



Estudio diagnóstico del perfil profesional del Comunicador Social*

Elda Morales y Luz Neira Parra

Docentes Investigadoras, del Departamento de Investigación de la Escuela de Comunicación Social. Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad del Zulia

Resumen

El artículo presenta una síntesis de los aspectos más significativos de una investigación que las autoras realizaron acerca de la situación ocupacional de los egresados en Comunicación Social y de la estructura curricular que orienta su formación en la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad del Zulia, como base para una reestructuración del currículum:

El estudio de la situación ocupacional y de la formación académica se realizó a través de entrevistas a muestras de empleadores, egresados y estudiantes de los últimos semestres de la carrera, ubicados en las ciudades del área de influencia de la universidad.

Los resultados obtenidos clasifican las funciones, tareas y requisitos que el mercado ocupacional exige a estos profesionales, así como las fortalezas y debilidades de su formación. Esta información debe ser interpretada en el marco de una concepción socio-educativa y de una posición epistemológica para orientar la transformación curricular.

Palabras claves: Currículum, Perfil Profesional, Perfil del Comunicador Social, Mercado Ocupacional.

Recibido: 15-06-94 • Aceptado: 11-07-94

* Proyecto financiado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad del Zulia (CONDES)

Diagnostic study of the professional profile of a communicational specialistic

Abstract

This article synthesizes the most significant aspects of a research project conducted by the authors in order to study the occupational situation of the alumni of the School of Social Communications, as related to the curriculum design that frames their professional formation at the Faculty of Humanities and Education in The Zulia State University. The results serve as a basis for redesigning the curriculum.

Data on the occupational situation of alumni and their academic background were obtained by means of interviews to samples of employers, alumni and students close to graduation, located in cities that conform the University area of influence.

The results obtained clarify the functions, tasks and requirements that the occupational market demands from such professionals, as well as the strengths and weaknesses of their formation. This information must be interpreted within the framework of a social - educational conception and from an epistemological standpoint that allows a real curricular transformation.

Key words: Curriculum, Professional Profile, Communicational Specialistic Profile, Occupational Market

1. La formación del comunicador un reflejo de la crisis, un reto para el cambio

Un período sin precedentes en la historia democrática de Venezuela es el marco contextual en el cual, casi por azar, se organiza y desarrolla el presente estudio. Los años 1992 y 1993 han sido testigos de acontecimientos aleccionadores que definen los signos de la crisis del desempeño estatal en la democracia de nuestro país.

Esta coyuntura no debe obviarse, considerando que los cambios políticos, sociales y económicos están provocando una redefinición de las instituciones, de su funcionamiento, de sus objetivos y metas.

La Universidad, como fuente creadora del saber y responsable de la formación académica de profesionales, es permanentemente interpelada por sectores vinculados al ejercicio del poder, así como por sectores organizados de la sociedad civil.

Hoy como en ningún otro tiempo es necesario dar respuestas al para qué de la educación. Es vital que la propuesta de la formación académica sea la síntesis de un proceso de cambios fundamentales en el propio proyecto filosófico que sustenta la universidad, y en los vínculos que hasta el presente ha establecido con las demandas declaradas del contexto social.

A principios de la década de los 80 América Latina enfrenta un período de crisis general, cuyos signos se manifiestan en la enorme deuda externa que compromete la estabilidad de las democracias del continente, la pérdida del discurso tercermundista, los escasos aportes teóricos que ofrecieran respuestas adecuadas a los verdaderos problemas de ayer, que son los mismos de hoy.

La ausencia del sentido de la realidad nos plantea el reto del saber hacer, de producir un discurso coherente con las dimensiones y la profundidad de la crisis. Los aportes de un liderazgo que dignifique las aspiraciones y expectativas de los pueblos latinoamericanos, la toma de decisiones sustantivas en la creatividad e imaginación de un discurso teórico audaz, en ruptura con los viejos paradigmas de la práctica teorísta populista entronizadas en la estructura económica, política, social y educativa, constituyen en conjunto, una meta a alcanzar.

En los umbrales del siglo XXI, la Universidad debe ser vanguardia de este gran proyecto, aunando esfuerzos con los sectores representativos de la sociedad civil y con el surgimiento de una nueva clase política.

2. Una propuesta para el estudio de la profesión

La organización y resultados de la investigación exponen como objetivos: el equilibrio que debe lograr toda propuesta de construcción curricular en la definición de un marco teórico que revele la concepción educativa de la cual parte el proyecto, los valores y las orientaciones epistemológicas y el diagnóstico del entorno en el cual se ejerce socialmente la profesión.

A la Universidad se le exige en esta coyuntura niveles de eficiencia en tres órdenes: en la producción de conocimientos, en la formación académica y en la administración de los recursos. Es en este sentido que la presente investigación justifica su pertinencia estratégica, precisamente porque la enseñanza de la comunicación en América Latina no escapó a la crisis, que podría definirse como un aislamiento de la dinámica histórica, lo cual ha provocado el desfase ante las necesidades del contexto social, ante el avance de las nuevas tecnologías, y el desarrollo de los medios masivos. Este proceso ha neutralizado la propuesta académica de los centros de formación superior en el campo comunicacional.

Responder a los cambios que plantea esta coyuntura es el marco de referencia en el cual se inscribe nuestro proyecto. En él se ha integrado la reflexión teórica sobre la práctica educativa, los fines de la educación y el currículo, desde el develamiento de la situación real de las prácticas profesionales de los comunicadores y en la redefinición del rol protagónico del periodista en la sociedad de la información, donde el discurso emancipatorio tiene un lugar en el futuro de la profesión.

El estudio que organizamos nos condujo primeramente a la búsqueda y ordenamiento de una información base que no existía en la Escuela de Comunicación Social de LUZ, y al mismo tiempo son las variables fundamentales que han orientado nuestra investigación: la estructura curricular y el mercado ocupacional.

En este sentido, más que una investigación de mercado de trabajo, se trata de un análisis de la situación ocupacional del egresado.

Una referencia importante en el trabajo es la metodología planteada por el Modelo de Enfoque Sistémico para el Rediseño Curricular en Educación Superior (Modelo ESDICES),

El modelo establece como condición para la elaboración o re-estructuración de los diseños curriculares, que este sea el producto de un proceso de investigación sobre las perspectivas profesionales y sociales de la carrera en estudio. (Sánchez y Jaime)

Precisamente una de las fases para el desarrollo del Modelo ESDICES es: la investigación ocupacional, definida ésta como la indagación de las perspectivas de la participación de los egresados de las Instituciones de Educación Superior en la estructura ocupacional. Es vital el estudio de las características que el mercado de trabajo y la sociedad, demandan a este recurso humano como profesional y como ente de transformación social. (Sánchez y Jaime)

Los objetivos de la fase de investigación ocupacional planteada por el Modelo ESDICES, ratifica el planteamiento de algunas variables esenciales en nuestra investigación, es decir, el proceso de interrelación entre los currículos y la realidad ocupacional del país.

La Metodología que aporta el Modelo ESDICES clarificó ampliamente los aspectos cualitativos y cuantitativos que exige el estudio y análisis de una profesión, estableciendo como fuentes de información las siguientes: la empresa em-

pleadora tanto oficial como privada, los especialistas académicos, los egresados y los estudiantes de los últimos semestres de la carrera. Un señalamiento importante del Modelo es que, la información recopilada y procesada a través de esas fuentes, serán los insumos que luego de su interpretación y análisis, permitirán elaborar los perfiles profesionales.

Considerando que uno de los objetivos planteados en la presente investigación cubre el análisis de la situación ocupacional de los egresados, es pertinente definir esta técnica como el proceso de identificar a través de la observación y la entrevista las actividades y requisitos fundamentales de una profesión. (Sánchez y Jaime)

En los instrumentos diseñados para el estudio de la muestra de población (empleadores y egresados), se incluyen interrogantes que cubren la identificación de las funciones y tareas que comprenden la profesión, además de las habilidades, aptitudes y conocimientos que se requieren del profesional.

Los resultados del trabajo de campo pueden ser considerados un aporte informativo para el proceso de rediseño curricular, pero esencial interpretar los datos obtenidos, en el marco de un planteamiento teórico que revele la concepción educativa que sustenta el currículo.

Como se ha expresado en cita anterior, la finalidad del estudio es lograr un abordaje equilibrado de las contradicciones que enfrenta la investigación curricular al analizar conscientemente la relación dialéctica entre la teoría y la práctica educativa, y cómo ésta se ve reflejada en el entendimiento del papel que deben ejercer los actores del proceso educativo:

docentes - investigadores, estudiantes, administradores, planificadores.

El marco teórico que sustenta el currículo no debe prescindir de una reflexión epistemológica, que en nuestro caso, nos lleve a considerar aspectos esenciales en la determinación de la comunicación como fenómeno, y a identificar nuevas necesidades sociales de la comunicación. En este sentido lograr un análisis de las condiciones en las cuales los egresados se incorporan al ejercicio profesional y las demandas que el contexto social impone, es tarea esencial, pero no la única fuente legítima.

Es preciso reconocer lo significativo que ha resultado para la exposición teórica de la investigación, el haber escudriñado como fuente bibliográfica, el trabajo del profesor Raúl Fuentes Navarro, sobre el currículo en las Escuelas de Comunicación.

En el caso específico del presente estudio, su propuesta ratifica aspectos fundamentales de los objetivos teóricos y prácticos planteados, principalmente al establecer la pertinencia de organizar un

3. Fundamentos metodológicos

El proceso de recolección de la información finalizó en el mes de julio del año 1993.

Se realizó un total de 503 encuestas, de acuerdo a la siguiente distribución:

a) 171 encuestas realizadas entre los estudiantes de los últimos semestres de la carrera; la muestra fue seleccionada del número total de alumnos de las menciones: Periodismo Audiovisual, Periodismo Impreso y Publicidad y Relaciones Públicas.

análisis de las condiciones en que los egresados se incorporan al ejercicio de la profesión y de las tendencias que la práctica califica como decadentes, predominantes o emergentes. (Fuentes, 1991)

El autor califica a esta fuente de información como imprescindible para fundamentar el perfil del comunicador y orientar la organización del diseño curricular, siempre y cuando estos resultados sean evaluados en el contexto de los valores asumidos por la institución formadora.

La universidad debe ejercer su autonomía y abrirse al conocimiento de otras prácticas educativas. El compromiso es con la transformación que requiere la Universidad como fuente creadora del saber. Quienes dinamizan el proceso educativo fomentarán relaciones de comunicación más democráticas, si logran ejercer un papel protagónico y no como simples espectadores del proceso. Sin olvidar la crítica, los cambios requieren al mismo tiempo de un trabajo universitario calificado, eficiente y con una propuesta realizable en la práctica.

b) 105 encuestas realizadas en las siguientes poblaciones: Maracaibo (44), Costa Oriental del Lago (15), Santa Bárbara (1), Barquisimeto (12), Falcón (10), Caracas (14), Mérida (4), Valera (3), Yaracuy (2). Esta muestra está debidamente segmentada para que cada sector esté representado, los sectores tradicionales relacionados con los medios masivos (Prensa, Radio, Televisión); Agencias Publicitarias, Oficinas de Relaciones Públicas y Prensa del Sector Oficial y Privado, Entidades Financieras, Clínicas. Se

incluyeron otras empresas que contratan comunicadores sociales, considerando los nuevos campos de acción del egresado y la autogestión.

c) 227 encuestas dirigidas a los egresados de la Escuela de Comunicación Social, de las distintas menciones.

La recolección de la información de este sector se realizó en el Estado Zulia (113), Caracas (38), Falcón (34), Yaracuy (4), Mérida (8), El Vigía (2), Lara (28).

Marco Muestral

El marco muestral está conformado por los listados, planos, registros computarizados y demás dispositivos donde se localizan las unidades de investigación que conforman el universo en estudio.

En nuestro caso particular, por el hecho de estar estudiando varias poblaciones o universos se presentó la necesidad de estructurar "marcos muestrales" diferentes para los universos definidos: "empresas, egresados y estudiantes".

Para el diseño y construcción del marco muestral correspondiente a las "Empresas", se hizo un análisis preliminar de las mismas, considerando su clasificación por rama de actividad económica. Este análisis preliminar permitió definir el tipo y/o clase de empresas a tomarse en cuenta para conformar el "Universo de empresas" objeto de estudio. Las empresas finalmente seleccionadas, fueron aquellas que demandan actualmente personal en el área de la comunicación.

Las ramas de actividad económica consideradas son:

1. Minas e Hidrocarburos
2. Industrial.
3. Electricidad.

4. Transporte y Comunicaciones.
5. Servicios.

En servicios se consideran los subsectores:

- Público y Privado, haciendo énfasis en las áreas de gobierno regional y local (Alcaldías), Salud y Educación.

De igual forma, para la rama de actividad económica "Transporte y Comunicaciones" se tomaron de manera especial las áreas del sub-sector comunicaciones: Prensa, T.V., Radio.

Una vez definido el conjunto de ramas de actividad económica que conforman el universo de estudio se procedió a estructurar un registro de empresas tomando en cuenta su localización geográfica.

El segundo nivel de clasificación utilizado fue el de estratificación ocupacional el cual se realiza según el número de trabajadores de las empresas, obteniéndose, un registro de empresas según rama de actividad económica y estrato ocupacional.

Para el caso de los egresados se consideró como marco muestral el registro computarizado de egresados de la Universidad del Zulia.

En el caso de la población estudiantil se tomaron en cuenta los estudiantes de los últimos semestres de las diferentes menciones de la Escuela de Comunicación Social de LUZ.

Finalmente, cada una de las unidades componentes de los marcos muestrales, se constituyen en unidades muestrales con una determinada probabilidad de ser seleccionada en los procesos de selección.

El modelo de muestras utilizado es el denominado muestreo aleatorio estratificado, mediante el cual se seleccionan en forma aleatoria empresas de cada uno de los estratos conformados de acuerdo a la rama de actividad económica y al número de trabajadores que en ellas laboran.

- Con respecto al proceso para seleccionar a los egresados se utilizó el muestreo por conglomerados, de una etapa, donde los conglomerados están conformados por los egresados de cada una de las promociones de la Escuela de Comunicación Social de LUZ. De cada uno de dichos conglomerados se seleccionó un número determinado de egresados.

Selección Muestral

El proceso de selección muestral se hizo de la siguiente manera:

A. Empresarios

- Se organizó el marco muestral de empresas en función de la rama de actividad económica y el tamaño de la empresa medido en número de trabajadores (Estratos ocupacionales).
- En función al tamaño muestral de cada estrato se seleccionó un número determinado de empresas en forma sistemática.
- En la empresa seleccionada se entrevistó al empleador o empresario que según nuestra definición, es considerado como la unidad de información.

B. Egresados

- Se reestructuró el registro computarizado de egresados por año de pro-

moción (conglomerados).

- De cada uno de los conglomerados formados se seleccionaron en forma aleatoria los egresados a entrevistar.
- Para lograr entrevistas a cada uno de los egresados seleccionados, se planteó la necesidad de construir un nuevo directorio con su nombre, lugar de trabajo o residencia actual y empresa donde trabaja. Esta labor constituyó una de las más grandes dificultades en vista de que ningún organismo o institución cuenta con información actualizada de la localización de sus egresados o agremiados.

C. Estudiantes

- En primer lugar se identificaron las secciones de clase para cada una de las menciones o estratos según semestres (del octavo al décimo semestre).
- Se seleccionaron en forma sistemática un número de secciones de cada una de las menciones.
- De cada sección seleccionada se escogieron al azar un número fijo de estudiantes los cuales pasaron a formar parte de la muestra.

Las variables básicas que han fundamentado en lo teórico y lo práctico al estudio: estructura curricular y mercado ocupacional, se verán igualmente relacionadas en el análisis, que es producto de la diversidad de opiniones aportadas por las poblaciones objeto de la investigación.

Este amplio espectro informativo que han arrojado los diagnósticos, en el campo específico de acción de las poblaciones estudiadas, nos da la oportunidad

por primera vez en la Escuela de Comunicación Social de LUZ, de "organizar la enseñanza de la comunicación a través de la comunicación misma", como afirma Fuentes Navarro.

La definición de las prácticas profesionales desde las perspectivas planteadas por los egresados, nos indica que es una fuente de información autorizada; es preciso considerar su experiencia directa con las condiciones del mercado de trabajo, las expectativas que esta relación produce, el reconocimiento de nuevos campos ocupacionales y el reto que estas nuevas demandas crean en el profesional de la comunicación. Además de constituir

4. El dilema de la formación académica en las escuelas de Comunicación Social

En un momento en donde las cosas se están redefiniendo en torno a la estructura curricular de las carreras, y a la luz del replantamiento de los principales discursos teóricos en el ámbito de las ciencias sociales; es importante evaluar, "el hoy y el mañana" de la profesión, más aún cuando la universidad y su quehacer académico están en el ojo del huracán, cuestionados por su rol crítico frente a los cambios sociales y políticos que confronta el Estado Venezolano.

En este sentido se afirma con frecuencia que la universidad se encuentra de espaldas al desarrollo social, económico y tecnológico del país. De esta manera se pretende descalificar e invalidar la postura vertical de la universidad como paradigma del pensamiento crítico.

La sociología de la "Mass Communication Research", el propio discurso latinoamericano acerca de los "mass media", y el grueso de la producción teórica

el único referente a partir del cual podemos en la práctica, contrastar la validez de una propuesta de formación profesional en comunicación, con la realidad del entorno ocupacional.

Por lo tanto consideramos que las posiciones extremas no favorecen el proceso de análisis e interpretación de la información, a partir del cual las escuelas y facultades de comunicación deben construir su propio discurso, sin menospreciar las tendencias del mercado de trabajo y la presencia de las tecnologías, para lograr las transformaciones que requiere la formación de comunicadores en la presente década.

en esta materia, ignoró hasta hace pocos años la temática referida a la enseñanza de la comunicación social y a sus actividades profesionales.

Hoy más que nunca debemos estar convencidos de la enorme trascendencia y de la pertinencia estratégica que para las escuelas de comunicación social de la región, tiene que impulsar el análisis descamado del rol de los comunicadores sociales frente a sus realidades, a sus expectativas profesionales, a sus proyectos vivenciales, que implican la adopción de una determinada práctica profesional en los medios o fuera de ellos.

Quizás luzca exagerado afirmar, que la práctica profesional del comunicador social nunca como ahora -frente a los retos que plantea la crisis de la democracia en nuestro país, o en cualquier otra región del continente- ha sido más exigente, más cuestionada, más ambivalente, e incluso más riesgosa que cualquier

otra profesión.

El desarrollo tecnológico de los medios ha permitido entre otras cosas que seamos testigos de otras realidades como si fuéramos parte de ellas.

Es así como somos conducidos, traídos, hacia temas y problemas de otras sociedades, culturalmente muy diferentes a la nuestra.

Esta práctica profesional representa un paradigma dentro de la diversidad y la complejidad de los roles ocupacionales de la profesión.

La práctica profesional de un comunicador social puede ser muy crítica y apuntar hacia los objetivos más nobles y trascendentes desde la perspectiva social: el Comunicador social como gestor de cambios sociales, políticos, culturales, orientador de la opinión pública y líder de la sociedad civil organizada. Pero al mismo tiempo puede generar comportamientos banales y superfluos en la actividad periodística o difusiva que de igual modo son aceptados y aplaudidos por el público.

El quehacer profesional, el rol ocupacional de los profesionales de la información es tan complejo, tan múltiple y sus campos de acción tan diversos, que debemos repensarnos como profesionales a partir de la propia ocupación.

Pero para llegar allí, los centros superiores para la enseñanza de la comunicación deben transformarse en lugares abiertos para la discusión y el diálogo entre profesores, estudiantes, egresados, gremios, empleadores y todos los que estén inmersos en esta problemática.

La práctica profesional, el rol ocupacional elegido a partir del momento

cuando se egresa de la universidad debe ser consciente, un acto racional para lo cual se esté preparado intelectual y tecnológicamente. No puede ser producto de los avatares del mercado, de la ocupación en la cual primeramente consiguió empleo, porque al elegir la mención durante la carrera optó por Periodismo Impreso, y al enfrentar el mercado de trabajo se ubicó en el área Audiovisual, producto de la casualidad o del empleo que primero logró conseguir. Si bien es cierto que la carrera le permite esta práctica, se debe tomar en consideración esta realidad y otras como ésta, que se están presentando en el área del mercado de trabajo, para la redefinición del perfil profesional del egresado en comunicación social.

Estas premisas son fundamentales para el análisis de la situación ocupacional actual y futura de los egresados en comunicación social. Es frecuente encontrar en los distintos medios y empresas tanto públicas como privadas, egresados en una mención, trabajando como profesionales en otra especialización. Generalmente dentro del campo de la información y la difusión. La consideración de estos indicadores alude de forma directa a la formación académica y a sus respectivas prácticas profesionales.

¿Cuáles son los principios, factores, circunstancias, que hacen posible que un egresado en la Mención Impreso pueda ejercer la práctica periodística o reporteril en una emisora de radio o en un canal de televisión?, ¿qué elementos están presentes en la formación de un egresado de la Mención Impreso que le posibilite luego convertirse en "creativo" de una agencia publicitaria?

Los "cruces" entre las menciones y el ejercicio profesional son inimaginables; pero de ¿qué manera influye esta realidad en el egresado?, ¿cuáles son las acciones y actitudes de los egresados hacia la nueva orientación de su carrera?. La actual situación ocupacional de los egresados revela al menos, que la formación recibida en la escuela les permite acceder a un cargo o a un puesto ocupacional en el mercado de trabajo, aunque éste no sea de su especialidad (mención) siempre por supuesto que sea en el área de la comunicación.

Esto conlleva al reconocimiento de un "currículo oculto", pues la intención del actual plan de estudios al ofrecer en el 7º semestre las menciones, es diversificar la oferta y ofrecer una mayor especialización que incida en una práctica profesional más específica y de mayor calidad académica.

Debemos reconocer que esta situación ocupacional no es privativa de nuestros egresados sino una realidad dentro del paradigma de la profesión. Con los egresados de otras escuelas la situación referida se hace más compleja, sin embargo, nuestra intención no es establecer comparaciones, sino más bien llamar la atención acerca de una problemática que no ha sido tomada en consideración en sus implicaciones académicas y en su repercusión en el ejercicio profesional.

Desde esta perspectiva es imperativo reconocer tendencias, intereses y expectativas de los profesionales y del mercado de trabajo, de las empresas privadas y públicas dentro de un "espíritu de apertura y democratización".

Los estudios de la situación ocupacional se definen no sólo por la dimensión económica del "campo de trabajo", sino más bien por una diversidad de criterios sustentados desde el mercado de trabajo. Estamos ante un área laboral cada día más compleja para el comunicador social, por la diversificación creciente del sector, hasta hace unos años configurado solamente por los medios de difusión masiva; hoy denominados mercado tradicional (prensa, radio, y TV).

La informatización de la sociedad, la necesidad creciente de las instituciones, empresas, e individualidades de contar con asesorías en materia de imagen y acercamientos con las comunidades, ha demandado la presencia de los profesionales de la comunicación en casi todas las empresas e instituciones, sin importar su tamaño y actividad económica. Como mercado de trabajo alternativo o emergente pueden considerarse entre otros: el sector financiero (bancos, instituciones crediticias), sector salud (clínicas, hospitales), área atención a las comunidades (sobre todo las alcaldías y todos los institutos paramunicipales), sector industrial en el pasado negado a la contratación de un profesional que no estuviera formado en el área. De esta manera las empresas industriales contrataban a ingenieros para dirigir las actividades de relaciones públicas.

En la actualidad reconocen la importancia de un mediador entre la empresa y los consumidores, que esté formado académicamente para dar respuestas adecuadas a las demandas del público y colaborar organizacionalmente con el desarrollo de la empresa.

Desde esta perspectiva debemos remitirnos al marco teórico, respecto a la concepción epistemológica y gnoseológica de los campos de acción de la comunicación e información. Cada vez se hace más perentorio que la Escuela asuma la tarea que le es propia, la evaluación serena del proceso de transformación sustentado en la resolución de los pares categoriales cuyos extremos se tocan, y entre los cuales hay un abanico de prácticas intermedias, cabalgando entre la comunicación y la información.

Por extensión, las prácticas profesionales deslindarán los ámbitos de la profesión y se definirá si es posible dissociar las relaciones públicas y el periodismo; la práctica profesional ejercida por los periodistas o comunicadores en los medios audiovisuales y en los medios impresos. Considerando, que en el mercado ocupacional, en el perímetro natural del entorno de la profesión, se incorpora al egresado no por una, sino por dos o más vertientes de especialización (cualquier mención). La capacidad de emplearse de los egresados en comunicación social de LUZ, rebasa las menciones o especialidades, incluso en el área de las relaciones públicas y publicidad, donde los empleadores demandan comunicadores sociales de cualquier especialidad, si tienen habilidades expresivas (dominar los lenguajes básicos de la comunicación), pero sobre todo que sea capaz de pensar, de interpretar hechos, según la opinión de los propios empleadores.

Con toda claridad para asombro del equipo de investigación (se suponía como hipótesis oculta de la mayoría de los que estamos en el ámbito de la comunicación que las empresas necesitan ex-

ertos o especialistas) los empleadores asumieron una postura en una sola dirección, exigir del egresado la capacidad para comprender, explicar y valorar los hechos. Alguien podría preguntarse ¿qué tiene que ver definir y replantear la comunicación y la información en términos de la profesión misma? o en todo caso, ¿cuál es la relación con las tareas y funciones del ejercicio profesional?, y ¿cuál es la relación con las menciones? Todas estas interrogantes no pueden satisfacerse plenamente, desde los datos obtenidos en la investigación; pero sí es posible aportar criterios sustentados por las opiniones recogidas en los cuadros estadísticos.

Existe un conjunto de presupuestos intrínsecos en la cultura profesional de la comunicación de igual modo coexisten unos valores que forman parte de la profesión en conjunción con saberes instrumentales relacionados con las tareas, funciones, habilidades y destrezas inherentes a la ocupación.

La escisión entre la comunicación y la información demanda ahora más que nunca, el deslinde de las prácticas profesionales, la definición del campo ocupacional y la definición del tipo de profesional que necesita cada área. La transformación actual del entorno social-cultural-político exige la orientación, sustentación y muy importante: la diferencia epistemológica y profesional de los dos ámbitos.

En el ámbito de la información: la informática, la telemática, la robótica, la información organizacional, la institucional, la realización o producción de mensajes.

En el ámbito de la comunicación: la interconectividad, el acercamiento entre los productores y los usuarios, entre las

regiones, localidades, y sectores nacionales que necesitan la mediación entre sujetos sociales en el plano estrictamente de la comunicación, donde los medios y la mediación tecnológica no es lo fundamental, sino la comunicación humana, la interaccionalidad, la comunicación interpersonal; desde este ángulo queda lejos el esquema emisor - medio - mensaje - receptor.

Distincuir las valoraciones, las taxonomías, los principios operativos o instrumentales propios de los dos ámbitos sociales de la profesión: la comunicación y la información.

¿En qué sentido tendería la profesión a ubicarse?, más en el sentido de la comunicación, o tiende más hacia la información como práctica profesional socialmente establecida.

Esta perspectiva dicotómica también implica la definición del perfil de los comunicadores, orientado por las condiciones del mercado profesional y las necesidades sociales, elementos claves de la formación académica.

Nos preguntaríamos ¿cuál es realmente el perfil de los egresados en comunicación social? se podrían definir como: comunicadores, informadores, difusores,

5. Aportes de la investigación

Hemos considerado pertinente plantear en una breve síntesis las consideraciones y planteamientos más importantes del estudio realizado, contentiva de señalamientos significativos sobre la formación académica y la situación ocupacional de los egresados de comunicación social, desde la perspectiva de las tres poblaciones consultadas.

mediadores, expertos en captar públicos, expertos organizadores de eventos, animador de cambios sociales, promotor del progreso, un intermediario entre grupos sociales, un profesional en técnicas de difusión.

La mayoría de estas definiciones no involucra a los medios de difusión masiva. Forman parte del nuevo paradigma de comprender la comunicación en su sentido interactivo y democrático.

Ciertamente resulta complicado y hasta enmarañado construir un solo perfil, un sólo concepto que abarque las múltiples determinaciones del conjunto de actividades ubicadas dentro de los espacios específicos de la comunicación y de la información.

En este sentido queda suficientemente claro que la formación académica incide sobre la práctica profesional de los comunicadores sociales, y que éstos son vínculos entre la universidad y la sociedad, que exige profesionales conscientes de los valores éticos, con actitudes y habilidades necesarias para cubrir las necesidades tecno-informativas y comunicacionales tan heterogéneas, producto de la diversidad cultural.

a) La situación ocupacional de los profesionales de la comunicación demuestra que la formación ofrecida en las menciones no influye de manera determinante, en la ocupación real de los egresados en el mercado de trabajo. Los requerimientos planteados por los empleadores, no sólo en el campo de los conocimientos teórico-prácticos, sino en el señalamiento de deficiencias, apunta hacia

la formación integral (sólida cultura general, consistente formación ética, formación en ciencia y tecnología, formación en investigación, cultura organizacional, dominio de otro idioma). Desde este marco de referencias puntualizamos el desfase de las menciones tal y como están concebidas actualmente.

Este estudio ha revelado que la actual formación que ofrece la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, permite al egresado ejercer una práctica profesional no limitada estrictamente a la mención elegida, lo que nos obliga a inferir que la formación básica les brinda la oportunidad de acceder a campos ocupacionales distintos a su especialización inicial.

Ratificamos que la especialización temprana restringe, limita el campo laboral. Por ello se insiste en la pertinencia estratégica de profundizar la formación general, con elementos que la actualicen, respondiendo a las demandas del contexto situacional, y a la propuesta académica que la universidad en el pleno ejercicio de su autonomía, debe plantear.

b) Existe una evidente heterogeneidad en los puestos de trabajo, que a su vez conforman los roles ocupacionales desempeñados por los comunicadores sociales. Dentro de estos diversos roles ocupacionales, destaca de manera predominante el rol de periodista, tal como lo define la vigente Ley de Ejercicio del periodismo. El rol de periodista es el eje central del perfil profesional que define la profesión.

c) Se demuestra y ratifica en el estudio, la existencia de prácticas profesionales tradicionales, definidas éstas como los procesos de producción del

mensaje masivo para diferentes medios y el desarrollo de las prácticas profesionales institucionales, donde se puede constatar el surgimiento de nuevas tareas y funciones, producto de las metas y objetivos de las organizaciones empresariales.

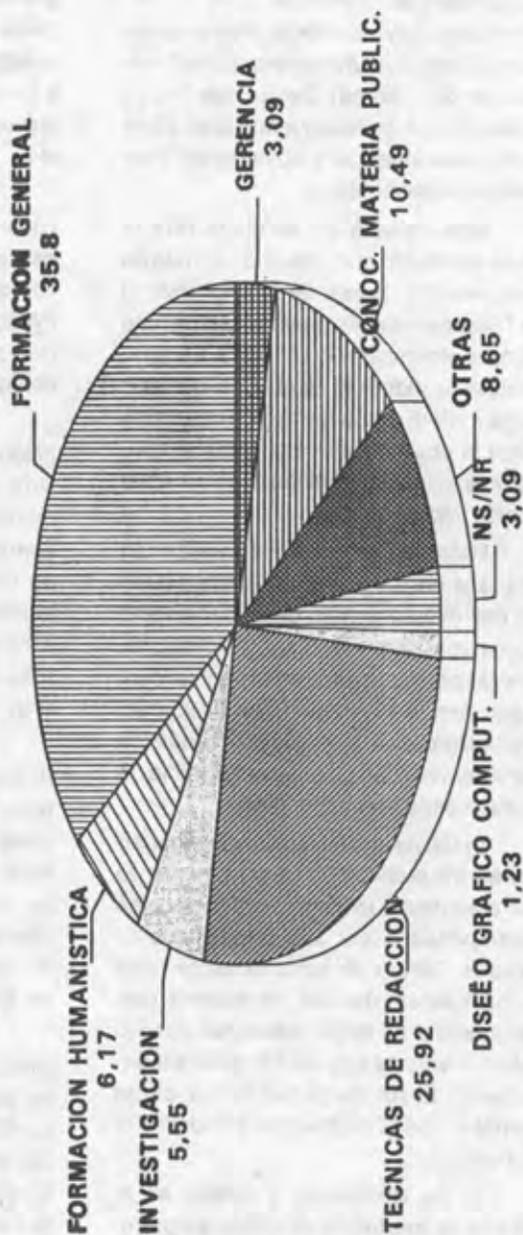
c) La participación de los comunicadores sociales en la práctica educativa es significativa en el estudio. Esto ratifica las tendencias planteadas por FELAFACS acerca de la importancia creciente del rol del comunicador social, como docente-investigador.

e) Es un hecho contundente la aparición de campos ocupacionales alternativos distintos de los que representan los medios de difusión masiva tradicionales. Las prácticas profesionales emergentes se desarrollan principalmente en las siguientes áreas: industrial, financiera, asociaciones civiles, la autogestión definida como el libre ejercicio de la profesión, pequeñas empresas periodísticas.

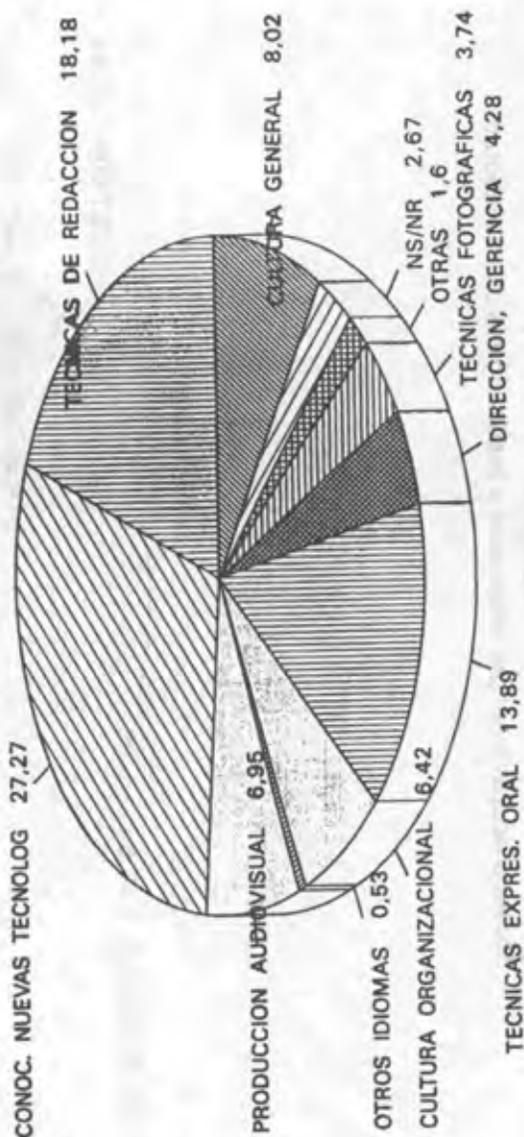
f) La premisa generalizada acerca de la importancia de la formación técnica, como eje fundamental de la formación profesional del comunicador social, se invalida desde estos resultados, tomando en consideración que no existe el rol de técnico como ocupación declarada para los comunicadores sociales actualmente en el mercado de trabajo.

g) Si ya se ha definido como predominante el rol del periodista, es importante señalar que el mismo representa un perfil que es fundante para el ejercicio de las diferentes prácticas profesionales que conforman el actual mercado de trabajo del comunicador social. Es decir, el perfil lo determina a cabalidad las competencias en el manejo del lenguaje oral y

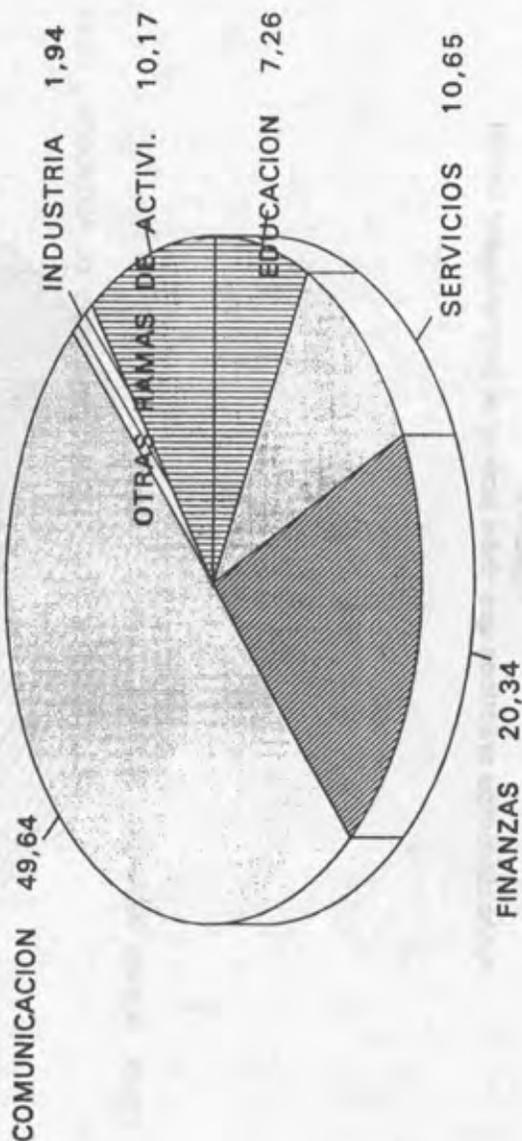
Cuadro 1
Conocimientos teóricos más importantes para el ejercicio de la profesión



Cuadro 2
Conocimientos prácticos que debe poseer el Comunicador Social



Cuadro 3.
Muestra ocupacional por empresas o instituciones donde laboran



escrito, la interpretación de los hechos y la organización de la información en función de un contexto situacional; visto desde los requerimientos del rol de los egresados en el campo ocupacional y desde la perspectiva de la opinión de los empleadores y los propios egresados.

h) La escisión entre la teoría y la práctica, es la debilidad o falla fundamental del paradigma educativo de la Escuela, que se refleja en los criterios de instrucción, en el etiquetamiento de materias "teóricas" y "prácticas", en la actitud asumida por los docentes frente a la tendencia a privilegiar uno u otro tipo de formación (formación instrumental-formación teórica).

i) Se pone de manifiesto que el paradigma informativo es ratificado a través del ejercicio de las prácticas profesionales, definidas en los roles ocupacionales. El perfil profesional del periodista, apunta hacia la integración de los conocimientos que les permite enfrentar los retos que plantea la sociedad de la información (implica el manejo, organización e interpretación de la información). Además en torno a ello se suman las demandas de los empleadores, las expectativas de los egresados, de los estudiantes y asimismo, lo recoge la Ley de Ejercicio del periodismo. Los egresados han definido esencialmente su rol como periodistas, los estudiantes han declarado que la función actual del profesional de la comunicación es la de Informador.

En síntesis, el perfil profesional debe orientarse a la formación integral, al desarrollo de la capacidad analítica, comprensiva de los procesos sociales; ante la fragmentación de la información, el periodista debe lograr una visión totalizadora

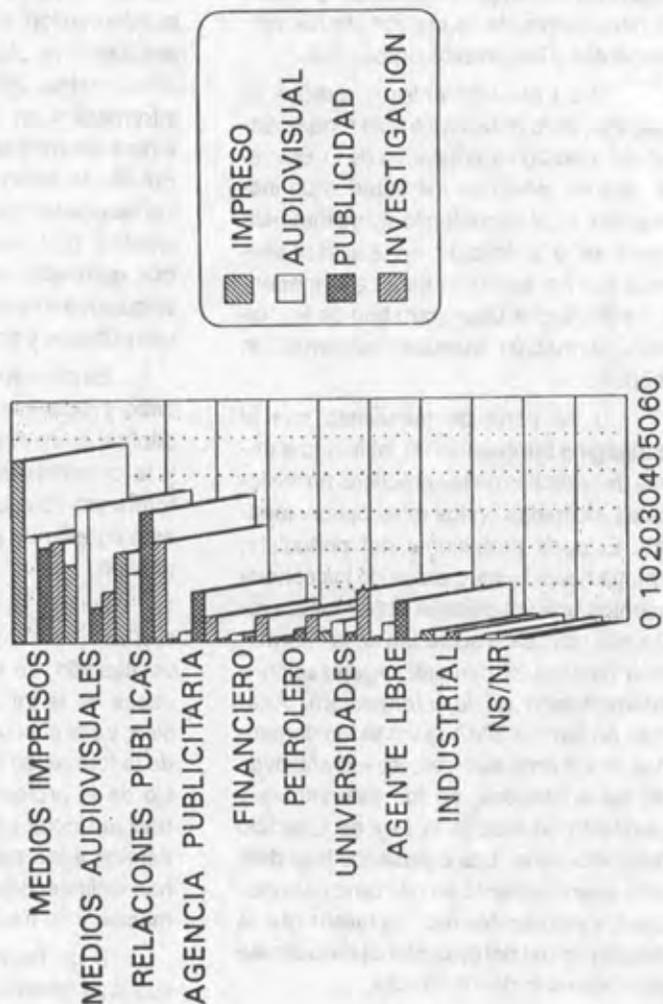
de los hechos. No debe entenderse este señalamiento como una ratificación del rol del periodista-reportero, se trata de definir claramente el perfil de un profesional que sea diestro en la organización de la información en diferentes áreas, que sea capaz de plantear estrategias comunicacionales, utilizando como insumo la información, en cualquier área vinculada o no a los medios masivos tradicionales. Por ello se reconoce otro rol que surge de los resultados del estudio, devenido de la práctica profesional que realizan nuestros egresados en campos alternativos, vinculados a las actividades de instituciones públicas y privadas, y la autogestión.

En correspondencia con lo anterior, debe producirse un claro deslinde conceptual entre el campo de la información y la comunicación. La escuela no está formando comunicadores, la escuela está egresando profesionales de la información.

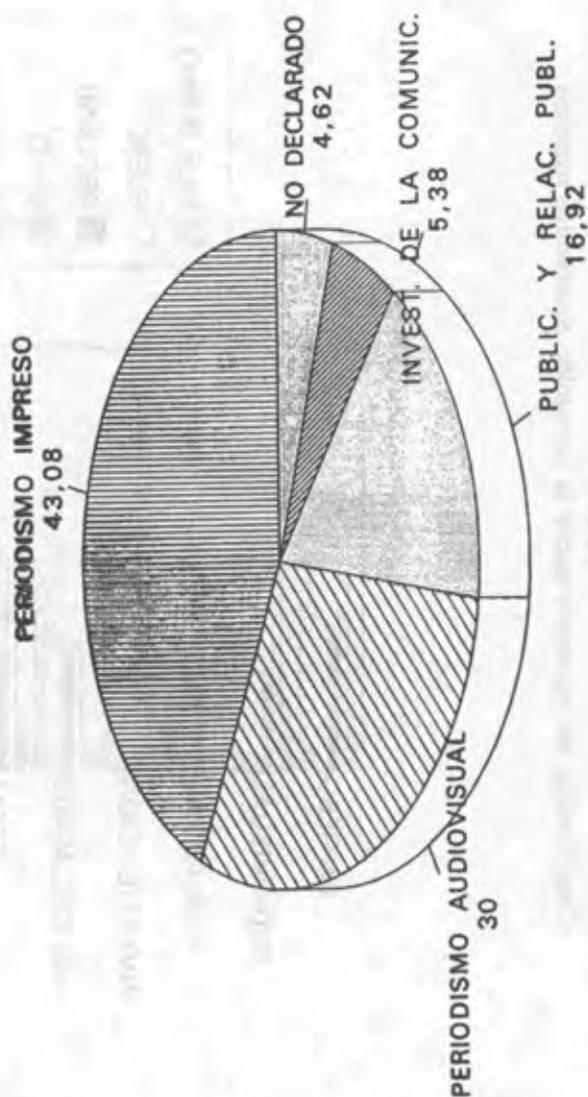
Desde la perspectiva del marco teórico que ha orientado la presente investigación, se ha categorizado los procesos de la información y la comunicación, y sus implicaciones en la orientación de la formación académica y en el ejercicio de la profesión. Por lo tanto es una realidad inobjetable que la formación académica y las prácticas profesionales se han inclinado básicamente hacia la información y no hacia la comunicación.

j) Un hecho interesante en los resultados generales del estudio, es la satisfactoria calificación que las tres poblaciones representadas en la muestra (egresados, empleadores y estudiantes), le otorgaron a la formación recibida. Es importante hacer la observación que los empleadores consideraron como las de-

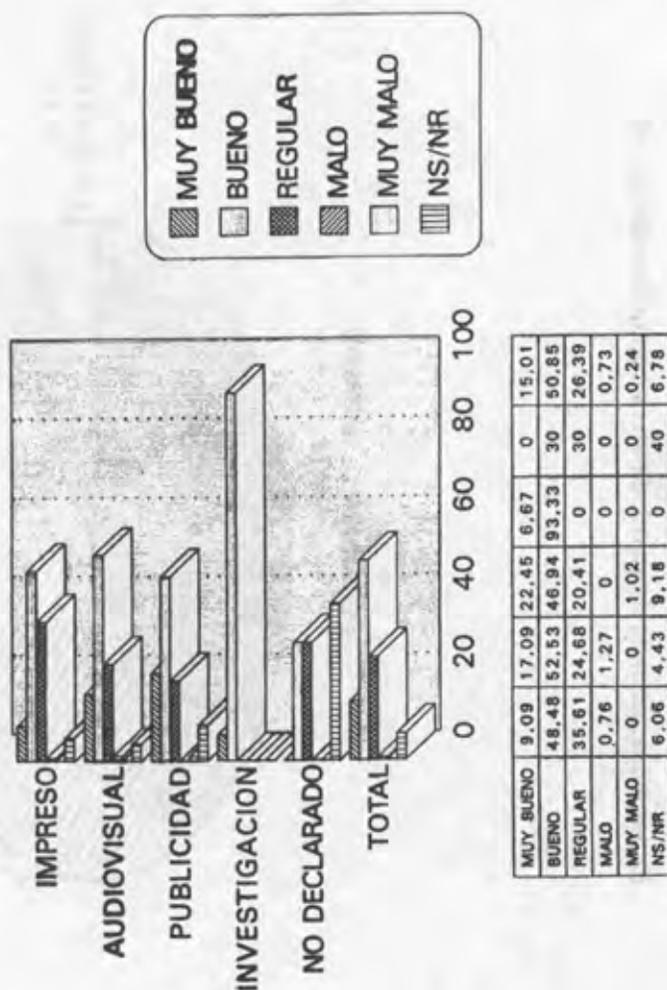
Cuadro 4
Areas donde trabajan los comunicadores sociales por mención



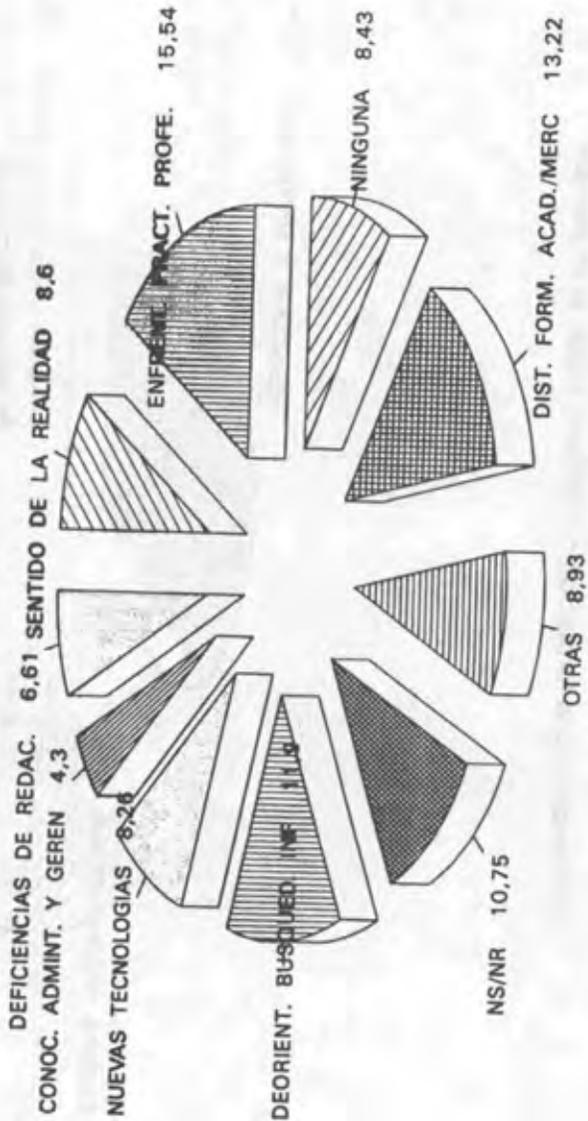
Cuadro 5
Especialización más demandada en la comunicación social



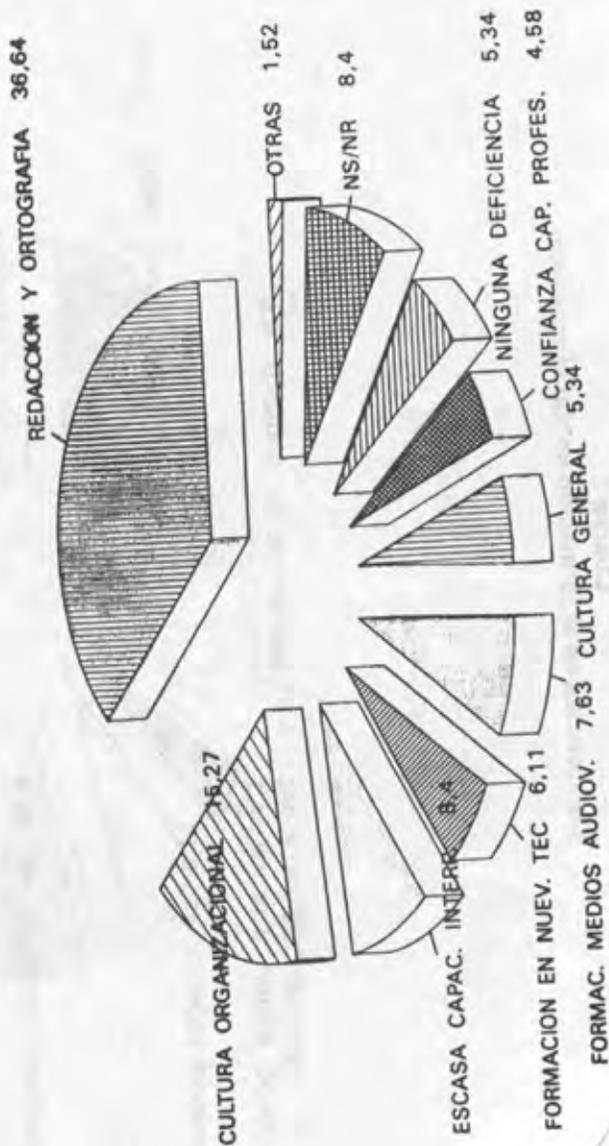
Cuadro 6
 Clasificación del egresado sobre la formación académica recibida



Cuadro 7
Deficiencias en la formación según el egresado



Cuadro 8
Deficiencias en la formación profesional según el empleador



ficiencias en la formación las siguientes: poco dominio del lenguaje oral y escrito, deficiencias en la redacción, fallas en la ortografía y conocimientos organizacionales en general, deficiente capacidad interpretativa, escasa formación en nuevas tecnologías, y poco dominio de un segundo idioma, insuficiente cultura general. Los egresados señalaron como deficiencias principalmente al poco enfrentamiento con la práctica profesional, distancia entre la formación académica y el mercado de trabajo, enfrentamiento con la realidad (sentido de la realidad), deficiencias en la redacción, desorientación

en la búsqueda de la información y conocimientos administrativos y gerenciales (cultura organizacional).

ñ) En relación a la situación contractual de los profesionales de la comunicación, puede afirmarse (fundamentándose en la demanda declarada por los empleadores) que existen proyectos específicos que requieren la contratación de comunicadores sociales en los próximos tres años, en todas las regiones tomadas en consideración en la muestra, tanto a nivel del mercado tradicional, como en el campo laboral alternativo.

Bibliografía

- Aguirre, Jesús María. **El Perfil Ocupacional de los Periodistas de Caracas**. Colección Ayakua No. 1. UCAB. Caracas, 1992. 100 ps.
- Barreto, Juan y Este, Aquiles. **Ideas para una Epistemología de la Comunicación**. UCV. Caracas, 1990. 214 ps.
- Benito, Angel. **La socialización del Poder**. Colección Medios. Pirámide. Madrid. 1978. 270 ps.
- Carr, Wilfred y Kemmis, Stephen. **Teoría Crítica de la Enseñanza**. La Investigación Acción en la Formación del profesorado. Martínez Roca. Barcelona, España. 245 ps.
- Cochran, William G. **Técnicas de Muestreo**. Ed. Continental. México, 1972. 513 ps.
- Congreso de la República de Venezuela. **Ley de Ejercicio del Periodismo**.
- Cuenca, Gloria. **La Formación de los Recursos Humanos de Comunicación Social en Venezuela**. Universidad Central de Venezuela. Caracas, 1985.
- Díaz Barriga, Angel. **Ensayo sobre la Problemática Curricular**. Trillas. México. 1984. 112 ps.
- Díaz Barriga, Frida y Otros. **Metodología del Diseño Curricular para la Educación Superior**. Trillas. México, 1990. 175 ps.
- Fuentes Navarro, Raúl. **El Diseño Curricular para las Escuelas de Comunicación**. Trillas. México, 1991. 179 ps.
- FELAFACS. **Generación de Conocimientos y formación de Comunicadores**. Recopilación de ponencias del VI Encuentro Latinoamericano. México, 1992.
- Habermas, Jurgen. **Teoría de la Acción Comunicativa I. Racionalidad de la Acción y la Racionalización Social**. Taurus. Buenos Aires. 1990. 527 ps.
- Habermas, Jurgen. **Teoría de la Acción Comunicativa II**. Taurus. Buenos Aires, 1990. 618 ps.
- Informe sobre la comunicación en el mundo**. UNESCO. 1990. 572 ps.
- Kish, Leslie. **Muestreo de Encuestas**. Ed. Trillas. México 1989. 739 ps.
- Lara S. María T. y Morales, Elda. **En los Estudios de Comunicación. Investigación Acción en la Enseñanza y Ruptura Epistemológica en su Currículo**. (mimeo). Maracaibo. 1992. 227 ps.

- Laredo, Inés; Becerra, Margarita y González, Marisela. **Los Nuevos Proyectos Curriculares: Un modo de transformación de la vida universitaria.** LUZ. (mimeo). Maracaibo, 1988.
- Llorens, Fábregas. **Sistema de Información. Planificación, Análisis y Diseño.** Ed. Miro. Venezuela, 1991. 434 ps.
- López Veneroni, Felipe. **Elementos para una Crítica de las Ciencias de la Comunicación.** Trillas. México. 1989.
- Montilva, Jonás. **Desarrollo de Sistemas de Información.** U.L.A. 1987.
- Pascualí, Antonio. **Comprender la Comunicación.** Monte Avila. Caracas, 1978.
- Peñalosa Ramella, Walter. **Manual de Tecnología Educativa.** Vicerrectorado de Regionalización. LUZ. (mimeo). 1979.
- Rozsak, Theodoro. **El Culto a la Información Crítica.** Barcelona, 1988. 277 ps.
- Revista Comunicación.** Estudios Venezolanos de Comunicación. Caracas.
No. 51-52. Balance de una década. 1985.
No. 76. Investigación, Retos y Propuestas. 1991.
No. 69. Comunicación Social. UCAB. Perfiles Profesionales.
- Revista Diálogos de la Comunicación.** FE-LAFACS, Lima.
No. 28.
No. 31. 1991
No. 35. 1993
No. 36. 1993
- Revista Itinerario de la Comunicación.**
- Revista de la Escuela de Comunicación Social.** Universidad Central de Venezuela. 1990.
- Rincón de Maldonado, Imelda. **El Currículo Integral en la Universidad del Zulia. La juventud universitaria en América Latina** Editorial Cresal. UNESCO/ILDIS. 1986. 265 ps.
- Rodríguez, Nacarid. **Criterios para el Análisis del Diseño Curricular.** Cuadernos de Educación No. 134. Caracas 1988. 126 ps.
- Sas User's Guide.** 1994. Versión 6.0. U.S.A. 220 ps.
- Sacristan, Gimeno; Santos, M.A. Torres, S.J. "El Marco Curricular en una Escuela Renovada". **Cuadernos de Educación** No. 137. Editorial Cooperativa Laboratorio Educativo. Caracas. 124 ps.
- Sánchez Basilio y Jaime Rosalvina. **Entropía Curricular. Reto para la Educación del Siglo XXI.** Modelo de Enfoque Sistémico para el rediseño curricular en Educación Superior (ESDICES)
- Stenhouse, Lawrence. **Investigación y Desarrollo del Currículum.** Morata. Madrid, 1987. 319 ps.
- Urubayen, Miguel. **Estructura de la Información Periodística.** Mitre. Barcelona, España. 1988. 151 ps.
- Vasconi, Tomás A. "Contra la Escuela. Lucha de Clases y aparatos Educativos en el desarrollo de América Latina". **Cuadernos de Educación.** Laboratorio Educativo. Caracas 1988. 140 ps.
- Vílchez, Nerio Gerardo. **Diseño y Evaluación del Currículo.** Fondo Editorial Esther María Osses. 1991. 173 ps.
- "Estructura Curricular del pregrado y capacidad de absorción de Egresados del Mercado Ocupacional". **Revista Opción.** Año 2 No. 3. Maracaibo, 1985.
- Villarreal, César. **El Currículo de la Educación Superior.** Dolvia. Caracas. 1990. 206 ps.
- Villarreal, César. **La Universidad y su productividad Académica.** Dolvia. Caracas, 1990. 193 ps.