

Evolución del perfil del comunicador social: análisis de las transformaciones del quehacer profesional

Evolution of the profile of the social communicator: analysis of the transformations of professional work

María Isabel Bardales-Vásquez [0000-0001-5285-388X](https://orcid.org/0000-0001-5285-388X)

Universidad Privada César Vallejo, Trujillo, La Libertad, Perú.

mbardalesv7@gmail.com

Recibido: 03/01/2022

Aceptado: 04/03/2022

Resumen

El artículo tuvo como propósito presentar y analizar la evolución que ha tenido el quehacer profesional del comunicador desde la mirada de la academia, el ámbito laboral y profesional. La metodología corresponde a la de sistematización de la información y la técnica a la del fichaje. Se utilizó como instrumento de investigación las fichas sincréticas, las cuales, en un número de 38, sirvieron para realizar el procesamiento de la información. Dentro de los principales resultados se advierte que no se reconoce un solo perfil profesional para el comunicador social debido a la divergencia en su formación profesional entre teoría y práctica. Las conclusiones indican que la evolución del quehacer profesional del comunicador social está articulada al tiempo y espacio en que desarrolla su formación universitaria, así como su quehacer profesional; asimismo, respecto al perfil profesional aún se sigue mirando al comunicador como un profesional *todo terreno* que muchas veces solo imita estrategias y acciones de comunicación en función a contextos externos, perdiendo la visión latinoamericana. Asimismo, no se ha logrado plenamente la articulación entre teoría y práctica lo que conlleva a que aún el perfil profesional siga divagando respecto a ser netamente teórico o prioritariamente práctico.

Palabras clave: comunicador social, perfil profesional, evolución de la comunicación social.

Abstract

The purpose of this bibliographic research was to present and analyze the main transformations in which the professional work of the communicator has become, evidencing the social transformation that has been achieved from the academy and from the work and professional sphere. The methodology corresponds to the systematization of the information and the technique corresponds to that of the signing, the syncretic files were used as a research instrument, which, in a number of 38, were used to carry out the information processing. The conclusions of the research indicate that the evolution of the professional work of the social communicator is articulated to the time and space in which they develop their university training, as well as their professional work, marking easily identifiable trends for each period of time; However, regarding their professional profile, the social communicator is still seen as an “all-terrain” professional who often only imitates communication strategies and actions based on external contexts, losing the Latin American vision despite being his closest environment and where it generates all the communicational deployment.

Keywords: social communicator, professional profile, evolution of social communication.

Cómo citar:

Bardales-Vásquez, M. I. (2022). Evolución del perfil del comunicador social: análisis de las transformaciones del quehacer profesional. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 13(1), 53–62. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.13.1.667>

Introducción

La identidad latinoamericana en los estudios de la comunicación conforma un referente del devenir y la propia evolución de la enseñanza de la comunicación social y ello se puede evidenciar a través de las publicaciones, proyectos y encuentros académicos institucionalizados tanto por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social; así como por la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación durante las cuatro últimas décadas. (Fuentes Navarro, 2016).

Este devenir significa que la comunicación ha evolucionado desde distintos ámbitos. Para León-Duarte (2017), el surgimiento de las primeras experiencias académicas en Latinoamérica, ha marcado la pauta para que los investigadores, que ya se desempeñaban en distintas facultades de comunicación social sean quienes hayan comprendido y explicado la articulación de la investigación en el continente latinoamericano respecto a temas de interés para la comunicación social; así, temáticas respecto a los *mass medias*, las formas como se organiza el poder, estructuras de poder, las mediaciones que se presentan en cada contexto cultural; entre otros.

Monje (2018) como resultado de su investigación tiene otra mirada desde las transformaciones del quehacer profesional del comunicador social concluyendo que las representaciones sociales han venido girando de manera positiva y actualmente ya se lo distingue como un profesional valioso en el desarrollo y desempeño organizacional. Por tanto, se conoce con mayor claridad y certeza que funciones realiza al interior de las organizaciones, ya sean públicas, privadas o las que corresponden al tercer sector y sobre todo se valora todo el bagaje con el que cuenta en el ámbito académico, así como sus capacidades y habilidades. Sin embargo, señala que aún se persiste en el entorno laboral como mirada principal de su desempeño el ámbito periodístico; lo que por desconocimiento de las otras áreas de acción profesional conlleva a perjudicar su inserción en el mercado laboral.

Actualmente, se reconocen distintas denominaciones a la carrera profesional, por lo que ésta se oferta con los nombres de comunicación social, comunicación y periodismo, comunicación audiovisual, comunicación para el desarrollo, comunicación y publicidad; entre

otras. En el Perú, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria - SUNEDU (2020), reconoce a 26 universidades que ofrecen la carrera, con diversidad de planes curriculares y competencias específicas para los egresados, generando que se mire al comunicador social como un profesional todo terreno, que muchas veces genera el despliegue comunicacional imitando estrategias y acciones de comunicación en función a contextos externos, perdiendo la visión de su entorno más próximo.

A fin de establecer la identidad propia del comunicador social, desde los inicios de su formación profesional, siempre se ha tomado como referente las tendencias bajo el enfoque de los *mass media* o de la comunicación crítica; dejando de lado una identidad latinoamericana. Sin embargo, Sierra et al. (2020), consideran la importancia de la Escuela Latinoamericana de la Comunicación y la definen como el análisis de la cultura y la comunicación desde la mirada de los elementos epistemológicos que difieren de los establecidos en Europa y Estados Unidos; ello como resultado de lo híbrido entre teoría y práctica tomando en cuenta el contexto específico e histórico para el continente; así como el sincretismo que generan la interculturalidad en América Latina.

Esta realidad lleva a realizar el planteamiento de algunas interrogantes tales como: ¿cuál es la evolución del perfil profesional del comunicador social en sus diferentes ámbitos? ¿cómo la enseñanza de la carrera ha contribuido a generar el perfil de este profesional?, ¿cuál es el perfil profesional que actualmente requiere el mercado laboral? ¿cómo la naturaleza de este campo de estudio contribuye a establecer el perfil profesional?.

Por lo expuesto, el presente artículo de revisión de literatura servirá como aporte y fuente de consulta de futuras investigaciones relacionadas con la identidad y perfil profesional del comunicador social. Asimismo, permitirá realizar un estudio científico relacionado con las representaciones sociales que adquiere este profesional desde la mirada de los empleadores y cómo ello impacta en el desarrollo nacional.

La investigación pretende reconocer las principales transformaciones en las que ha devenido el quehacer profesional del comunicador social, describir la naturaleza de las ciencias de

la comunicación, reconocer la evolución que ha tenido el perfil profesional y explicar el mercado laboral que actualmente tienen los profesionales de la comunicación; así se podrá evidenciar la transformación social que ha logrado desde la academia, desde lo profesional y desde lo laboral.

Metodología

La presente investigación es de revisión de la literatura científica, para lo cual se realizó la consulta de artículos científicos, informes de investigación o tesis e informes emitidos por las instituciones que norman la educación superior peruana. Respecto a la metodología, se utilizó la sistematización de la información científica, la cual permite buscar, organizar y analizar los documentos y de esa manera lograr una mejor identificación de autores, las publicaciones que se cuentan por año, así como posibles temáticas de investigación para desarrollarlas próximamente. (Font & Lazcano, 2016; Gallegos et al., 2017; Gómez-Luna et al., 2014).

Los autores proponen cuatro etapas, las cuales se tomaron en consideración; siendo éstas: (a) elección del tema, (b) búsqueda de la información, (c) organización de la información y, por último (d), el análisis y construcción del contenido. Respecto a la primera etapa, *elección del tema*: se realizó en base a la necesidad de abordar la temática y de acuerdo a la experiencia de la investigadora en la docencia universitaria, así como las expectativas de los comunicadores sociales y de quienes serán sus empleadores cuando se inserten en el mercado laboral; pues se puede advertir que existe una distorsión entre lo que esperan los estudiantes y los empleadores, al encontrarse más de una identidad particular para este profesional.

En lo referente a la segunda etapa, *búsqueda de la información*: para Gallegos et al. (2017) la revisión total y sobre todo actualizada de fuentes primarias disponibles en distintos formatos requiere del conocimiento de herramientas que permitan realizar la pesquisa de información confiable así como de utilidad para la investigación. Asimismo, facilita encontrar la información y son el equivalente

tecnológico a los catálogos por fichas de las bibliotecas; buscando información específica en páginas a través de la utilización de palabras claves que permiten ordenar la información a través de un criterio común para facilitar su consulta y análisis a través de enlaces. (Font & Lazcano, 2016, p. 54). Para la presente investigación se realizó la búsqueda a través de Google Académico, Scopus, Latindex, Proquest, Ebsco; se utilizaron palabras claves, tales como: perfil profesional del comunicador social, evolución de la comunicación social, campo laboral del comunicador social, identidad del comunicador.

Organización de la información: para esta fase se utilizó Mendeley, software que permite extraer de forma automática los metadatos y las referencias de los artículos desde archivos PDF con la finalidad de administrar y compartir documentos de investigación; se crearon carpetas para el almacenamiento de la información, tomando en cuenta las palabras claves, tales como: perfil, comunicador social, representaciones sociales. Asimismo, a través de la combinación de la versión web y de la versión de escritorio facilita la integración con editores de texto como Microsoft Word a través del word plugging y la web import a fin de extraer de manera automática la información de los documentos, asegurando el citado correcto de las fuentes de referencia en el documento. (Font & Lazcano, 2016, p. 58)

Análisis y construcción del contenido: en esta etapa se procedió a estudiar y ordenar la información utilizando la técnica del fichaje; el instrumento fue la ficha sincrética, las cuales se elaboraron para cada uno de los ítems del artículo permitiendo generar citas textuales, comentario, resumen o paráfrasis. Se realizaron 38 fichas sincréticas, las cuales se encuentran en una base de excel y posteriormente se realizó la correspondencia en word.

Este instrumento, contiene información relacionada al tipo de ficha, datos del autor, el título de la investigación, localización de la fuente, el título y el contenido de la información, cuyo esquema se presenta a continuación.

Nº Ficha (1)	Título del trabajo científico: (4)	Tipo de Ficha (5)
1		
	Autor del trabajo científico:(6)	
Ubicación (2)	Datos de localización de la fuente: (7)	
Observación (3)	Título del contenido de la ficha: (8)	
	Contenido: (9)	

Figura 1. Ficha sincrética y sus elementos.

(1) Número de ficha, (2) Título del trabajo científico, (3) Observación, (4) Título del trabajo científico, (5) Tipo de ficha, (6) Autor del trabajo científico, (7) Datos de localización de la fuente, (8) Título del contenido de la ficha, (9) Contenido.

Asimismo, a fin de asegurar un correcto procesamiento de la información el documento fue subido al software Turnitin que permite advertir algún porcentaje de similitud con otras fuentes.

Resultados y discusión

Naturaleza de las ciencias de la comunicación

56

La comunicación social está definida como “el conjunto de relaciones que van a estudiar los actos comunicativos tanto de los individuos como seres sociales por naturaleza y los actos que se presentan en la sociedad en general que muchas veces conllevan a modificar ciertas actitudes o prácticas” (Rivadeneira y Montoya, 2017, p. 61); es decir, es aquella que establece espacios de interrelación para lograr el bien común y la convivencia en un grupo social y utiliza los diversos procesos con los que cuenta la comunicación logrando así generar la retroalimentación continua entre los distintos grupos sociales. Actualmente, ha sufrido transformaciones debido a cambios significativos a nivel político, social, profesional y académico debido principalmente a la incorporación de las tecnologías que permiten no solo obtener información sino también crearla a través de

medios digitales lo que ha permitido ampliar el campo laboral del comunicador social.

Desde la mirada académica, la naturaleza de las ciencias de la comunicación permite comprender la dimensión sociocultural en que nacen y se relacionan las sociedades a través del análisis de las interacciones sean estas subjetivas, institucionales, comunitarias. Desde otra óptica, analiza aspectos relacionados a medios masivos de comunicación, análisis de los discursos, la legislación y regulación de los mismos; sin embargo, la comunicación también necesita ser investigada, analizada y socializada en las aulas universitarias y a pesar de haberse institucionalizado y legitimado en la academia, los currículos académicos muchas veces deben de realizarse desde la perspectiva del mercado y la empresa, dejando de lado la esencia de la enseñanza desde la academia (Garay, 2006).

De ahí que cuando se habla de representaciones sociales del comunicador, ellas están relacionadas principalmente a los motivos que llevan a los jóvenes a optar por la carrera y muchas veces distan de las necesidades de formación académica que tiene la universidad. Para Gutierrez-Vidrio (2012, p.37) es importante que “se dé una mirada

al desempeño académico relacionado con las prácticas académicas lo que resulta relevante para los diseños de los currículos de las unidades académicas que dictan la carrera de comunicación social, para los propios alumnos y para los egresados que se desempeñarán profesionalmente”.

Complementando lo afirmado por Gutiérrez, Rubira-García et al. (2018, p.163) toman como referencia el modelo de las representaciones sociales y señalan que gira en torno a razones tales como: “la insistencia en la dimensión social del universo subjetivo, la articulación de los procesos cognitivos con los procesos grupales e intergrupales, la articulación de los aspectos psicológicos y sociológicos”, con la finalidad de brindar una visión global de las relaciones cotidianas lo que permite fortalecer las tendencias desde el enfoque crítico de la comunicación.

La afirmación de Gutiérrez se ve complementada con lo señalado por Massoni (2016), quien indica que los universitarios que ingresan a Ciencias de la Comunicación han formado su imaginario laboral solo como productores de contenidos, y exclusivamente en el ámbito informativo, dejando de lado propuestas comunicacionales que construyan una realidad social evadiendo lo que sucede a su alrededor y dejando de lado el aspecto ético.

Formación profesional de la comunicación social en América Latina

La institucionalización en programas universitarios y asociaciones profesionales, se considera como “la manifestación más objetiva de la constitución de un campo académico”, (Fuentes Navarro, 2016, pp.12-13) pues se le otorga el reconocimiento como un lugar determinado a la generación y difusión de nuevo conocimiento y a la formación profesional en un área determinada y de esta manera adquiere el valor y función social que debe cumplir la comunicación social para obtener legitimidad.

Cuando se investiga sobre los inicios del desarrollo académico de la carrera profesional, ésta tiene mucha relación con las organizaciones que realizan investigaciones en comunicación social y de cómo ha ido evolucionando en cada país en el que surgieron. A decir de Arzuaga-Williams, (2019, p. 141) “existen características inherentes que ayudan a posicionar en mayor o menor medida con la profesión” y que están relacionadas con la

existencia y regulación de la profesión en cada país, así como de las propuestas de formación académicas que han marcado la evolución de la profesión en esta región.

Para Fuentes Navarro (2016), los principales antecedentes que marcan los inicios de la carrera en el continente americano están relacionados con los periodos de creación o surgimiento de las carreras universitarias; así señala que antes de 1950 ya existían un número de doce instituciones educativas que formaban periodistas en Latinoamérica en cada los siguientes países: Argentina, Brasil, Ecuador, México, Perú, Venezuela, Colombia y Cuba, y que habían surgido frente a la necesidad de otorgarle mayor profesionalismo al desarrollo del ejercicio periodístico a través de los estudios universitarios que debían realizar todos aquellos que ejercían el periodismo. Añade también que para la década del cincuenta y sesenta este modelo de formación universitaria ya había adquirido cierta solidez por lo que el objetivo de las escuelas de comunicación social era brindar capacitación desde los aspectos técnicos y culturales a los reporteros y personal técnico de la prensa escrita y que si bien se lograban de manera parcial se había dejado relegado al aspecto académico y el cuestionamiento del entorno en el que el periodismo se practica.

Agrega que para 1960, ya funcionaban 44 escuelas de periodismo en América Latina, situadas en Argentina (8), Brasil (8), Cuba (6), México (6), Colombia (3), Perú (3), Ecuador (2), Venezuela (2), Chile, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá. En el mismo año, se crea la carrera, en la Universidad Iberoamericana en la ciudad de México iniciándose el incremento significativo en cuanto a instituciones y estudiantes en escuelas de comunicación social en todos los países latinoamericanos y para 1970, existían 81 escuelas de comunicación social y en 1980 la suma ascendió a 163; dos tercios de las cuales se ubicaban en Brasil y en México, los dos países con mayor población y con industrias mediáticas más consolidadas; situaciones que llevaron al surgimiento de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. (Fuentes Navarro, 2016)

Asimismo, Deharbe (2019), sostiene que la formación académica del comunicador social se debe de pensar en términos de fomentar una fuerte formación profesional que incluya esa dualidad perfectamente armonizada; el dominar los aspectos

que se aprenden desde la academia, así como el tener las habilidades y capacidades suficientes para poner en práctica acciones de comunicación, dejando de lado términos como menos teoría, más práctica o más destreza y menos academicismo.

Otro aspecto prioritario que señala Cerda (2007), es la investigación que debe estar considerada como clave en la formación de los estudiantes y en el logro de sus competencias. Por tanto, los currículos deben elaborarse considerando su flexibilidad, dinamismo y tomando como punto de partida asignaturas que contribuyan a la investigación de manera práctica y a la articulación entre productos académicos y docencia con la finalidad de lograr el perfeccionamiento de los futuros comunicadores sociales.

De otro lado, para Punín (2012), las competencias genéricas ofertadas por las universidades son muy similares; sin embargo, resultan distantes a las necesidades y expectativas de los estudiantes de comunicación social. Identifica, asimismo, que existe la predisposición a desarrollar un proceso formativo que permita tomar como referente el contexto europeo; no obstante, en el contexto latinoamericano, específicamente en Ecuador, el avance de las nuevas tecnologías ha desechado el modelo emisor – receptor generando uno nuevo en la que actualmente se es emisor y receptor al mismo tiempo, o también denominado emirec. Las universidades ecuatorianas han dejado de lado estas temáticas en las investigaciones científicas, impidiendo la implementación de estos temas en sus planes de estudio. Por ello, Martín Barbero (2012) señala que el continente está en pugna para proponer temas de investigación sin dejar de lado dicha articulación; es decir, desde la academia y consolidarlas en los currículos de formación profesional, toda vez que la carrera no tiene un solo campo de estudio y conlleva a la dispersión de los distintos campos de acción del comunicador social. No obstante, el autor también advierte que la especialización de acuerdo a lo que el mercado laboral requiere de los comunicadores surge como una valiosa oportunidad desde la universidad y la formación que le brinda al estudiante de comunicación social.

Si enfocamos la mirada en la formación académica del comunicador social en el Perú, el estudio de Rubio (2016, p.10) concluye que “el perfil profesional del comunicador como funcionalista-tecnocrático, conlleva a que desde la mirada

teórica y metodológica de su paso por la academia sea deficiente, siendo el principal motivo que le permite contribuir desde la propuesta de estrategias y políticas de comunicación que logren beneficio o el bien común en la sociedad, pues solo se tiene una visión predominante para el análisis y es desde la mirada del marketing”.

Para que el comunicador social trascienda, durante su formación profesional las escuelas de comunicación social deben garantizar una formación íntegra, ética y responsable en la que el componente relacional debe ser el eje articulador e indisoluble que caracterice su formación y garantice un desempeño profesional óptimo con la finalidad de transformar su ambiente, crear cultura y trascender; caso contrario, sucederá que las desventajas en cuanto a la enseñanza en universidades públicas y privadas, basadas fundamentalmente en torno a aspectos relacionados con la escasa o nula capacidad de organización, infraestructura no adecuada para el desarrollo académico y práctico o la calidad de la enseñanza que no garantizan óptimos niveles de aprendizaje, lo que conllevaría a un perjuicio en el ingreso al mercado laboral de los futuros comunicadores sociales. (Gonzales, 2016; Rubio, 2016).

Deharbe (2018) también coincide con Gonzales (2016) y Rubio (2016) y señala que tomando como referencia al Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) se identifican como problemáticas desde la mirada de la formación universitaria de los comunicadores “la escasa vinculación entre la formación académica y los requerimientos del mercado profesional, escasa experticia desde la dimensión práctica y la naturaleza teórica de la mayor parte de la enseñanza impartida, entre otros”. (Deharbe, 2018, p. 108).

Coincidentemente las afirmaciones anteriores se ven reforzadas por lo que sostiene, León-Duarte al señalar que “se advierten algunos problemas que han conllevado a la comunicación latinoamericana a mermar su desarrollo y evolución desde la mirada del conocimiento científico” (León - Duarte, 2017, p.196); por ello, admite que desde la academia se debe tomar en cuenta las actividades realizadas de forma colaborativa que permitan reforzar su propia identidad y dar pie a problemáticas relacionadas con su contexto más próximo que tradicionalmente ha sido lento y ha originado que los futuros comunicadores que realizan

investigación dejen de lado como motivaciones para sus futuras investigaciones a realidades problemáticas oriundas de nuestra región y se enmarquen desde una mirada internacional, lo que conlleva a no generar con mayor continuidad nuevo conocimiento.

Perfil profesional del comunicador social en América Latina.

Los perfiles profesionales han sido y siguen siendo susceptibles a los cambios del entorno; de ahí que puedan modificarse, extinguirse o surgir nuevos permitiendo asignar o añadir nuevos roles a los comunicadores sociales generados por el avance de las nuevas tecnologías. No obstante, las competencias tradicionales siguen siendo las más valoradas en el mercado laboral, pues son las básicas para el ejercicio de la profesión. (Marques-Hayasaki et al., 2016).

Para Mercadet y Ortega (2020, p.65) “el comunicador social, inexorablemente, tiene que saber mucho sobre pocas cosas y un poco sobre muchas”; pues debe ser especialista en algo específico y debe estar lo suficientemente preparado académicamente para gestionar y transmitir lo epistémico axiológicamente productivo dentro de un volumen informativo que se multiplica en progresión geométrica y a intervalos cada vez más cortos, a escala global.

De otro lado, Venegas (2016) sostiene que en América Latina no se han realizado investigaciones respecto a las necesidades y demandas, desde el ámbito comunicacional, que requiere el mercado laboral ni el entorno social lo que no contribuye a que se conozca plenamente la función social ni el rol profesional que cumple en su ejercicio profesional diario ni tampoco se valora a la creatividad como una de las características inherentes a dicho profesional.

No obstante, algunos investigadores han evidenciado, tal es el caso de Rubio (2016, p.20) que “los perfiles profesionales y campos de acción del comunicador social al estar asociados al modelo de formación que recibieron en las aulas universitarias”, y como ya se afirmó líneas arriba, las representaciones sociales del comunicador estarán solo asociadas o una o dos funciones lo que perjudicaría su fácil acceso al mercado laboral.

La investigación realizada por Oller et al (2017) analiza el perfil de los periodistas en América Latina desde dos ámbitos, el primero desde el propio desempeño profesional y cómo ello le ha permitido adquirir experiencia; y el segundo, relacionado con los currículos y propuestas que adoptan las universidades para la formación académica. Estas dos dimensiones originan un perfil de profesional de la comunicación social tomando como punto de partida no solo las características individuales y grupales, sino marcada por los aspectos comunes que nos identifican como latinoamericanos; es decir, conscientes de nuestras características similares, pero a la vez divergentes, así como la diversidad social y cultural. Así, identifica que el perfil del periodista, específicamente, es ser recolector, generador, mediador, gestor, difusor y receptor de información en procesos específicos propios de la naturaleza del periodismo y con relación a los sistemas en el proceso de generación y distribución de contenidos; los cuales estarán asociados a la formación académica y los valores que cuenta el profesional de la comunicación social lo cual ayudará a configurar la propia identidad del periodista local, nacional o regional.

Mercado laboral del comunicador social en América Latina

Actualmente se identifica que el mercado laboral de los comunicadores sociales lejos de estar totalmente articulada con las mallas curriculares, está definido de manera unilateral por las demandas de las empresas privadas y el monopolio informativo de los medios que solo conciben que la comunicación es exclusivamente instrumentalista; es decir, basada en medios, tecnologías, publicidad y marketing, situación que aleja más a los futuros comunicadores de las necesidades reales del mercado laboral y de la formación y habilidades que recibieron en su etapa universitaria. (Ocampo-Villegas, 2019; Villegas, 2019).

De otro lado, tomando en consideración el aporte de Yezers'ka & Zeta de Pozo (2017), desde la vorágine de la cultura digital que ha tomado relevancia en nuestro entorno es imposible pensar que los comunicadores sociales estén ajenos a ello; por tanto, todo egresado conoce y está capacitado para hacer frente a términos como multimedia, interactividad, multiplataformas llevando a desenvolverse profesionalmente en entornos

digitales propios de la sociedad de la información y para cuyo escenario debe haber sido formado confluyendo la formación académica y los avances tecnológicos.

Ello conlleva a que desde la apropiación de las herramientas tecnológicas por parte de los comunicadores se presentan perfiles más emergentes lo que consolidan otras áreas de desempeño laboral. Se van tomando como referentes los avances en comunicación digital, la tecnología y con ella nuevas formas de producir contenidos, nuevas audiencias; y otros aspectos que van generando cambios en la estructura del mercado laboral. No obstante, los planes o mallas curriculares no se destacan en la formación académica especializada y muchas veces las competencias que adquieren los comunicadores durante su formación profesional no son las mismas que actualmente demanda el mercado laboral. (Deharbe, 2018; Villegas, 2019).

De otro lado, para Morales et al. (2016), no solo se debe seguir acostumbrando a trabajar una sola dimensión de la comunicación, la informativa; sino que se deben considerar otras tales como la ideológica, la interaccional, la del encuentro sociocultural; trabajar con estas herramientas comunicacionales permitirá trabajar estratégicamente desde lo fluido, es decir, ese especial tipo de orden de lo que está siempre cambiando y los comunicadores estratégicos son los llamados a hacerse cargo de este desafío.

60

El profesional de la comunicación social logra convertirse en un impulsor de la comunicación utilizando diversas estrategias para brindar información y conseguir resultados. Así, pueden insertarse en un medio de comunicación, ya sea éste tradicional o digital, en una organización o como se puede advertir últimamente involucrarse en emprendimientos que les permite darse a conocer con contenidos de calidad y el uso del marketing digital evidenciando su desempeño desde el aspecto práctico.

Desde la mirada de Venegas (2016b, p. 10); “el mercado laboral demanda profesionales tecnocráticos en las especialidades de periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, marketing, relaciones públicas y comunicación organizacional, para que desarrollen tareas ejecutivas, técnicas profesionales, administrativas y gerenciales”.

La acelerada irrupción de las nuevas tecnologías ha generado algunos efectos en los comunicadores, entre ellos se destaca la transformación de su propia cultura en la que está inmerso. De ahí que Azar (2017, p. 22) afirme que “en este siglo todo buen comunicador debe ser capaz de generar empatía con su audiencia imaginaria; es decir, un reconocimiento a que este consumidor es ahora también y al mismo tiempo, productor de contenidos o denominado prosumidor”.

En cambio, Monje (2018) como resultado de su investigación, tiene otra mirada y lo hace desde las transformaciones del quehacer profesional del comunicador social afirmando que las representaciones sociales del comunicador han venido girando de manera positiva y actualmente ya se lo distingue como un profesional valioso en el desarrollo y desempeño organizacional. Por tanto, se conoce con mayor claridad y certeza que funciones realiza al interior de las organizaciones, ya sean públicas, privadas o las que corresponden al tercer sector y sobre todo se valora el bagaje con el que cuenta en el ámbito académico y respecto a sus capacidades y habilidades. Por otra parte, insiste en señalar que aún se persiste en el entorno laboral como mirada principal de su desempeño laboral el ámbito periodístico; lo que por desconocimiento de las otras áreas de acción profesional conlleva a perjudicar su inserción en el mercado laboral.

Conclusiones

La evolución del quehacer profesional del comunicador social está articulada al tiempo y espacio en que desarrolla su formación universitaria, así como su quehacer profesional, marcando tendencias fácilmente identificatorias por cada periodo de tiempo. Así hemos pasado de solo ser un mero transmisor o difusor de información a ser valorado como una persona que busca el cambio social y el bien común de su entorno.

A pesar de haber logrado cierta evolución y tener mayor visión respecto a su perfil profesional aún se sigue mirando al comunicador social como un profesional *todo terreno* que muchas veces solo imita estrategias y acciones de comunicación en función a contextos externos, perdiendo la visión latinoamericana a pesar de ser su entorno más próximo y donde genera todo el despliegue comunicacional.

Las investigaciones en comunicación social aún son escasas y no han logrado tener una identidad que transmita la razón de ser de los ciudadanos del continente latinoamericano, lo que conlleva a que no se sienten fuertes bases de nuevos conocimientos desde la mirada de América Latina y como propuesta para futuras investigaciones en otros países del mundo.

En el Perú la formación universitaria del comunicador social también responde a expectativas generadas en función a una mirada externa dejando de lado el conocimiento de nuestro país y permitiendo marcar la pauta de líneas de investigación relevantes para el desarrollo de los ciudadanos peruanos. Asimismo, no se ha logrado plenamente la articulación entre teoría y práctica lo que conlleva a que aún el perfil profesional siga divagando respecto a ser netamente teórico o prioritariamente práctico; situación que no permite establecer claramente el perfil profesional del comunicador social.

Referencias bibliográficas

- Arzuaga-Williams, M. (2019). Perspectivas latinoamericanas sobre el rol de los profesionales de la comunicación organizacional y las relaciones públicas. *Anagramas - Rumbos y Sentidos de La Comunicación.*, 17(34), 135–154. [10.22395/angr.v17n34a7](https://doi.org/10.22395/angr.v17n34a7)
- Azar, R. (2017). *¿Qué desafíos enfrentan los comunicadores del siglo XXI? 1 What challenges twenty-first century communicators deal with?* (Vol. 13, Issue 1).
- Cerda, H. (2007). *La investigación formativa en el aula.* (E. Magisterio). <https://www.magisterio.com.co/libro/la-investigacion-formativa-en-el-aula->
- Deharbe, D. (2018). Notes for the debate on the training of social communicators. *Revista Temas y Problemas de La Comunicación*, 16(5), 105–116.
- Deharbe, D. (2019). Las valoraciones de los graduados en comunicación social sobre su formación. *Revista Ciencia, Docencia y Tecnología*, 30(58), 96–124. [10.33255/3058/440](https://doi.org/10.33255/3058/440)
- Font, E., & Lazcano, C. (2016). La gestión de la información y la comunicación de la ciencia. *Colección Académica de Ciencias Sociales*, 3(2), 50–61. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/cienciassociales/article/view/4486/4171>
- Fuentes Navarro, R. (2016). Cuatro décadas de internacionalización académica en el campo de estudios de la comunicación en América Latina. *Disertaciones: Anuario Electrónico de Estudios En Comunicación Social, ISSN-e 1856-9536, Vol. 9, No. 2, 2016 (Ejemplar Dedicado a: La Investigación Sobre Comunicación: Historia)*, 9(2), 11. [10.12804/disertaciones.09.02.2016.01](https://doi.org/10.12804/disertaciones.09.02.2016.01)
- Gallegos, M. C., Peralta, C. A., & Guerrero, W. M. (2017). Utilidad de los gestores bibliográficos en la organización de la información para fines investigativos. *Formación Universitaria*, 10(5), 77–87. [10.4067/S0718-50062017000500009](https://doi.org/10.4067/S0718-50062017000500009)
- Garay, A. (2006). Nuevos retos para la formación de comunicadores. *Revista Comunicación. Estudios Venezolanos de Comunicación.*, 135, 37–41. <https://dialnet.unirioja.es/>
- Gómez-Luna, E., Fernando-Navas, D., Aponte-Mayor, G., Luis, & Betancourt-Buitrago, A. (2014). Literature review methodology for scientific and information management, through its structuring and systematization Metodología para la revisión bibliográfica y la gestión de información de temas científicos, a través de su estructuración y sistematización. *DYNA*, 81(184), 158–163. <http://dyna.medellin.unal.edu.co/>
- Gonzales, D. (2016). El perfil del comunicador relacional en la Universidad Sergio Arboleda. *Civilizar*, 03(03), 247–256. <https://repository.usergioarboleda.edu.co/>
- Gutierrez -Vidrio, S. (2012). Vista de reflexiones metodológicas en torno al estudio de las representaciones sociales. Su relevancia para la investigación educativa. *Revista Republicana*, 13, 37–55. <https://www.ries.universia.unam.mx/index.php/ries/article/view/525/1192>
- León-Duarte, G. (2017). José Marques de Melo y la construcción narrativa de la escuela latinoamericana de la comunicación. *Hum@nae. Questões Controversas Do Mundo Contemporâneo*, 11(1), 179–203. <http://www.humanae.esuda.com.br/index.php/humanae/article/view/552>
- Marques-Hayasaki, P., Roca-Cuberes, C., & Singla, C. (2016). Nuevos perfiles profesionales y competencias en el ámbito periodístico. *Brazilian Journalism Research*, 12(3), 14–33. www.reibci.org
- Martin Barbero, J. (2012). Los oficios del comunicador. *Signo y Pensamiento*, 31(59),

- 18–40. [10.11144/Javeriana.syp31-59.ofco](https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp31-59.ofco)
- Massoni, S. (2016). *Avatares del Comunicador complejo y fluido*. 212.
- Mercadet, N., & Ortega, J. (2020). El danzón en los estudiantes de licenciatura en comunicación social de la Universidad de Matanzas. Su conocimiento y representación social. *Comparative Cultural Studies - European and Latin American Perspectives*, 5(9), 55–66. [10.13128/ccselap-11849](https://doi.org/10.13128/ccselap-11849)
- Monje, M. (2018). *Imaginarios, representaciones sociales y percepciones existentes sobre el comunicador social javeriano* [Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/39980>
- Morales, M., Tello, A., & Bautista, S. (2016). Characterization of the imaginary labour of freshman students of Bachelor's degree of Communication Sciences. *Revista Iberoamericana Para La Investigación y El Desarrollo Educativo.*, 7(13), 69–92.
- Ocampo-Villegas, M. (2019). Mercado laboral de los comunicadores corporativos en las organizaciones en Colombia: Retos para la formación universitaria. *Perfiles Educativos*, 41(165), 81–95. [10.22201/iisue.24486167e.2019.165.58996](https://doi.org/10.22201/iisue.24486167e.2019.165.58996)
- Oller, M., Amado, A., & Arroyave, J. & al. (2017). Periodismos latinoamericanos: perfil y roles profesionales. *N.D.* <https://www.researchgate.net/publication/publication/315114337>
- Punín, M. I. (2012). *Análisis de la formación de comunicadores sociales en el Ecuador. Casos: Universidad Central del Ecuador, Universidad del Azuay y Universidad Técnica Particular de Loja* [Universidad Técnica de Loja]. <http://hdl.handle.net/10347/4357>
- Rivadeneira, E., & Montoya, T. (2017). Orientaciones profesionales de los comunicadores sociales. *INNOVA Research Journal*, 2(5), 60–87. [10.33890/innova.v2.n5.2017.166](https://doi.org/10.33890/innova.v2.n5.2017.166)
- Rubio, R. (2016). *Formación del comunicador de cinco universidades peruanas y su incidencia en el perfil del egresado y su acceso a campos laborales*. [Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. cybertesis.unmsm.edu.pe
- Rubira-García, R., Puebla-Martínez, B., & Gelado-Marcos, R. (2018). Social representations in studying information, knowledge, and mediations: A critical review. *Social Sciences*. [10.3390/socsci7120256](https://doi.org/10.3390/socsci7120256)
- Sierra-Caballero, F., Maldonado, C., & del Valle, C. (2020). Nueva comunicología latinoamericana y giro decolonial. Continuidades y rupturas. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 25, 225–242.
- Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria. (2020). *II informe bienal sobre la realidad universitaria en el Perú*.
- Venegas, Y. (2016a). *Economía social y formación profesional de comunicadores sociales en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco* [Universidad Nacional San Antonio Abad]. <http://repositorio.unsaac.edu.pe>
- Venegas, Y. (2016b). La formación profesional de comunicadores sociales en América Latina [Universidad Nacional San Antonio Abad]. In *Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco*. <http://repositorio.unsaac.edu.pe>
- Villegas, S. (2019). Situation of the labor demand of communication. *Aportes*, 21–31. http://www.scielo.org/bo/pdf/racc/n27/n27_a03.pdf
- Yezer'ska, L., & Zeta de Pozo, R. (2017). Integración de la cultura digital en la formación de comunicadores en Perú. *Revista ComHumanitas*, 8(1), 61–80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057560&info=resumen&idioma=SPA>