



Año 11, Julio-Diciembre 2024
Fecha de recepción: 20 de Mayo 2024
Fecha de aceptación: 17 de Julio 2024

DOI: 10.5377/hyces.v1i24.19883

Realidad laboral de los egresados de comunicación y las competencias que demanda el ámbito laboral

Labor Reality of Communication Graduates and the
Competencies Demanded by the Job Market

Rosa María Maliaños Altamirano 

rmaleanos@unan.edu.ni

<https://orcid.org/0000-0002-1212-7477>

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua,
(UNAN-Managua)

Resumen

El objetivo principal de este artículo consiste en conocer la realidad que afrontan los comunicadores al enfrentarse al ámbito laboral y explorar de qué manera las Instituciones de Educación Superior están respondiendo a las competencias que demanda el mercado laboral. Para este escrito, se utilizó una metodología de revisión documental que permitió dialogar, reflexionar y discutir ideas y conceptos que han sido ampliamente debatidos por los autores. A través de este artículo se ha llegado a la conclusión de que es crucial que los graduados se adapten a las nuevas necesidades y realidades laborales, que inviertan en la formación continua y especializada.

Palabras clave: *Comunicación, perfil profesional, empleo, programas curriculares, investigación documental.*

Abstract

The primary aim of this article is to explore the challenges communicators face in the labor market and to assess how Higher Education Institutions are addressing the competencies demanded by industry. The study employed a documentary review methodology, facilitating dialogue, reflection, and the discussion of ideas and concepts extensively debated by scholars. The article concludes that it is essential for graduates to adapt to evolving labor market needs, invest in ongoing, specialized training, and ensure the alignment and updating of academic curricula.

Keywords: *Communication, professional profile, employment, curricular programs, research.*

Introducción

La carrera de Comunicación con sus diversas salidas profesionales ha venido tomando mayor relevancia en las Instituciones de Educación Superior (IES). En Nicaragua, esta carrera tiene de 4 a 5 años de estudios y la variabilidad de la oferta de grado está en dependencia si la institución es privada o pública. Dentro de la misma disciplina se pueden encontrar carreras como Comunicación Social, Periodismo, Comunicación y Relaciones Públicas y Audiovisuales.

El avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) les han dado un plus a los nuevos profesionales formados en esta disciplina, ya que adquieren otras habilidades y destrezas con el manejo de las plataformas virtuales. Por esta razón, hablar de una nueva generación de profesionales de la comunicación del Siglo XXI, nos invita a conocer las estrategias que están implementando las Instituciones de Educación Superior a fin de brindarle al estudiante las competencias (blandas y duras) que necesita para enfrentarse al mercado laboral. Ante esta nueva realidad es importante reflexionar en función de conocer cómo las universidades validan sus programas curriculares y qué competencias debe tener el profesional de la comunicación para enfrentarse a los nuevos retos de la profesión.

Por lo antes mencionado, a través de este artículo, se propone realizar una revisión documental donde se dialogará con autores que han investigado sobre esta temática con el propósito de conocer las competencias que el estudiante debe desarrollar para insertarse al mercado laboral y de qué manera las universidades están o no respondiendo a estas demandas. A través de esta investigación se espera aportar al desarrollo de ofertas de grado más vinculadas a las necesidades actuales y a fortalecer los programas curriculares de las universidades donde se ofertan.

Con relación a los antecedentes se hace una descripción de los trabajos que han realizado algunos académicos sobre este tema. Mellado et al. (2007), realizaron un trabajo bajo el título: *Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente*. Este estudio se realizó en Chile y evidenció que los comunicadores están desempeñando funciones que no son propias de su formación profesional de base.

Asimismo, Antonio López Hidalgo y Claudia Mellado, en un estudio publicado en 2006 para la Universidad de Concepción, en Chile, en 2006, titulado *Periodistas atrapados en la Red: rutinas de trabajo y situación laboral*, hacen una reflexión acerca del futuro del profesional de la comunicación ante el salto o migración digital de los medios de comunicación, vaticinando a corto plazo un aumento en la tasa de desempleo ante la desaparición de los medios impresos tradicionales, situación que ya se refleja en el mundo. Destacan que ante esta nueva realidad, los medios impresos han migrado su contenido a plataformas digitales de pago. Ambos autores hacen énfasis en la urgencia de redefinir el perfil profesional y replantear los contenidos que actualmente las Instituciones de Educación Superior ofrecen a los estudiantes en esta disciplina.

Finalmente, Micó et al (2012), en su investigación titulada *Criterios de Contratación y Perfiles Profesionales Emergentes en los Medios. Universidad y Empresas Informativas en Época de Crisis en Cataluña*, concluye que las universidades no transmiten una imagen fidedigna del oficio del comunicador social, haciendo referencia a que muchos docentes que imparten las asignaturas nunca han trabajado en los medios, transmitiendo una idea del periodismo alejada de la realidad. Asimismo, afirma que la “La figura del periodista polivalente tiene el futuro garantizado” (p.289).

Materiales y métodos

Para este artículo se utilizó una metodología de revisión documental con el propósito de obtener información relacionada con el tema a investigar, para lo cual nos apoyamos de artículos y ensayos tomados de revistas indexadas que permitan una discusión teórica pertinente. Asimismo, este artículo se apoya en investigaciones monográficas realizadas por estudiantes de las carreras de Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua y de la licenciatura en Comunicación Social de la UNAN-León.

En palabras de Guerrero Dávila, citado por Reyes y Carmona (2020):

La investigación documental es una de las técnicas de la investigación cualitativa que se encarga de recolectar, recopilar y seleccionar información de las lecturas de documentos, revistas, libros, grabaciones, filmaciones, periódicos, artículos resultados de investigaciones, memorias de eventos, entre otros; en ella la observación está presente en el análisis de datos, su identificación, selección y articulación con el objeto de estudio (p.1).

Este tipo de investigación se caracteriza por la utilización de datos secundarios como fuente de información. Su objetivo principal es dirigir la investigación desde dos aspectos: en primer lugar, se relacionan datos ya existentes que proceden de distintas fuentes y luego se proporciona una visión panorámica y sistemática de una determinada cuestión elaborada en múltiples fuentes dispersas (Rodríguez, 2021).

Este proceso permitió seleccionar el material que ha servido de base para el desarrollo del tema; asimismo, se hizo una revisión y descarte de documentos no relevantes. Esta organización del material documental donde converge el punto de vista de distintos autores expertos en el tema ha permitido un diálogo fluido en la estructura del presente artículo. Las citas y referencias que sustentan las teorías aquí expuestas validan la interpretación, análisis y las conclusiones de este trabajo.

Resultados y discusión

Debe considerarse el papel relevante que tiene el comunicador social no solo en la construcción de la realidad social a través de la cobertura periodística, sino como un estrategia de la comunicación a nivel empresarial y corporativo. En este sentido, Poveda Hoyos (2007), resalta que es:

Urgente reflexión sobre la formación de sus estudiantes, con miras a establecer unos vínculos más estrechos entre los aprendizajes que se suceden en el aula y las necesidades del contexto social, político y económico que se demanda de la academia y de sus egresados para este siglo (p.98).

Existe un énfasis especial en que hoy los estudiantes están demandando de la academia una formación acorde al ejercicio actual de la profesión y en correspondencia a las demandas y exigencias que requieren los empleadores para alcanzar eficientemente las metas de desempeño. A su vez, se resalta que el egresado realiza un proceso de reaprender a través de la práctica propia del ejercicio, o por medio de las prácticas de profesionalización, mismas que los estudiantes realizan en los últimos dos años de estudio.

Por tal razón, es necesario que el egresado de comunicación tenga conocimientos técnicos y prácticos para el ejercicio eficiente de su profesión; dichas competencias las encontramos a través de las habilidades duras y blandas que ha desarrollado el estudiante durante su proceso de formación a nivel profesional y personal. Al momento de que el egresado se postula a una vacante estos son evaluados mediante las competencias duras; es decir, a través del *currículum vitae*, portafolio, o bien, durante las entrevistas; en el caso de las habilidades blandas, si bien son intangibles porque están vinculadas a los rasgos interpersonales, estos se pueden cotejar a través del manejo de la inteligencia emocional, personalidad y comportamiento del postulante al momento de la entrevista.

Ante la formación integral necesaria de los estudiantes y las exigencias que demanda el ámbito laboral de esta disciplina, varios autores coinciden en hablar de un profesional de la comunicación del siglo XXI renovado, un comunicador interdisciplinar. En este sentido, las IES deben dejar atrás la formación mono-disciplinar y unilateral, que no aporta

al crecimiento y desarrollo de competencia del estudiante. Ante este planteamiento se requiere de un profesional con habilidades y competencias que se fundamenten en los tres saberes de la educación: saber, saber ser y saber hacer.

En ese mismo orden, Rivadeneira y Montoya (2017), consideran que esta disciplina ofrece al estudiante una diversidad de áreas en las cuales puede desempeñarse; sin embargo, en los planes de estudio persiste la idea equivocada de que los egresados de esta carrera pueden trabajar solo en medios de comunicación, por lo cual las IES limitan las prácticas profesionales de los estudiantes solamente a ese campo laboral.

Al respecto, autores como Micó et al. (2012), consideran que la profesión debe reinventarse y a su vez critica el hecho de que las empresas abusen del profesional de la comunicación, y que por lo general se solicita más polivalencia que especialización.

(...) Esos profesionales permiten que las empresas ahorren dinero, porque, por el valor de un único sueldo, desarrollan tareas que hasta hace poco asumía un grupo de personas. Entonces irrumpe una cuestión que preocupa a un gran número de especialistas, a saber, la calidad. (p. 285)

A su vez, se resalta el hecho de que el estudiante o egresado de esta disciplina debe continuar con su formación continua o especialización que le permita ser competitivo laboralmente, lo que debe ser una responsabilidad de las universidades al ofertar programas de posgrado acorde a las necesidades y contexto actual de la profesión y del estudiante.

Asimismo, se critica el hecho de que todavía se esté contratando personal bajo la figura de periodistas o presentadores que no han pasado por las facultades, departamentos o escuelas de comunicación, lo que denigra la profesión. Estas prácticas son muy comunes en los medios de comunicación tradicionales como la radio y la televisión. A través de esta mala práctica emergen otras figuras como las corresponsalías, donde la persona que transmite la información es un comunicador empírico o básicamente un informante, quien se limita a transmitir un hecho supuestamente noticioso a través de plataformas como WhatsApp.

Otro aspecto al que se enfrentan los profesionales de la comunicación es al desarrollo acelerado de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, que ha obligado a que los medios de comunicación tradicionales emigren a lo digital, lo que ha provocado una modificación en la transmisión de la noticia. En este sentido, la UNESCO (2000), resalta que “la estabilidad del empleo viene atada a las competencias requeridas por las nuevas tecnologías que se introducen aceleradamente” (p.8). En ese mismo orden, Hidalgo y Mellado (2006), consideran que:

Los periodistas no están siendo sustituidos por ordenadores (los ordenadores están cambiando a los periodistas). Pero estos profesionales cada día se enfrentan a nuevos retos: se encargan de clasificar temas o preparar guiones para distintos tipos de formatos, como la radio, la televisión y la red, y para diferentes medios. (p.163)

Por ejemplo, la labor que en un estudio de televisión era realizada por tres camarógrafos, ahora solo se necesita de una persona que opere las cámaras a través de un control remoto. Asimismo, hoy en día el periodista locuta y edita su nota sin ayuda de un editor a través de softwares o programas de edición especializados como *Final Cup Pro* o aplicaciones desde el móvil; así como la realización de *copy* para las diversas plataformas que administre el medio o la instancia para la cual se desempeña. Estas son competencias que, si no están descritas en los programas curriculares difícilmente el egresado de grado podrá encontrar una oportunidad laboral, porque competirá con otro egresado más cualificado, lo que hasta cierto punto puede causar una baja demanda de estudiantes en las carreras con este perfil que se ofertan en las Instituciones de Educación Superior.

Otro factor determinante en la contratación, son los años de experiencia requeridos, que varían de dos a cinco años en puestos similares; el dominio de un idioma diferente al nativo, dominios de programas de *Office* y *software* especializados, propios del ejercicio de la profesión, lo cual quiere decir que estamos ante un profesional formado integralmente, capaz de enfrentarse a un mundo cambiante y globalizado. Ello exige un cambio de paradigma en la educación, pasar de lo lineal y tradicional a una educación horizontal donde el estudiante sea el gestor de su conocimiento y donde el papel del docente sea centrarse en fortalecer las competencias que va adquiriendo el estudiante.

Autores como Hidalgo y Mellado (2006); Poveda Hoyos (2007) y Micó et al. (2012), consideran que deben existir profundas transformaciones en la educación, partiendo desde armonizar los programas curriculares, tomando como referencia los nuevos contextos y desafíos que enfrenta esta disciplina. Por su parte, Escobar et al., (2020), indican que:

La armonización curricular es un proceso en el cual se alcanza un nivel profundo de acuerdos (...), en términos educativos entre universidades, tanto a nivel de un país como a nivel internacional. Es decir, para armonizar currículos, las autoridades universitarias deben asumir de manera decisiva el fin común de tener currículos integrados, pero respetando las particularidades institucionales y las características de las sociedades regionales a las cuales responden los planes de estudios de las instituciones. (p.2)

A partir de estas definiciones vinculadas a la necesidad de armonizar el currículo, Hidalgo y Mellado (2006), en su artículo resaltan la urgente necesidad de no solo redefinir el perfil profesional sino el contenido que desarrollan las carreras que tienen que ver con la comunicación.

La revisión de los planes de estudios universitarios para los alumnos del siglo XXI se hace más que necesaria, pues estos habrán de enfrentarse no solo a la disyuntiva del periodismo escrito y audiovisual, sino también a la vertiente multimedia de la profesión que ya se erige como la gran tercera opción. (p. 167)

Autores como Claudia Mellado (2007), expresa lo vulnerable que es la carrera de comunicación social al no existir primeramente una definición consensuada entorno al ejercicio de la profesión; también, cuestiona el hecho de que no exista una armonización curricular en los programas académicos universitarios a nivel de las escuelas, departamento o facultades de comunicación, al existir diferentes salidas comunicacionales como: Comunicación Social, Publicidad, Marketing, Relaciones Públicas, Comunicación audiovisual, etc. Por ello, resalta la necesidad de que la carrera mantenga esa vinculación de universidad-sociedad-empresa y de esta manera responder a las necesidades actuales que demanda la profesión.

Asimismo, el estudio acerca de los Desafíos de la Educación, presentado por la UNESCO (2000), refleja que:

(...) un sector importante y creciente de la población queda excluido del mundo del trabajo moderno, ya sea porque no existen las oportunidades o, lo que es peor, porque el individuo carece absolutamente de las competencias necesarias para desempeñarse satisfactoriamente en las nuevas condiciones. Por tanto, crecen el desempleo y el trabajo informal. (p.9)

En este sentido, se hace necesario dialogar sobre temas en aras de que las IES revisen sus programas curriculares y fortalezcan la enseñanza en el aula de clase, de tal manera que se pueda contar con profesionales cualificados en el ejercicio de su profesión y evitar de esta manera la tasa de desempleo y el mal manejo de la disciplina con otras carreras afines como publicidad, diseño y marketing, disciplinas con las que el comunicador compete para optar a una vacante.

De acuerdo con el estudio realizado por Sánchez Olavarría (2013):

Una vez que los egresados terminan su etapa universitaria, se enfrentan a una serie de obstáculos que les impiden ingresar al mercado laboral, como la falta de vinculación universidad-mercado de trabajo, la falta de experiencia

en el área, la falta de título, una formación profesional deficiente, falta de relaciones sociales, mercado de trabajo saturado, la falta de empeño por encontrar un empleo, la falta del dominio de idiomas o la falta del manejo de la computadora. (p.179)

Un ejemplo claro de esta realidad la encontramos en la monografía de Noguera y Mendoza (2017), titulada *Análisis de los requisitos laborales de los medios de comunicación e instituciones, con relación a los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II Semestre de 2017*, refleja que entre los requisitos que solicitan los empleadores están:

- Redacción y ortografía
- Habilidades en fotografías
- Dominio de diseño gráfico
- Elaboración de productos comunicacionales (radiales, televisión y escritos)
- Dominio de medios de comunicación tradicionales y digitales
- Diseño y ejecución de planes de comunicación

Asimismo, el estudio realizado por Martínez y Medrano (2014), titulado *Causas y consecuencias de la inserción laboral en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social, UNAN-León*, resalta que los recién egresados que se encontraban laborando en medios locales no percibían ningún pago por el trabajo realizado, una situación aceptada por (ellos) con tal de adquirir la práctica, conocimiento y experiencia; requisito indispensable que solicitan los empleadores al momento de contratar un nuevo recurso humano. Además, constataron que muchos egresados ejercen funciones que no se relacionan con su área de formación o bien están en el desempleo.

Algunos autores como Mico et al (2012), consideran que las opciones de que los nuevos comunicadores consigan un trabajo relacionado con sus estudios son menores ahora que hace unos años y que por esta razón, se hace urgente atender la necesidad de formar a los estudiantes con competencias transdisciplinarias y que sean capaces de adaptarse y responder a las demandas que requiere la sociedad actual.

Al respecto, Tejedor y Cervi (2017), reflexionan acerca de la necesidad de que la carrera de comunicación innove y actualice sus planes de estudio, con nuevos perfiles profesionales y competencias que solicitan las empresas.

A ello, se suma el seguimiento a graduados que deben brindar las IES y que les permita conocer la realidad y dificultades que han enfrentado sus egresados. Rodríguez y Pérez, citados por Frattelli y Piernina (2023), consideran que:

Es importante que las universidades realicen un seguimiento de sus egresados, con el fin de conocer la eficiencia de las carreras y contabilizar cuántos de ellos se encuentran laborando y en qué condiciones. Para lograr, de esta manera, establecer decisiones oportunas de acuerdo con los requerimientos de las empresas y poder brindar alternativas de solución, para lograr una mayor inserción de egresados en el mercado laboral y evitar que se sientan insatisfechos con la universidad y con su carrera estudiada. (p.12)

Este proceso reflexivo nos indica que esta disciplina no es estática y que está en constante cambio, por tal razón, supone un reto importante que deben asumir la Instituciones de Educación Superior, esto pasa por mantener una revisión permanente de los planes de estudio, equipar tecnológicamente los laboratorios de las carreras a fin de fortalecer las competencias y el perfil profesional de los estudiantes y que su proceso de inserción al ámbito laboral no se vea frustrado.

Conclusiones

Para finalizar, es importante reflexionar sobre la necesidad de armonizar las carreras de comunicación con sus diferentes salidas o perfiles profesionales, no solo a nivel local de cada país, sino a nivel internacional para crear mayores oportunidades laborales para los egresados con una formación altamente cualificada. Asimismo, se hace necesario que las Instituciones de Educación Superior creen programas de formación continua y especializada propia del ejercicio de la profesión.

Otro factor importante es la necesidad de que las Instituciones de Educación Superior se articulen con los medios de comunicación e instituciones públicas y privadas con el propósito de garantizar las prácticas o pasantías del estudiante y que asesoren a las facultades, departamentos y escuelas de comunicación sobre lo nuevo del mercado laboral, a fin de brindarle a los discentes el contenido que requiere para su formación. Asimismo, es importante la actualización permanente de los docentes, tomando en consideración las nuevas tendencias tecnológicas y digitales, que permitan transmitir fielmente el conocimiento de la disciplina, brindando al estudiante una formación sólida.

De igual manera, es necesario que las escuelas, departamentos o facultades de comunicación realicen el seguimiento a graduados, con la finalidad de que puedan conocer la realidad actual de sus egresados y los desafíos que han enfrentado para insertarse al mercado laboral y que estos insumos a su vez sirvan de guía para la mejora continua del currículo.

Listado de referencias

- Consejo Nacional de Universidades (2022). *Catálogo de Carreras 2022*. De las Instituciones de Educación Superior legalmente constituidas. CNU <https://cnu.edu.ni/catalogo-de-carreras/>
- Calvo, S. T., y Cervi, L. (2017). Análisis de los estudios de Periodismo y Comunicación en las principales universidades del mundo. Competencias, objetivos y asignaturas. *Revista latina de comunicación social*, (72), 1626-1647. <https://nuevaepoca.revistalatinacs.org/index.php/revista/article/view/626/843>
- Escobar, A. Videa, X., y Armas, R. (2020). La armonización de las carreras de educación en Nicaragua: política y perspectivas. *Revista Torreón Universitario*. (26) 60-68 <https://camjol.info/index.php/torreon/article/view/10258/11991>
- López Hidalgo, A., y Mellado Ruiz, C. (2006). Periodistas atrapados en la Red: rutinas de trabajo y situación laboral. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 12, 161-170. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/26615/periodistasatrapadosenlare.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lara, E. N. R., y Carrillo, T. L. M. (2017). *Orientaciones Profesionales de los Comunicadores Sociales*. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 60-87. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3759/5/%E2%80%9COrientaciones%20Profesionales%20de%20los%20Comunicadores%20Sociales%E2%80%9D.pdf>
- Mellado, C., Simon, J., Barría, S., y Enríquez, J. (2007). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación para una actualización curricular permanente. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación* 12(23). 139-164 <https://ojs.ehu.es/index.php/Zer/article/view/3650/3282>
- Micó, J. L., Masip, P., y Ballano Macías, S. (2012). Criterios de contratación y perfiles profesionales emergentes en los medios. Universidad y empresas informativas en época de crisis en Cataluña. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*. 21, 281-294. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/67438/>
- Martínez, Y. y Medrano, M. (2014). *Causas y consecuencias de la inserción laboral en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social*, [Tesis de licenciatura] UNAN-León. <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/4071/1/227466.pdf>

- Mendoza, E. y Mendoza, L. (2017). *Análisis de los requisitos laborales de los medios de comunicación e instituciones, con relación a los conocimientos y habilidades adquiridas por los estudiantes de V año de la carrera Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua, durante el II semestre de 2017* [Tesis de licenciatura]. UNAN-Managua. <https://repositorio.unan.edu.ni/8986/1/98421.pdf>
- Poveda Hoyos, A. (2007). ¿Es posible la formación de un pensamiento estratégico en las escuelas de comunicación y de periodismo? *Signo y Pensamiento*. (51), 98-108. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86005109>
- Reyes-Ruiz, L., y Carmona Alvarado, F. A. (2020). *La investigación documental para la comprensión ontológica del objeto de estudio*. Universidad Simón Bolívar. <https://bonga.unisimon.edu.co/server/api/core/bitstreams/2af35a4b-2abf-4f78-a550-0a4e4764e674/content>
- Sánchez Olavarría, C. (2013). La inserción laboral de los comunicadores de la Universidad del Altiplano. *Revista de la educación superior*, 42(165), 105-123. <https://www.scielo.org.mx/pdf/resu/v42n165/v42n165a6.pdf>
- UNESCO (2000). *Desafíos de la Educación*. Instituto Internacional de Planeación de la Educación. <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001591/159155s.pdf>
- Rodríguez Vargas, J. G. (2021). Revisión documental de la producción académica asociada al Museo de Historia Natural de la Universidad Pedagógica Nacional desde dos líneas y un grupo de investigación del Programa de Licenciatura en Biología. <http://repositorio.pedagogica.edu.co/handle/20.500.12209/17162>.