volver a sus pueblos de origen como San Agustín, Oporapa, Timaná o Saladoblanco, los municipios no reconocen al profesional de la comunicación como sujeto importante para el desarrollo regional (según los graduados y las coyunturas observadas en los desempeños ocupacionales). Las oportunidades de desempeño laboral son pocas, y en las alcaldías o empresas de los municipios hasta el momento no se encuentran espacios laborales para el profesional de la comunicación.

La comunicación audiovisual es actualmente un pilar importante en los escenarios laborales de los egresados en Pitalito. En todos los escenarios de ocupación que arrojó la investigación, la consolidación de

contenidos audiovisuales es relevante en los quehaceres profesionales. En la creación de contenidos audiovisuales, los egresados pudieron reconocer oportunidades de potencializar iniciativas de emprendimiento que, si bien en la actualidad están dando sus primeros pasos, en el futuro pueden orientar nuevas dinámicas empresariales en el sur del Huila.

Tanto las empresas del sector productivo como las gubernamentales tienen demandas crecientes de contenidos publicitarios en distintos formatos. El egresado cuenta con herramientas teóricas de la comunicación, pero presenta falencias en la construcción de contenidos publicitarios ágiles, oportunos, creativos y, sobre todo, con las determinaciones actuales de calidad y formatos, tanto digital como físico. En la formación de pregrado, en el aspecto curricular no se encuentran relacionados aspectos de contenidos publicitarios, salvo análisis coyunturales de medios masivos de televisión y su impacto en la sociedad. Con esto, el reto para el programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana está en abordar un diálogo continuo con egresados y empleadores que generen renovaciones curriculares acordes con los requerimientos profesionales.

En las entidades del sector cooperativo, los escenarios laborales del comunicador social y periodista están representados por la creación de contenidos. El profesional de la comunicación en las entidades de este orden muestra su interés en aportar al análisis de una comunicación asertiva, con diagnósticos comunicacionales internos o externos. Para esto, los egresados advierten que necesitan consolidar el diálogo de sus conocimientos con su quehacer laboral, a la vez que se lleva a cabo un trabajo a mediano y largo plazo para cambiar las percepciones de los empleadores en relación con la profesión del comunicador, en lo cual el Programa y su equipo administrativo y docente puede jugar un papel decisivo.

Sobre su formación, el egresado revela una variación importante entre lo establecido en el plan curricular y lo que se lleva a la práctica en las diversas asignaturas de talleres o seminarios a lo largo de los semestres académicos. Lo anterior se evidencia en la falta de continuidad de la formación de una asignatura a otra, de semestre a semestre. Aunque se establece en los componentes de la carrera que las asignaturas, de acuerdo a sus ciclos, son la base para las posteriores, en la construcción de los seminarios esto no se refleja como un engranaje hacia la construcción de las capacidades profesionales.

El egresado se está enfrentando a nuevas dinámicas en su rol como comunicador social y periodista, en relación con las nuevas tecnologías y medios digitales. La formación se está quedando uno o varios pasos atrás con respecto a los nuevos modelos comunicativos digitales. La ausencia en el currículo vigente de formación en marketing digital y afines revela una faceta importante y muy actual en la cual el programa de Comunicación Social y Periodismo no está ofreciendo formación a sus graduados.

Al no contar con un número suficiente de docentes que ejerzan su labor de forma presencial y continua en la propia sede, y depender en un grado considerable de docentes que se desplazan semanalmente desde la sede central en Neiva, los egresados no lograron consolidar aprendizajes más eficientes en la proyección de procesos de producción audiovisual. Los ejercicios de producción audiovisual constituyen un escenario amplio y complejo que debieron contar con una presencia continua por parte de los docentes radicados en el municipio de Pitalito de modo estable. Los graduados reconocen que el contar con un docente con una estadía total en la sede es fundamental para abordar talleres prácticos y continuos en la región.

En los medios de comunicación de Pitalito y el sur del Huila predomina el personal que ha realizado contenidos comunicativos de forma empírica. En todos los medios de comunicación este personal es quien dirige, ejecuta y realiza producción periodística. Estas personas muestran sus intenciones de querer profesionalizarse. Por sus dinámicas laborales, reconocen que necesitan una universidad que valore los conocimientos adquiridos a lo largo del tiempo de trabajo, que solvete unos tiempos adecuados para formarse como profesionales.

Los egresados consolidan la necesidad de una educación continuada en relación con su profesión. Entienden que la formación profesional no culmina con la consecución de un título universitario. Quieren reivindicar el rol de la profesión, la noción e importancia del comunicador social y periodista en un mundo globalizado, pero que cuente con una incidencia apropiada en lo local. Por lo anterior, es necesaria una formación posgradual en contenidos acordes con el contexto.

## Referencias Bibliográficas

- Adame, T. (2009). Medios audiovisuales en el aula. *Revista digital del Central Sindical Independiente y de Funcionarios*, 19, pp. 1-10. [http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod\\_ense/revista/pdf/Numero\\_19/ANTONIO\\_ADAME\\_TOMAS01.pdf](http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_19/ANTONIO_ADAME_TOMAS01.pdf)
- AFACOM. (2019). *Transformaciones de la comunicación según el mundo del trabajo*. Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios de Comunicación. <http://www.afacom.org/>
- AFACOM. (2020). *Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo*. Informe ejecutivo.
- Arana, M., & Batista, N. (1999). La Educación en Valores: Una propuesta pedagógica para la formación profesional. *Pedagogía Universitaria*, 3(30). [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34561258/Propuesta\\_educacion\\_en\\_valores.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1549396793&Signature=z7RpCXs4FPvfRW9NHEKM0pGWcag%3D&response-content-disposition=inline%3B\\_filename%3DLA\\_EDUCACION\\_EN\\_V](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34561258/Propuesta_educacion_en_valores.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1549396793&Signature=z7RpCXs4FPvfRW9NHEKM0pGWcag%3D&response-content-disposition=inline%3B_filename%3DLA_EDUCACION_EN_V)
- Bizneo. (2020). *Evaluación del desempeño*. <https://www.bizneo.com/blog/como-evaluar-desempeno-laboral/>
- Casanova, F. (2003). Formación profesional y relaciones laborales. *Sindicatos y formación*, 4, pp. 75-77. [https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file\\_publicacion/casan.pdf](https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/casan.pdf)
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 2012, Vol. XIX(38), p. 75, XIX(38), 75. <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2011-02-08>
- Fuentes, R. (1985). La Comunicación Educativa Audiovisual: Un marco teórico para el empleo de medios audiovisuales en la educación superior. *La Comunicación Educativa*, pp. 71-102. <http://hdl.handle.net/11117/2897%0AEste>
- Gárate, W. (2010). *Así deben ser los periodistas que la sociedad requiere* (Vol. 7, Número 2) [Tesis de Maestría, Universidad de Cuenca]. <https://doi.org/10.1192/s0368315x00238942>
- Iafrancesco, G. (2015). *Modelo Pedagógico Holístico Transformador: fundamentos, dimensiones, programas y proyectos en la Escuela Transformadora* (2.a ed.). CORIPET EDITORIAL.
- López, N. (2001). *La de-construcción curricular*, (Magisterio (ed.); 1.a ed.).
- López, N. (2014). Referentes teóricos y conceptuales básicos para abordar la problemática curricular en la educación superior. *Revista PACA*, 4, pp. 1-28.
- López, N. (2017). La investigación: Estrategia esencial en la de-construcción curricular de la formación del profesional académico de la educación. *Educación y cultura*, 122, pp. 39-44.

- Mellado, C. (2009). Evolución del campo ocupacional y académico del periodista Latino Americano: Lógicas de mercado y esquemas de formación. *Opción*, 25(59), p. 2.
- Monje Álvarez, C. A. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Guía didáctica. En: Universidad Surcolombiana. <http://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo+-+Guía+didáctica+Metodología+de+la+investigación.pdf>
- Moreno, E. (2003). Desempeño ocupacional: dimensiones en los ciudadanos y ciudadanas habitantes de calle. *Umbral Científico*, 2.
- Portal Universitario. (2020). Universidad Surcolombiana. [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co)
- Rivera, J. (2016). Los retos de la formación profesional: la formación profesional dual y la economía del conocimiento. *Revista Internacional de Organizaciones*, 0(17), pp. 141-168. <https://www.raco.cat/index.php/RIO/article/view/318460/408619>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación*, (6.a ed.).
- Tucho, F., Fernandez-Planells, A., Lozano, M., & Figueras-Maz, M. (2015). La educación mediática, una asignatura pendiente en la formación de periodistas, publicitarios y comunicadores audiovisuales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 689-702. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1066>