



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE QUERÉTARO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA DIGITAL

“Análisis del proceso de adquisición de competencias  
digitales de las y los comunicadores de la ciudad de  
Querétaro desde la socioformación”

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de  
Maestra en Comunicación y Cultura Digital

Presenta

Alejandra García Ortiz

Dirigido por:

Dr. Alexandro Escudero Nahón

Co-Director:

Dr. Sergio Tobón Tobón

Dr. Alexandro Escudero Nahón

Presidente

Dr. Sergio Tobón Tobón

Secretario

Dr. Pedro Flores Crespo

Vocal

Dra. Claudia Cintya Peña Estrada

Suplente

Dra. Lidia A. García González

Suplente

Dirección General de Bibliotecas UAQ

**A MIS PADRES**

POR CAMINAR SIEMPRE CONMIGO  
UNO DEL LADO DERECHO, OTRO DEL LADO IZQUIERDO

## AGRADECIMIENTOS

Sin duda alguna, el camino que recorrí durante casi tres años estuvo lleno de personas importantes que me apoyaron en todo momento y de formas distintas. Quiero iniciar agradeciendo al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo económico recibido a través de la beca de un programa PNPC; agradezco a la Universidad Autónoma de Querétaro por la oportunidad de ser alumna de posgrado y el apoyo financiero como becaria CONACYT que recibí en los cuatro semestres; agradecer a todas las personas que pertenecen al programa de la Maestría en Comunicación y Cultura Digital como las y los administrativos por su labor diaria y a los docentes integrantes del núcleo académico básico por guiarnos en este bonito camino de la investigación.

Agradezco especialmente al Doctor Alexandro Escudero Nahón por aceptar dirigir mi proyecto de investigación y por el acompañamiento académico durante este periodo. Al final, una aprende todo de su Director de Tesis, gracias por abonar a mi desarrollo en el ámbito de la investigación y que... curiosamente, parte de la filosofía ahora la veo reflejada en mi vida diaria. Gracias también a mi Codirector, el Doctor Sergio Tobón Tobón a quien admiro en gran medida. Gracias a todos y cada uno de mis docentes, agradezco por la entrega en cada una de sus clases y llevarnos al desarrollo de una postura crítica de la Cultura Digital.

Un agradecimiento muy especial a mi familia, por su apoyo incondicional e impulso que desde lejos me brindaron. Gracias a mi papá Mauricio García Aguirre y a mi mamá Blanca Estela Ortiz Delgado por su amor incondicional, por demostrarme que el trabajo diario es la base para alcanzar cualquier meta, por confiar en mí y que, gracias a ellos, ahora soy la mujer que soy. Gracias a mi hermana Ximena García Ortiz, por su cariño y llegar a mi vida para llenarla de alegría, risas y buenos momentos que nos han permitido crear una relación fuerte, cercana y capaz de soportar la distancia. Agradezco a mis compañeros y compañeras por compartir el gran camino de la Cultura Digital.

Finalmente, mi agradecimiento más importante es a Dios, por la fe, la fuerza y la guía que siempre recibo, porque ahora más que nunca estoy consciente que con su voluntad... todo llega cuando tiene que llegar...

Y agradezco a mí, a la Alejandra de hace 2 años y medio que decidió apostar por un posgrado, independizarse, mudarse de ciudad y no dejarse vencer por los miedos que de forma espontánea llegaban de vez en cuando. ¡Gracias Alejandra por atreverte y llegar al final! Es momento de seguir por más.

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	11
1.1 ANTECEDENTES .....	11
1.2 PROBLEMÁTICA .....	13
1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	15
1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	15
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	16
1.6 VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
CAPÍTULO 2: ESTADO DEL ARTE.....	20
2.1 COMUNICÓLOGOS EN EL MARCO DE LA CULTURA DIGITAL .....	20
2.2 ¿QUÉ HACEN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS? .....	24
CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	29
3.1 HACIA LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO Y LA INFORMACIÓN.....	30
3.1.1 LA SOCIEDAD POSTINDUSTRIAL, CAMBIOS Y MODIFICACIONES EN LA ECONOMÍA.....	30
3.1.2 CIBERCULTURA, LAS NUEVAS DINÁMICAS SOCIALES RESULTADO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN.....	33
3.1.3 LA INFORMACIÓN COMO ELEMENTO BASE DE UNA SOCIEDAD .....	36
3.1.4 EL CONOCIMIENTO UN FACTOR CLAVE PARA EL DESARROLLO ACTUAL .....	39
3.2 EL GRAN RÉTO DE UNA EDUCACIÓN BASADA EN COMPETENCIAS .....	39
3.2.1 EDUCACIÓN BASADA EN COMPETENCIAS PROFESIONALES.....	40
3.2.2 PROYECTO GUÍA: TUNING EDUCATIONAL STRUCTURE EUROPE .....	42
3.2.3 PROYECTO GUÍA PARA AMÉRICA LATINA: <i>TUNING EDUCATIONAL             STRUCTURE A.L.</i> .....	43
3.2.4 COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO.....	45
3.3 UN ENFOQUE EDUCATIVO PARA LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO ..	47
3.3.1 ANTECEDENTES .....	47
3.3.2 LA SOCIOFORMACIÓN, UNA PROPUESTA EDUCATIVA PARA EL NUEVO ESCENARIO .....	48

3.3.3 ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA DE LA SOCIOFORMACIÓN .....	49
3.3.4 EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS .....	51
3.4 FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN, PASADO Y PRESENTE .....	52
3.4.1 HISTORIA DEL DESARROLLO DEL PERFIL PROFESIONAL .....	52
3.4.2 EL PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICÓLOGO EN LA ACTUALIDAD .....	54
CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO .....	58
4.1 DISEÑO METODOLÓGICO .....	72
4.1.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN .....	72
4.1.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.....	72
4.1.3 MUESTRA .....	72
4.1.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	73
4.1.5 INSTRUMENTOS.....	75
4.2 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	75
4.2.1 RECOLECCIÓN DE DATOS.....	75
4.2.2 SISTEMATIZACIÓN DE LOS DATOS .....	78
CAPÍTULO 5: RESULTADOS Y SU ANÁLISIS.....	105
5.1 RESULTADOS.....	105
5.1.1 CAMBIOS POR LA CULTURA DIGITAL EN LOS ESPACIOS DE TRABAJO .....	105
5.1.2 ¿CUÁLES SON LAS EXIGENCIAS POR PARTE DE LOS EMPLEADORES? .....	110
5.1.3 COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL COMUNICÓLOGO .....	113
5.1.4 ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS DIGITALES FUERA DE LA UNIVERSIDAD .....	123
CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES .....	137
REFERENCIAS.....	140
ANEXOS .....	146
INSTRUMENTOS .....	146
MEMORANDOS CODIFICACIÓN ABIERTA .....	151

## ÍNDICE CUADROS

CRONOGRAMA DE TESIS.....	19
DIMENSIONES DE ESTUDIO.....	58
CATEGORÍAS DE ESTUDIO E INSTRUMENTOS.....	59
CODIFICACIÓN ABIERTA ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD PARA EMPLEADORES.....	79
CODIFICACIÓN ABIERTA ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A PROFESIONISTAS DE LA COMUNICACIÓN.....	90
CODIFICACIÓN AXIAL.....	104

Dirección General de Bibliotecas UAO

**Resumen:**

La Sociedad del conocimiento y los cambios en los espacios laborales producto del uso y apropiación de la tecnología, han orillado a los profesionistas de la comunicación a buscar procesos empíricos y autodidactas de aprendizaje para la adquisición de las competencias que el escenario laboral les demanda y que por diversas razones no obtuvieron en su formación profesional dentro de las universidades. El objetivo de la presente investigación es analizar el proceso de adquisición de las competencias digitales del profesionista de la comunicación desde el enfoque de la socioformación, con la finalidad de aportar elementos que ayuden a disminuir la brecha de las competencias de egreso y las que el campo laboral exige. A través de una metodología cualitativa se aplicaron entrevistas en profundidad a empleadores y profesionistas de la comunicación para indagar sobre las competencias que se requieren actualmente y la forma en que fueron adquiridas dentro del día a día. Como principales resultados de un proceso de codificación abierta y codificación axial se identificó que la actitud por parte del profesionista de la comunicación ayuda y beneficia en gran medida el proceso de adquisición de las competencias, elemento que de acuerdo con la teoría se puede identificar dentro de las competencias genéricas. También se puede afirmar que los empleadores se interesan más por una correcta formación en conocimientos y habilidades relacionadas a la comunicación que en el buen manejo de un software o herramienta digital. La mayoría de los profesionistas adquieren las competencias digitales a través de aprendizajes empíricos, prácticos y asesoría de pares.

**Palabras clave:**

Competencias digitales, sociedad del conocimiento, socioformación, comunicación

**Abstract:**

The Knowledge society and changes in workspaces as a result of the usage and appropriation of technology led communication professionals to seek empirical and self-taught learning processes to acquire the skills that the work scenario requires and for various reasons, they did not obtain during their university studies. The objective of this investigation is to analyze the process of acquisition of the digital competences of the communication professional from the *socioformación* approach, with the purpose of contribute with elements that help to reduce the gap of the graduation competences and those that the work scenario requires. Following a qualitative methodology, in-depth interviews were applied to employers and communication professionals to know about the skills that are currently required and how they were acquired while performing their daily activities. As main results of an open and axial coding process, it was identified that the attitude of the communication professional helps and benefits the process of acquiring skills, this according to the theory can be identified within generic competencies. Also, the employers are more interested in knowledge and skills related to communication than in the proper use of a digital software or tool. Most professionals acquire digital skills through empirical, practical and peer counseling.

**Keywords:**

Digital competencies, knowledge society, *socioformación*, communication.

## INTRODUCCIÓN

En la última década hemos sido testigos de cambios en la producción industrial que generan nuevas dinámicas, con la finalidad de darles explicación a esas, Daniel Bell (1991) propone el término “Era post industrial”, buscando así estudiar esta etapa y lograr comprender los cambios generados. Una de las principales características de ésta es la valoración creciente del conocimiento, orillándolo a ser un factor clave de producción, otro elemento es contar con industrias basadas en la ciencia y el predominio del sector de servicios. Como consecuencia, se presentan cambios cualitativos en áreas laborales y perfiles profesionales con la intención de cubrir con las exigencias de la nueva era (Bell, 1991).

Dentro de la Era post industrial podemos encontrar distintas acciones para el desarrollo de la tecnología encaminada a facilitar las actividades diarias, un aumento en el uso de dispositivos en nuestro día a día y la búsqueda por el diseño de herramientas de información. Bell (1991) señala que estas transformaciones han sido la base para originar nuevas dinámicas sociales que modifican en diferente medida las interacciones, las formas de comunicación, las herramientas de acceso a la información y las áreas laborales. En este nuevo escenario post industrial surge el concepto “sociedad de la información”, que propone Manuel Castells (2000). Una sociedad que se enfrenta a las alteraciones de las condiciones de generación del conocimiento y el procesamiento de información derivadas de la revolución tecnológica (Castells, 2000). Años más tarde Castells (2006) presenta el término “sociedad red” para describir y explicar las nuevas dinámicas que se generan a partir del uso y apropiación de la tecnología en áreas como la economía, la política, la educación y los medios de información; sin embargo, para la presente investigación nos enfocaremos en retomar el primer postulado, la sociedad de la información, con la finalidad de explicar el valor que se le brinda a este elemento, incluso en la propuesta del mismo Castells (2006) al mencionar que el paradigma que sustenta a la teoría de la sociedad red es el *informacionalismo*.

Las transformaciones que se generan por el uso y apropiación de las tecnologías dentro de nuestra vida cotidiana se pueden identificar en las interacciones personales, la comunicación, los espacios laborales, el acceso a la información, la educación y la economía. El empleo es un área que ha sufrido modificaciones significativas, ya que la tecnología facilita y aumenta la velocidad para realizar diferentes procesos y actividades en el trabajo; de esta forma, se crean nuevos roles, se presentan cambios en las actividades y se han tenido que redefinir las carreras ya existentes o crear nuevas profesiones ligadas a cumplir con estos cambios, de la misma forma nos podemos enfrentar a la obsolescencia y desaparición de otras profesiones ya caducas.

Los cambios que se enmarcan en la era post industrial y las dinámicas que surgen al centrar la información y el conocimiento como un elemento de producción, orillan a la creación de un nuevo concepto, la “sociedad del conocimiento”. Término que describe a una sociedad basada en la generación y desarrollo de conocimiento como su principal actividad económica (Tobón, Guzmán, Hernández y Cardona, 2015). Lo anterior significa un gran reto para las instituciones educativas pues plantea la necesidad de tomar acciones enfocadas en los modelos educativos, con la finalidad de proporcionar a los estudiantes y futuros profesionistas las competencias requeridas para su desarrollo en el campo laboral, un escenario cambiante que evoluciona a gran velocidad y cada día exige competencias nuevas.

La posibilidad de la creación de nuevos roles y perfiles profesionales que respondan de mejor forma a las competencias que exige el campo laboral enmarcado por la sociedad del conocimiento, nos lleva a replantear los saberes, habilidades y valores de cada profesionista. Documentos académicos señalan que la carrera de comunicación ha sufrido cambios cualitativos en roles laborales, perfil de egreso y competencias requeridas para ejercer en el campo laboral de la era post industrial (Barrios y Zambrano, 2015). Lo anterior exige a los profesionistas de la comunicación buscar constantemente la actualización de sus competencias profesionales encaminadas al uso de las herramientas digitales y los conocimientos en torno a éstas.

Alrededor de esta problemática se desarrolla la presente investigación que está dividida en siete capítulos. En el primero, titulado planteamiento del problema, se describen los antecedentes del fenómeno de estudio, la problemática, las preguntas y objetivos que guían a la investigación, la justificación e importancia del estudio, así como la viabilidad y tiempos del proceso de elaboración. En el segundo capítulo se enuncia el estado del arte o de la cuestión, en el que se presentan los estudios que anteceden a la investigación, así como sus resultados, mismos que sirven de punto de partida para el estudio del fenómeno planteado. El tercer capítulo está conformado por el marco teórico, en el que se exponen las principales teorías que se toman en cuenta para dar sustento a la investigación. El cuarto capítulo corresponde a la metodología que hace posible la realización del proyecto, en este capítulo se describe el enfoque, el alcance la muestra, las técnicas y los instrumentos de investigación. El capítulo cinco está conformado por los resultados y su análisis. Finalmente, se presentan las conclusiones, así como las referencias bibliográficas, seguidas de los anexos.

## **CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 ANTECEDENTES**

En el escenario actual se presentan cambios derivados del avance tecnológico, modificaciones encaminadas a la producción y prestación de servicios principalmente. Las nuevas tecnologías y el desarrollo del internet de las cosas, la inteligencia artificial enfocada a la optimización de procesos industriales automatizados y la robótica, estimulan a la creación de nuevas técnicas de producción y modelos de negocios, lo anterior está transformando las industrias y los escenarios laborales (Cárdenas, 2018).

Esta dinámica en los procesos automatizados y nuevos modelos de producción es derivada de la convergencia entre las tecnologías digitales, físicas y biológicas conectadas a través de redes ciberfísicas. A consecuencia se presentan modificaciones en las diferentes actividades de nuestra vida cotidiana, estos cambios se identifican en tres ejes principales: el trabajo por las exigencias del nuevo escenario laboral, en la educación por la necesidad de formar en nuevas competencias y en la forma en que nos relacionamos y comunicamos al hacer uso de los dispositivos tecnológicos (Rodríguez, 2016).

Otra característica del escenario tecnológico es que existen nuevas posibilidades de almacenamiento, envío y análisis de la información, de esta forma las dinámicas de producción y espacios laborales se modifican basándose en los conceptos de innovación y creatividad para lograr mercados más competitivos sobre todo para los profesionistas. Los cambios que se presentan en las áreas laborales implican un gran reto para el empleo, las prácticas para buscarlo, los nuevos puestos ligados a la tecnología y el surgimiento de carreras innovadoras (Luengas, 2018).

La comunicación como escenario profesional también ha tenido cambios notorios por el uso y apropiación de la tecnología. Los campos laborales actuales exigen una especialización del conocimiento, manejo de bases de datos, optimización móvil en las

actividades profesionales, plataformas de entretenimiento, ciberetnografía, nueva geografía de contenidos y la habilidad para desarrollar varias tareas al mismo tiempo. Las universidades e instituciones educativas trabajan en el diseño y modificación de sus planes de estudio. En la mayoría, este proceso se lleva a cabo cada 4 años (Hidalgo, 2017).

De esta forma las instituciones educativas se preocupan por brindar a los estudiantes los conocimientos y las habilidades requeridas para ingresar al campo laboral. Las competencias profesionales son la combinación dinámica de conocimientos, habilidades, actitudes y valores integrados con base a los atributos de la persona, tomando en cuenta las experiencias personales y profesionales. Dichas competencias se pueden manifestar a través de ciertos comportamientos o conductas en el ámbito laboral (González y Wagenaar, 2003 citado en Morita, García y Escudero, 2016).

Con la finalidad de garantizar la formación y desarrollo de las competencias profesionales, los expertos de *Tuning Educational Structures* destacaron la importancia de la línea de Competencias específicas y genéricas; con específicas nos referimos a aquellas que son propias del campo de estudio, a diferencia de las competencias genéricas que se refieren a las que son comunes a cualquier curso de titulación. Éstas se clasifican en competencias instrumentales, competencias interpersonales y competencias sistémicas (González y Wagenaar, 2003 citado en Morita et al., 2016).

De acuerdo con la literatura especializada en educación, las competencias profesionales específicas y genéricas pueden enseñarse y aprenderse (Luna, 2011; Tobón, 2013; Villa y Poblete, 2008 citado en Morita, Escudero y Sánchez, 2017). Las competencias genéricas según investigaciones en educación, son las que ayudan a alcanzar el éxito profesional y personal, que en su mayoría se aprenden de manera significativa en ambientes no formales e informales de educación (Escudero, 2014).

La necesidad de poder cubrir con las exigencias de la sociedad del conocimiento orilló a los expertos en educación a crear nuevos modelos que fueran capaces de cumplir con esta

demanda. Partiendo del enfoque de la socioformación, las competencias son actuaciones integrales ante actividades y problemas del contexto, se plantea que la resolución de problemas se lleve a cabo bajo el saber ser, el saber hacer y el saber conocer de una perspectiva de mejora continua. Este enfoque se centra principalmente en la interpretación, argumentación y resolución de problemas del contexto externo con la finalidad de llevar a los estudiantes a afrontar los retos personales y del entorno; enfatiza en la formación del compromiso ético y la responsabilidad con el ambiente que nos rodea (Tobón, Pimienta, y García, 2010). La socioformación se desarrolló en el año 2000, ha tomado elementos del socioconstructivismo, la psicología humanista, la teoría crítica de Habermas, la ética y los procesos de emprendimiento; sin embargo, la socioformación los ha integrado con los nuevos desarrollos teóricos y metodológicos encaminados a la sociedad del conocimiento (Tobón, González, Nambo y Vázquez, 2015).

La socioformación concibe a la educación como un proceso centrado en la formación integral a partir del proyecto ético de vida, haciendo un énfasis en los entornos sociales, organizacionales y comunitarios, busca abordar el problema con transversalidad, considera el aprendizaje como un proceso de logro de metas tanto personales, sociales y ambientales. Su formación se centra en resolver problemas potencialmente significativos para los estudiantes, a través de la gestión y el saber a partir de diferentes fuentes (Tobón, González, et al., 2015).

## **1.2 PROBLEMÁTICA**

Como se ha mencionado en párrafos anteriores el escenario laboral se modificó y continúa en constante transformación. Existen cambios que plantean características diferentes para las profesiones, por ejemplo, en la carrera de comunicación. Las universidades se enfrentan al reto de formar a sus alumnos y alumnas con las competencias que exige el contexto, por lo que trabajan en rediseñar y mejorar sus programas y materias. Sin embargo, el tiempo las rebasa y los egresados se enfrentan con la problemática de acceso y ubicación dentro del

campo laboral por la falta de las competencias que el contexto y los empleadores requieren. Los profesionistas se ven orillados a buscar de manera informal o autónoma aprendizajes para poder ser competitivos en el mundo laboral (Morita, Escudero y García, 2017).

La literatura especializada demuestra que los empleadores y el campo laboral actual perciben una brecha, un vacío entre las competencias profesionales que éstos necesitan y las que los recién egresados obtienen en la universidad; sin embargo, se requiere profundizar la manera en que los egresados en comunicación adquieren las competencias digitales que les ayudan a cerrar esa brecha (Morita et al., 2016).

De forma histórica, el perfil del profesionista de la comunicación se ha modificado; desde el momento en que surgió la disciplina no se tenía tan claro el rol y actividades que iba a desempeñar. Como lo menciona Hidalgo (2017), el profesionista de la comunicación inició pensado como un informante en el ámbito del periodismo, sin embargo, con las transformaciones en los medios de comunicación se ha ido adaptando a las exigencias.

Una formación en competencias profesionales es necesaria para brindar al estudiante las herramientas, conocimientos y habilidades para que tenga la capacidad de aplicarlos al momento de incorporarse al contexto y realidad laboral al que pertenece. Así, se requiere de propuestas para elaborar estrategias didácticas que permitan a los estudiantes poder equilibrar y combinar la formación técnica y profesional dentro de su área con destrezas dirigidas al comportamiento social, trabajo en equipo, gestión de relaciones interpersonales y los valores sociales (OCDE, 2015 citado en Morita, Escudero y García, 2017). Con base en el contexto anterior, se formulan cuatro preguntas para la investigación y los objetivos que guían al proyecto.

### 1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Qué competencias digitales requieren los profesionistas de la comunicación en los espacios laborales en el marco de la sociedad del conocimiento?
2. ¿Qué competencias digitales posee el profesionista de la comunicación al ejercer en el campo laboral?
3. ¿Cómo adquirió el profesionista de la comunicación las competencias digitales que posee para enfrentar las exigencias del campo laboral actual?
4. ¿Cuál sería el proceso de adquisición de competencias digitales desde la socioformación para cumplir con la demanda laboral?

### 1.4 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

#### **Objetivo General:**

Analizar el proceso de adquisición de competencias digitales del profesionista de la carrera de comunicación desde la socioformación, con la finalidad de aportar elementos para disminuir la brecha entre las competencias de egreso y las que el campo laboral requiere.

#### **Objetivos Específicos:**

1. Describir las competencias digitales que los empleadores exigen a los profesionistas de la comunicación dentro del marco de la cultura digital.
2. Identificar la forma en que los profesionistas de la comunicación adquieren las competencias digitales dentro del campo laboral para enfrentar las transformaciones de la cultura digital.
3. Aplicar desde un enfoque de la socioformación una propuesta para disminuir la brecha entre las competencias digitales adquiridas en la universidad y las competencias digitales que exige el campo laboral.

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

Existe un gran interés por parte de las organizaciones mundiales como el Foro Económico Mundial (*WEF*) de trazar líneas de investigación para identificar, comprender y solucionar los problemas actuales. El problema al que se enfoca la presente investigación corresponde a la línea de empleo y habilidades, que a su vez pertenece a la rama de competitividad dentro del nuevo escenario postindustrial, por lo que el proyecto identifica y busca solucionar un problema relacionado a una situación global (WEF, 2017).

El Foro Económico Mundial elaboró el informe *Readiness for the Future of Production Report 2018*, en el que explica las nuevas dinámicas de producción con base en la incorporación de la tecnología. El documento hace un llamado a las naciones para responder de la mejor forma a este nuevo paradigma. Menciona que se requiere que los países comprendan los factores y condiciones que tienen mayor impacto en sus procesos de producción y luego se evalúe su preparación para enfrentar los cambios a futuro, con base en lo anterior podrá tomar decisiones para implementar acciones desde el sistema educativo a favor de la producción (Cárdenas, 2018).

Existe necesidad de elaborar investigaciones que respondan al fenómeno de preparación y educación para las exigencias de las sociedades actuales en las que la economía se basa en el conocimiento, en la producción de bienes y servicios, teniendo como elemento principal las capacidades intelectuales e interpersonales con la finalidad de producir innovaciones tecnológicas y científicas para generar capital intangible (Powell y Snellman, 2004 citado en Morita, Escudero y Sánchez, 2017).

Los empleadores actuales han mencionado que existe una brecha entre la oferta y la demanda, específicamente en las competencias profesionales genéricas, más que en las competencias profesionales específicas que aportan elementos a los profesionistas con el fin de desarrollarse exitosamente en el mercado laboral. Es por ello que la formación de las

competencias profesionales implica además de enfocarse en los conocimientos y habilidades, el poder desarrollar la capacidad de aplicarlos en la vida real, resolver problemas y cumplir con las tareas que el mercado exige. Las competencias específicas, que son aquellas particulares a cada profesión, son la base para desarrollarse en el campo laboral; sin embargo, uno de los desafíos actuales compete a las competencias genéricas, entendiendo por éstas las que los profesionistas deben tener al egresar de la universidad, mismas que representan un reto para el campo de la educación superior. Lo anterior debido a la necesidad de implementar estrategias para que las y los alumnos puedan unir la formación técnica y profesional de la carrera con las destrezas y habilidades que se requieren para desempeñar un buen papel en el campo laboral (OCDE, 2005).

El campo de la comunicación está en constante movimiento y transformación derivado, aún más por los cambios que se generan en el desarrollo de las tecnologías de información, orillando al profesionista a adaptarse y adquirir habilidades en la parte técnica como el manejo de *software* y herramientas para cumplir con su trabajo, así como en la comprensión de las nuevas lógicas de comunicación. Estamos en la convergencia digital, la idea de los medios de comunicación que se tenía antes del auge digital como canales de información que sólo se dirigían a un sólo público, una sola dirección ya no existe. La nueva configuración nos exige nuevos contenidos, nuevas formas para presentarlos, formatos diferentes con objetivos específicos y segmentados a distintos públicos. Lo anterior representa el rediseño y transformación del campo de la comunicación, el surgimiento de nuevas oportunidades para ejercer y la reconstrucción de los diferentes roles laborales de los profesionistas de la comunicación.

Las narrativas y propuestas comunicativas han surgido bajo la representación convencional de las diversas formas de expresión de los usuarios conectados a la red. La sociedad actual se encuentra inmersa en constantes cambios tecnológicos, escenarios en donde lo analógico es superado por lo digital. Son nuevos retos para los profesionistas que se involucran en dicho proceso de comunicación. Se ha modificado el panorama de las comunicaciones por lo que es fundamental resaltar que la investigación en comunicación en

el campo de las nuevas tecnologías adquiere cada vez más relevancia en el contexto académico (Barrios, 2014).

Por lo anterior, surge la necesidad de estudios que identifiquen y describan, primero que nada, los cambios y las dinámicas laborales del campo de la comunicación enmarcado en la sociedad del conocimiento, investigaciones que busquen conocer la forma en que los profesionistas de la comunicación han tenido que enfrentar estos cambios que se desprenden del desarrollo de la tecnología y las nuevas comunicaciones. Comunicadores que adquirieron conocimientos bajo un perfil profesional distinto al que actualmente se exige; preguntarnos sobre el papel que cumple el profesionista dentro del nuevo entorno.

La oportunidad del desarrollo de la presente investigación puede aportar a la comprensión del nuevo campo laboral de la comunicación, la definición del rol del profesionista de la comunicación y la forma en adquirir las competencias que exige la sociedad del conocimiento; aspectos todos estos, que justifican el presente estudio.

## 1.6 VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó en la ciudad de Querétaro por la facilidad de entrar al campo de estudio por parte de la investigadora, las redes interpersonales y la oportunidad de traslado, así como el capital económico que requirió el estudio. El proyecto tuvo una duración de dos años, divididos en cuatro semestres de trabajo, los avances de la tesis, así como los productos esperados se indican en la siguiente tabla.

<b>Semestre</b>	Ago-Dic 2017	Enero-Julio 2018	Ago-Dic 2018	Enero-Julio 2019
<b>Avance</b>	25%	50%	75%	100%
	Antecedentes, descripción del problema y justificación	Marco teórico, marco metodológico	Trabajo de campo, interpretación de resultados y análisis	Discusión y conclusiones
<b>Producto esperado</b>	Revisión sistemática del tema por investigar. Estado del Arte.	Propuesta de un método de investigación.	Propuesta de un proceso de análisis e interpretación de datos obtenidos.	Tesis que identifique la categoría de análisis y cómo ayudó a desplazar la frontera del conocimiento.

## **CAPÍTULO 2: ESTADO DEL ARTE**

Para la elaboración del estado del arte, se realizó una revisión sistemática de documentos académicos con la finalidad de identificar los estudios que han buscado conocer las competencias profesionales que el escenario laboral exige a los profesionistas de la comunicación dentro de la cultura digital, además de los estudios que buscan conocer las acciones que las instituciones educativas a nivel superior llevan a cabo para la enseñanza de las competencias. Se dio mayor atención a los estudios que logran identificar las modificaciones en el perfil de la carrera de comunicación, los retos a los que se enfrentan los profesionistas al egresar al campo laboral y los que describen los cambios que se han generado en los espacios de trabajo enmarcados en la cultura digital.

A continuación, se enuncian los estudios que marcan la línea de antecedente de la presente investigación, se mencionan primero los documentos académicos que indican los nuevos roles, cambios en el perfil de los profesionistas de la comunicación. En segundo término, se exponen los estudios que explican las acciones que las instituciones educativas a nivel superior están llevando a cabo para disminuir la brecha entre las competencias profesionales adquiridas en su programa y las competencias profesionales que el campo laboral exige. Como tercer punto y a manera de conclusión, se presentan los resultados generales de la revisión sistemática.

### **2.1 COMUNICÓLOGOS EN EL MARCO DE LA CULTURA DIGITAL**

Existen diferentes estudios que buscan identificar y explicar los nuevos roles, los cambios en el perfil de los profesionistas de la comunicación, las nuevas actividades que surgen en la cultura digital y los retos a los que se enfrentan. Jairo Ortiz González (2010) en su artículo “El Rol del comunicador en la Era Digital” plantea la importancia de estudios encaminados al análisis de las nuevas prácticas que los profesionistas de la comunicación están desempeñando en el campo laboral, de esta forma y como primer paso, se podrán identificar

los cambios y con ello adaptar los conocimientos y herramientas que se requieren en el escenario laboral a los programas universitarios. El artículo hace énfasis en la necesidad de iniciar el trabajo desde la academia, al momento de actualizar y adaptar los programas formativos; en segunda etapa en las empresas, a través de la búsqueda de una capacitación continua de sus empleados y finalmente mucho interés por parte de los profesionistas, para poder cumplir con la demanda del mercado. En la mayoría de los casos, la academia es la encargada de incluir las nuevas tecnologías en los procesos educativos; sin embargo, los profesionistas de la comunicación deben adaptarse al uso de las herramientas específicas para los entornos digitales, tomando en cuenta la oportunidad de crear plataformas de interacción con el público objetivo, las funciones de comunicación e innovación y la forma de estructurar un mensaje (Ortiz, 2010).

Pedro Soler Rojas y Manuel Aguilar Gutiérrez (2009), en su documento de trabajo, realizan un análisis para cuestionar si los planes de estudio de formación profesional son adecuados para cubrir con las necesidades del entorno laboral; mencionan que es importante, en primer lugar, poder abordar las dificultades con las que nos encontramos al definir el perfil actual del comunicador por ejemplo, un problema que los autores identifican es que el profesionista egresa con conocimientos y habilidades generales, encaminándolo a especializarse en un área de la comunicación fuera de la universidad, además de la continua contratación de personas sin la formación adecuada en los espacios laborales que bien podría ejercer un profesionista de la comunicación. Por otro lado, los cambios que se producen en el marco de la cultura digital son elementos que se tienen que tomar en cuenta para evitar problemas como “periodismo ciudadano” que ha traído como consecuencia confusiones acerca de los límites de la profesión, la ética profesional y una modificación en la percepción del profesionista dicho estudio se realizó desde una perspectiva profesional, su objeto de estudio fue la situación de la Corporación Estatal de Radio Televisión Española. Finalmente, como resultado del análisis, los autores identifican un aumento en la formación de los profesionistas por parte de las empresas, derivado de las carencias que se detectan en los nuevos licenciados de la comunicación, especialmente en las competencias digitales y área de las nuevas tecnologías, también se identifica que existe muy poco nivel de adaptación por

parte de los profesionistas con años de experiencia, hacia los nuevos medios digitales y nuevos públicos. Se deja abierta la línea de investigación encaminada a la construcción del perfil profesional del comunicólogo dentro de la cultura digital, con la finalidad de tomar acciones, no sólo en la parte de la academia pues se tiene que considerar la capacitación interna por parte de las empresas, la responsabilidad de actualización por parte del profesionista, además de tomar en cuenta los perfiles difuminados, la sociedad multimedia y las dinámicas multidisciplinares. De esta forma se podrá entender mejor los cambios y las características del perfil actual (Rojas y Gutiérrez, 2009).

Una de las áreas de la comunicación que los estudios se han enfocado a describir dentro de la cultura digital es el periodismo, ya que se han identificado cambios importantes derivados de las nuevas tecnologías de información y las nuevas dinámicas de comunicación digital. Dentro de los resultados de las investigaciones se ha encontrado la creación de nuevos medios en plataformas digitales que han generado cambios en las formas de trabajo, en la presentación de los contenidos, la producción, la distribución y el consumo de la información por parte de las audiencias (Barrios y Zambrano, 2015). Los autores realizaron una investigación a través de estudios de caso, bajo un enfoque descriptivo tipo exploratorio, en la que, de 537 periodistas, seleccionaron una muestra de 120 para aplicar una encuesta, tomaron en cuenta criterios de selección como experiencia laboral mínima de cinco años en medios de comunicación como prensa, radio y televisión, en las ciudades de Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla, con un rango de edad de los 21 a los 60 años, con características de nativos y migrantes digitales.

Como resultado exponen que el área del periodismo se enfrenta a un nuevo escenario enmarcado por la convergencia digital en diferentes dimensiones, primero en la creación de nuevas plataformas, uso de nuevas herramientas y nuevos formatos de recepción, difusión de la información y nuevos canales de interacción con el usuario. Lo anterior genera cambios en el perfil del periodista, plantea la necesidad de adquirir nuevas competencias y adaptar los conocimientos para poder cumplir con la exigencia del mercado de cada medio periodístico. Dentro de las competencias que requiere el periodista en el marco de la cultura digital se

identificaron cinco principales: 1. la producción de contenidos, tomando en cuenta los espacios de difusión, la dinámica e interacción de las audiencias y los cambios de consumo en los medios digitales; 2. la habilidad de comprender un lenguaje y narrativa multimedia para poder realizar el trabajo bajo este concepto; 3. el uso de dispositivos tecnológicos y de redes ciberfísicas; 4. la capacidad de crear formatos informativos innovadores e interactivos acorde a las preferencias de las audiencias y; por último, 5. Un nivel de adaptación al nuevo ecosistema informativo (Barrios y Zambrano, 2015).

Los cambios en el perfil del profesionalista de la comunicación en el marco de la cultura digital nos llevan a un replanteamiento de la labor del comunicólogo con el objetivo de adaptar esas modificaciones al programa de formación profesional desde la universidad. Estudios como el que realiza Andrés Barrios Rubio (2014), “El comunicador en el entorno digital”, representan una base para la construcción del nuevo perfil y las competencias que se requiere en la era digital. La investigación se realizó bajo una metodología cualitativa a través de un estudio de casos y una metodología de carácter exploratorio, aplicaron instrumentos como entrevistas, análisis de estructuras organizacionales y de contenido en medios de comunicación.

El estudio anterior considera importante el tomar en cuenta la interactividad, hipertextualidad y carácter multimedia propios del escenario digital al momento de rediseñar el perfil profesional, es necesario formar a los nuevos comunicólogos para enfrentarse a cambios en los hábitos de consumo de las audiencias, que puedan desarrollar un perfil de innovación, creatividad y cierta especialización, habilidades técnicas en las herramientas tecnológicas, sin olvidar el buen uso y manejo del lenguaje como bases principales (Barrios, 2014). Las universidades deben motivar al estudiante para desarrollar una actitud de actualización constante, el profesionalista debe mantenerse capacitado y abierto a comprender e interpretar una nueva realidad. La teoría representa la base de la práctica, el profesionalista se debe enfrentar a las nuevas estructuras, formatos y audiencias que se desarrollan en un entorno digital colaborativo que reinventa, potencializa y modifica el uso y la forma de consumo de los productos ya existentes. El estudio muestra como principal conclusión que,

más que dominar las herramientas tecnológicas, se debe tener claro el “para qué” de ellas y el “cómo” emplearlas profesionalmente con la finalidad de responder a la instantaneidad, cobertura y comunicación bidireccional del nuevo escenario digital (Barrios, 2014).

Los documentos académicos que estudian los cambios en los perfiles laborales de los comunicadores mencionan que el uso de la tecnología ha producido la desaparición de algunos roles laborales, la disminución de otros, la creación de nuevos asociados completamente a la industria de la tecnología. Estas modificaciones exigen principalmente innovación, creatividad y competitividad dentro de las empresas.

## **2.2 ¿QUÉ HACEN LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS?**

Las instituciones educativas a nivel superior están conscientes del cambio al que sus estudiantes se tienen que enfrentar al momento de egresar, éstas están trabajando en propuestas y estrategias con una visión integral de alfabetización digital basada en el contexto social, las necesidades y las expectativas laborales con la finalidad de reconocer y aprender las potencialidades del escenario. Existen posturas que mencionan que no sólo es el manejo de las máquinas, sino que primero es importante comprender la información, encaminándola a que sea útil en la vida diaria y que le permita al estudiante ser capaz de resolver problemas en su día a día, ver las tecnologías de la información como un medio mas no como un fin (Bustamante, Lapo, Oyarzún, y Campos, 2017).

La alfabetización digital es un tema que ha sido estudiado desde diferentes enfoques, el artículo “Propuesta Integral de Alfabetización Digital para el Siglo XXI” es una muestra de ello. Se presentan los resultados de una tesis concluida en 2010, el objetivo principal es el análisis crítico de diferentes enfoques de alfabetización relacionados con las tecnologías de información y comunicación, con la finalidad de plantear una alfabetización orientada a lograr una apropiación tecnológica más allá de la parte técnica o de instrumentos. En él se presenta una visión integral de la alfabetización digital, se expone la importancia de tomar

en cuenta el contexto social, las necesidades, las expectativas de los alumnos, así como las potencialidades que representan las Tecnologías de Información y Comunicación, visualizarlas como una oportunidad para mejorar la calidad de vida, la interacción de habilidades, conocimientos y formación de actitudes hacia un aprendizaje con ayuda de la tecnología. Desarrollar las competencias digitales como un medio para un fin, no sólo implica el desarrollar las habilidades para ser capaz de manejar las máquinas sino más bien, encaminar al estudiante a llevar a cabo un proceso de creatividad y motivación para hacer uso de éstas (Velazquez, 2011).

El artículo anterior aportará a la presente investigación la idea de una formación integral y encaminar los planes de estudio no sólo al uso y manejo de dispositivos o herramientas tecnológicas sino al desarrollo de conocimientos y habilidades base para su uso y aplicación al trabajo diario del profesionista de la comunicación. Una de las dimensiones principales del estudio se centra en las competencias digitales, por lo que se toma como referencia el siguiente estudio.

La investigación “Cerrando la brecha de las competencias profesionales genéricas. Un estudio de Teoría Fundamentada” es un referente, pues logra identificar el proceso informal de aprendizaje que los recién egresados de una institución de educación superior de la ciudad de Querétaro realizan para ingresar y permanecer en el campo laboral. Es una investigación bajo un enfoque metodológico de Teoría Fundamentada. A través del estudio se identificó la forma en que los egresados logran desarrollar competencias que el mercado laboral les exige y que no pudieron desarrollar en la universidad. Las competencias que se lograron identificar con el estudio se refieren a las genéricas y se llevan a cabo a través de cuatro fases: al ingresar al puesto, lograr una permanencia, con un compromiso y al momento de presentarse un ascenso; durante este proceso el empleado logra desarrollar distintas competencias que le permiten escalar en la pirámide organizacional. El aporte de la investigación representa una referencia para el rediseño de los programas de formación profesional ya que es importante se tomen en cuenta los procesos informales de aprendizaje

de los egresados, dentro de éstos encuentra la observación, la autorregulación y la imitación dentro de los ambientes laborales (Morita, Escudero y García, 2017).

El enfoque de aprendizaje por competencias profesionales representa una estrategia para enfrentar los desafíos del mercado global, tal lo menciona el estudio “Análisis de la Percepción de las competencias genéricas en instituciones de educación superior en México”. La investigación se desarrolla bajo el estudio de caso con un enfoque cuantitativo y diseño descriptivo. Se logró identificar el nivel de adquisición de competencias genéricas en estudiantes y profesores de la carrera de Administración de la Universidad Tecnológica de Querétaro (UTEQ). Los principales resultados que arrojó la investigación es que los docentes cuentan con una percepción distinta a la de los alumnos sobre el nivel de competencias, lo anterior podría influir y limitar las prácticas educativas que podrían elevar el nivel de competencias por parte de los alumnos (Morita, García y Escudero, 2016).

La enunciación de las investigaciones anteriores se contempló ya que brinda un panorama a la presente investigación, mostrando estudios que definen el perfil del profesionista de la comunicación en el escenario digital e investigaciones que se enfocan a identificar las estrategias que las universidades están empleando para la adquisición de competencias profesionales encaminadas a la sociedad del conocimiento.

Sabemos a través de las investigaciones consultadas que existe importancia en la formación de las competencias digitales dentro de las universidades. Se están tomando acciones para encaminar los planes de estudio a la enseñanza de éstas. Se trabaja en la búsqueda de nuevas metodologías que expliquen mejor y puedan solucionar la exigencia del mercado. Los planes de estudio se están rediseñando por los análisis de los perfiles laborales actuales dentro del área de comunicación. El campo laboral exige nuevas habilidades para los profesionistas y que son inevitables los cambios que se generan con la tecnología en todas las carreras. Las instituciones educativas buscan nuevos modelos alternativos de aprendizaje basados en la idea de que cada persona sea capaz de adquirir las competencias de acción y formarse a lo largo de la vida, por lo que un buen desarrollo académico debe promover y

orientar a las y los alumnos a mejorar, innovar, crear y lograr un desarrollo profesional. Existe la propuesta de rediseñar los currículos con la finalidad de responder a las competencias del mercado laboral, se deben de realizar con criterios de flexibilidad para que las modificaciones de puedan adaptar al contexto de la sociedad del conocimiento.

Por parte del área de comunicación, las investigaciones consultadas muestran que las principales exigencias del mercado laboral implican multitareas, el conocer y adquirir habilidades para cumplir otros roles, manejo de nuevas herramientas digitales; sin embargo, no se debe olvidar la habilidad de cuestionar, analizar y buscar proponer soluciones ante los retos de la realidad. Se requiere de profesionistas de la comunicación que estén interesados en definir los nuevos escenarios que puedan dar sustento metodológico y teórico para comprender las nuevas dinámicas de comunicación dentro de lo digital. La formación de los estudiantes de comunicación en las instituciones educativas, debe de tomar en cuenta las situaciones reales del mercado laboral, preparar a los comunicadores con teorías y modelos de comunicación actuales. Existe una formación tradicional con base en el aprendizaje del oficio, sin embargo, no es suficiente para enfrentar los cambios del escenario laboral actual.

Hay una tendencia en los planes de estudio de las instituciones de educación superior por incorporar asignaturas nuevas sobre periodismo digital, herramientas multimedia, edición de audio, video, diseño editorial, teorías y narrativas digitales; sin embargo, el rediseño de planes se realiza con un promedio de cuatro años y representa un retraso en cuanto al tiempo con el que fluye la exigencia laboral. Se debe de trabajar en la solución de problemas en el perfil del profesionista de la comunicación, debido a que el campo laboral actual es cambiante y se requiere de una propuesta para solucionar estos retos a los que se enfrenta el egresado. Éstos se deben tomar como áreas de oportunidades para poder definir nuevos roles laborales dentro del mercado laboral de la Cultura Digital.

Existe necesidad y oportunidad de desarrollo de nuevas investigaciones encaminadas a la comprensión, análisis y elaboración de propuestas para la solución de los problemas a los que se enfrentan los profesionales de la comunicación en el quehacer diario, enfocarse a

la forma en que se vive el reto fuera de la universidad, a través de la experiencia laboral el cómo se enfrentan los profesionistas formados con planes educativos anteriores a las exigencias actuales, qué hacen para solventar la falta de competencias digitales y así proponer la mejor forma de cerrar la brecha que se distingue entre los conocimientos adquiridos en la universidad y las exigencias por parte de los empleadores.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

### CAPÍTULO 3. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Se ha mencionado con anterioridad que el presente estudio busca conocer el proceso de adquisición de competencias digitales en los profesionales de la comunicación y llevar a cabo un análisis desde el enfoque de la socioformación. A continuación, se mencionan los elementos teóricos en los que se sustenta la investigación.

La Sociedad Postindustrial es un término presentado por Daniel Bell en el año 1991 para explicar las características de una etapa que generó cambios dentro de la economía global por los cambios en los sistemas de producción y prestación de servicios. Uno de los elementos clave para esta etapa es la tecnología en actividades diarias, su uso y apropiación ha originado dinámicas sociales diferentes y ha modificado a las sociedades y cultura en general. La era postindustrial se identifica por la presencia de un alto grado de valoración del conocimiento y de la información, surgiendo así el término de “sociedad de la información”. Dentro de los impactos que se originan por los cambios en la economía y forma de producción, encontramos las transformaciones en las dinámicas laborales y el concepto de “economía del conocimiento”. Todas las modificaciones que se presentan en lo laboral implican retos educativos para las instituciones encargadas de la formación de estudiantes, una opción es la educación basada en competencias profesionales. Los programas educativos requieren tomar en cuenta los conocimientos y habilidades digitales encaminadas al desempeño laboral; las acciones que las instituciones educativas realizan, están dirigidas a lograr un dominio técnico, desarrollar el eje cognitivo y la parte social o cultural dentro de un contexto digital. Así mismo, hacemos un recorrido histórico sobre el desarrollo profesional de la carrera de comunicación en México y presentamos las competencias que diversos autores proponen para los empleos actuales y los nuevos perfiles derivados de la comunicación digital.

### **3.1 HACIA LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO Y LA INFORMACIÓN.**

En el escenario actual se pueden identificar diferentes elementos que nos llevan a pensar en una sociedad del conocimiento y de la información. Iniciando por cambios presentes en la economía, existe una reconfiguración y un cambio de lógica en esta área; actualmente se busca generar modelos teóricos basados en el conocimiento que se puedan aplicar a posibilidades de desarrollo y crecimiento económico enfocadas a la productividad. El conocimiento se piensa como poder aplicado a la toma de decisiones. La información es la base para este tipo de sociedad y el obtenerla rápidamente es sinónimo de competitividad para las empresas (Bell, 1991). Con la finalidad de comprender mejor las transformaciones que estamos viviendo, es necesario regresar a los elementos y teorías que se presentan como antecedentes de la sociedad del conocimiento.

#### **3.1.1 LA SOCIEDAD POSTINDUSTRIAL, CAMBIOS Y MODIFICACIONES EN LA ECONOMÍA**

Una de las etapas que más ha modificado los sistemas de producción y distribución fue la Revolución Industrial, durante este periodo se generaron cambios que impactaron la economía global y al área del empleo. La etapa posterior que emerge a mediados del siglo XX representa un parteaguas en la evolución de las dinámicas económicas, ya que logra modificar los sistemas de producción, de organización del trabajo y los parámetros de consumo; la sociedad que presenta estas especificaciones se nombró Sociedad Postindustrial. Dentro de sus características se encuentra la valoración creciente del conocimiento, logrando hacer de éste un factor importante en la producción y por ende en el desarrollo económico. Existen diferentes autores que han referido los cambios presentes en esta sociedad y los procesos que se llevan a cabo durante este periodo (Barbieri, 2005).

Alain Touraine (1979) fue de los primeros en referirse al término Postindustrial, durante sus estudios aborda y analiza las dinámicas sociales que se modificaron en esta etapa; como resultados principales de su obra, podemos mencionar el reconocimiento que se le brinda a la comunidad científica y a las empresas como sistemas políticos de gestión de la

racionalidad técnica y económica; un primer paso para encaminar al conocimiento como un factor de producción. Touraine afirma que en la Sociedad Postindustrial las inversiones en la educación y la política científica guían la evolución económica de la sociedad lo que trae como consecuencia una sociedad con mayor desarrollo de conocimiento y de información (Magallon, 2006).

Con el paso de los años, otros autores comienzan a estudiar las características de la Sociedad Postindustrial y sus cambios en la economía principalmente, sin embargo, el sociólogo Daniel Bell es considerado el autor principal de este concepto. Bell (1991) realizó el análisis de esta sociedad desde dos puntos: el primero tomando en cuenta las relaciones de producción clasificando a la sociedad en capitalista, socialista o feudal y el otro punto basándose en las fuerzas productivas, dándole así la característica de sociedad preindustrial, industrial o postindustrial. Otro de los aportes que el autor realizó es “la centralidad del conocimiento teórico como fuente de nuevas industrias y productos, así como la idea de la importancia ocupacional de una clase técnica; ambas ideas nos orillan a disminuir el peso de una sociedad industrial” (Schoijet, 2006).

Para Daniel Bell, una Sociedad Postindustrial se caracteriza por el desarrollo de nuevas industrias basadas en la ciencia, por ejemplo, el sector de la electrónica, de la informática y de las computadoras. Se presenta un predominio en los servicios, lo que orilla a cambios cualitativos y de forma continua. Bajo la idea de desarrollo que tiene el autor, uno de los servicios principales debería de ser el educativo, ya que éste mantiene la centralidad del conocimiento teórico. El origen de una Sociedad Postindustrial se encuentra en los cambios que se presentan dentro de la producción y en la economía; modificaciones que implican problemas y estructuras sociales diferentes. Anteriormente en la sociedad industrial el eje principal era el desarrollo económico, ahora con las transformaciones lo principal es la centralidad y codificación del conocimiento teórico (Bell, 1991).

Otra postura que existe sobre la nueva sociedad es la de Peter Drucker (1970). En su discurso el autor afirma que el motor verdadero de los países desarrollados y su producción

es la aplicación del “saber” al trabajo. Para Drucker la creación de máquinas sólo aumentó la capacidad de producción, pero no significaron un incremento en las habilidades ni en la productividad de los trabajadores. Lo que realmente marcó la diferencia fue el saber aplicado al trabajo, los factores tradicionales de producción no desaparecieron, sin embargo, a través del desarrollo del conocimiento se puede aumentar la facilidad de producción (Drucker, 1970 citado en Barbieri, 2005).

La información y las tecnologías representan elementos importantes para el desarrollo de la Sociedad Postindustrial por lo que los aportes de los tres autores anteriormente mencionados representan una guía para la presente investigación; no sólo para comprender los cambios económicos y de producción a los que nos hemos enfrentado en esta nueva etapa sino para entender la forma en que dentro de las dinámicas de esta sociedad, se redefine al trabajo, las organizaciones que lo gestionan y las transformaciones presentes en los conceptos de informar y de educar. Toda revolución trae consigo el repensar los conceptos que rigen al trabajo y las instituciones sociales (Bell, 1991).

En efecto, nos encontramos en una reconfiguración y una lógica del desarrollo económico diferente a la era industrial, actualmente se busca generar modelos teóricos basados en el conocimiento que tengan como objetivo las posibilidades de desarrollo y crecimiento enfocados en la productividad. El conocimiento se ha convertido en poder y eficacia con la intención de ser transmitido y aplicado a la toma de decisiones; la información juega un papel fundamental y obtenerla rápidamente es lo que mayor ventaja competitiva brinda a las empresas (Bell, 1991).

“Si anteriormente la actividad principal era la producción, hoy nos centramos en la obtención y transmisión de la información. Si en la sociedad industrial la relación principal era la del hombre con la máquina productiva, ahora la relación principal es el juego entre personas que dan y reciben información. Además, como el sector ocupacional mayoritario es el de los servicios, la vida económica de nuestras sociedades está derivando realmente hacia un tipo de relación diferente” (Chávez-Ceja, 2016, p.3).

Como se ha mencionado, el factor principal de esta etapa es el conocimiento, por lo que es importante centrarnos en los procesos educativos que brindan los conocimientos y habilidades a los estudiantes para enfrentarse a estas modificaciones y con ello cubrir con el objetivo del desarrollo económico con base en la información y el conocimiento. Además, los cambios presentes en el proceso educativo orillan a una educación dirigida a cubrir con las exigencias de una estructura económica diferente y cambiante. La solicitud de conocimientos especializados por parte de los empleadores es cada vez mayor, por ello un nivel de educación mínimo es indispensable para acceder al mercado laboral.

### **3.1.2 CIBERCULTURA, LAS NUEVAS DINÁMICAS SOCIALES RESULTADO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN**

En la Sociedad Postindustrial el uso de dispositivos tecnológicos conectados a través del internet y las tecnologías de la información son elementos que promueven cambios en las dinámicas sociales. El uso y desarrollo del sector tecnológico ha originado cambios en la manera que nos comunicamos, que nos relacionamos, la forma en que llevamos a cabo actividades laborales, el acceso a la información e incluso la manera en aprendemos. Para el desarrollo de esta investigación es necesario llegar a comprender estas modificaciones, por ello, retomaremos el concepto “Cibercultura” con la finalidad de realizar ese abordaje teórico. La Cibercultura es un término relativamente nuevo que busca explicar situaciones culturales contemporáneas ligadas principalmente al impacto de las tecnologías digitales de la información y la comunicación sobre aspectos como realidad, espacio, tiempo, ser humano y relaciones sociales (Lévy, 2007).

El poder entender los cambios e impactos en nuestra vida diaria que se generan con la cibercultura nos ayuda a comprender las nuevas dinámicas educativas y los roles laborales de los profesionistas de la comunicación dentro de la sociedad postindustrial, así como poder describir las competencias requeridas para los nuevos espacios de comunicación digital. Autores como de Kerckove (1999) y Lévy (2007) definen la cibercultura como la tercera era

de la comunicación, la comprenden desde tres características principales: la interactividad, la hipertextualidad y la conectividad.

Los estudios de cibercultura buscan analizar y explicar principalmente el impacto tecnológico en el desarrollo de las actividades e interacciones humanas. En el caso de Derrick de Kerckhove, estudia los cambios socioculturales provocados por la popularización de internet y de las tecnologías de información y de comunicación. El autor considera el mundo *online* como una extensión del mundo físico, en el que se presenta una aceleración y multiplicación de los efectos de cualquier medio. Por su parte, la tecnología ha traído efectos y transformaciones tanto en lo individual como en la vida colectiva (Baldessar y Giglio, 2011).

Asimismo, Pierre Lévy (2007) en su libro *Cibercultura: informe al consejo de Europa*, realiza un análisis de la relación que se presenta entre la tecnología y las actividades humanas, el estudio se aborda desde diferentes áreas como la economía, la política, los medios de comunicación y la educación principalmente. En el apartado de educación y nuevas tecnologías se expone la relación con el “saber”, cómo la tecnología logra modificar los procesos educativos. Dentro de las principales afirmaciones, Lévy menciona la importancia de estudiar esta relación para poder explicar qué sucede con la educación en el escenario de la cibercultura. Para ello, se centra en tres ideas básicas, por una parte, afirma que en la época en la que nos encontramos, la mayoría de las competencias adquiridas por una persona al principio de la carrera profesional serán obsoletas al graduarse; como segunda idea, plantea la nueva naturaleza del trabajo basada en el constante cambio y transformación; en tercer término, se refiere al ciberespacio en el que las tecnologías intelectuales se dan soporte, se amplifican, se exteriorizan y se modifican varias funciones humanas que favorecen el acceso a la información.

La principal característica de la cibercultura es la difusión de la información, por lo cual es necesario repensar los modelos educativos de formación profesional y las herramientas de manejo de la información que se brindan a los alumnos. Autores mencionan que estar inmersos en la dinámica de la cibercultura es significado de tener que enfrentar un

ritmo acelerado de comunicación, de intercambio de ideas e información. Ante esta idea Lévy afirma que es importante estudiar las nuevas dinámicas de aprendizaje de las personas. El constante acceso a la información que se tiene actualmente, nos orilla a repensar los objetivos de aprendizaje, en este nuevo ritmo lo que se “tiene” que aprender ya no se puede planear o definir con precisión por los cambios tan acelerados que se presentan con el uso de las tecnologías de la información. Un elemento que debe considerar el sistema educativo son los espacios digitales creados por esta nueva dinámica, considerarlos como oportunidades emergentes, abiertas, continuas y no lineales de desarrollo del conocimiento, organizadas principalmente en contextos colaborativos (Lévy, 2007).

Lévy (2007) afirma que es necesaria una reforma en los sistemas educativos y de formación dentro del marco de la cibercultura, propone dos principales líneas de acción para llevar a cabo los cambios que permitan diseñar programas educativos que respondan a las nuevas exigencias. En primer lugar, se debe considerar los dispositivos tecnológicos y el aprendizaje abierto, así como el aprendizaje a distancia como oportunidades dentro del proceso de educación; ya que éstos pueden estimular al estudiante de forma personalizada e incentivar a los alumnos a aprender de una manera colaborativa y en red. Como segundo punto, es importante centrarse en el reconocimiento de las adquisiciones de las personas, no sólo identificar lo aprendido en las instituciones educativas sino también con base en las experiencias que se pueden tener en otros escenarios que representan áreas importantes para el desarrollo del alumno.

La cibercultura es un concepto que ayuda a comprender y describir el contexto en el que se enmarca esta investigación, sin embargo, también existen posturas actuales que cuestionan su definición debido a que el término se encuentra en construcción y se argumenta que aún no está claro si éste corresponde a la evolución de la cultura misma o si representa una nueva forma de agrupar todo lo que sucede en los espacios originados por el uso de la tecnología (Qui, 2005). Lo que sí se afirma es que la cibercultura es el cambio en la cultura generado por la interacción del hombre con la tecnología y las transformaciones en sus dinámicas sociales como es el caso del trabajo y los espacios laborales, es lo que compete al

presente proyecto, así como las características propuestas por los autores: la interactividad, la hipertextualidad y la conectividad que aportan la base para explicar las exigencias actuales y son elementos que intervienen en la construcción de los roles y perfiles de los profesionistas de la comunicación dentro de la cultura digital.

### **3.1.3 LA INFORMACIÓN COMO ELEMENTO BASE DE UNA SOCIEDAD**

La importancia que se le brinda a la información y al conocimiento dentro de sociedad postindustrial y la idea de concebir a los medios tecnológicos como canales que permitan a la información fluir y llegar a más personas dentro de una sociedad, ha dado origen a pensar esta dinámica dentro de una sociedad de la información. Manuel Castells (2006) describe y explica las características y dinámicas sociales que se generan al brindarle el principal valor a la información.

Para Castells (2006) se dio origen a una nueva morfología social. Las tecnologías de la información logran reordenar el espacio y el tiempo y con ello se presentan nuevos procesos de transformación social. El elemento principal en esta nueva sociedad es la información y el flujo de ésta, por lo que las tecnologías se conciben como canales de comunicación horizontal que rompen fronteras, modifican culturas e identidades y que generan nuevas formas de democracia y participación. Años más tarde, en el 2015 el mismo Manuel Castells complementa estas ideas y expone su paradigma tecnológico, en el que menciona que todas las sociedades se basan en el conocimiento e información y que se puede visualizar la estructura social conformada por redes de información. Sin embargo, para realizar la investigación dejamos a un lado el término sociedad red, ya que implica analizar otros elementos sociales y se retoma el concepto sociedad de la información, ya que éste fundamenta teóricamente el valor del conocimiento y de la información dentro de la sociedad.

El internet se considera como el elemento base y tecnológico para el desarrollo de este tipo de sociedad, a través de este medio se logra una organización que permite la creación

de nuevas formas de relación social. La sociedad de la información se define como “el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen de este periodo histórico” (Castells, 2005, p.47).

Otro autor que aborda el término de sociedad de la información es Jesús Martín Barbero (2004), menciona que el concepto no sólo contempla a las personas que tienen acceso a la información, sino también a aquellos que no pueden acceder. Existe un nuevo modo de producir totalmente relacionado a la idea de un nuevo modo de comunicar, que convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa. En esta nueva dinámica social no sólo la información y el conocimiento se convierten en materia prima sino también la idea de innovación, un concepto que se convierte en eje principal para los sectores empresariales y de creatividad social.

A su vez, Frank Webster (1986) menciona cuatro elementos que se pueden distinguir en la sociedad de la información: 1. La información ocupa un lugar central como recurso económico, 2. Existe una infraestructura que permite que la información se procese y se distribuya con facilidad, 3. Un crecimiento rápido del sector comercial de la información y 4. La informatización de la economía que facilita la integración de economías nacionales y regionales. De la misma forma se plantean cinco elementos que ayudan a describir la sociedad de la información y sus dinámicas. El aspecto tecnológico como base para su desarrollo, ya que representa el surgimiento de una nueva forma de vida que logra modificar las actividades, interacciones, la estructura social y hace posible el procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información. El elemento ocupacional se centra en el predominio del empleo hacia el sector de la información. El enfoque tiempo-espacio identifica las redes de información que conectan localidades y originan un efecto. Finalmente, el elemento cultural se refiere a la interacción simbólica en donde todo lo que se intercambia y se recibe es reconocible (García, 2001).

La posibilidad de comprender el concepto de sociedad de la información nos permite entender la dinámica social que se genera al poner en el centro la información y el conocimiento, las modificaciones y cambios en las diferentes áreas de la vida como lo es el sector ocupacional que menciona el autor y cómo éste se ha convertido en un elemento esencial para el desarrollo económico. Para comprender el área económica dentro de la sociedad de la información y el conocimiento, se desarrolla el concepto Economía del conocimiento. Término que desarrolló la OCDE en el año 1996 para señalar al conjunto de países industrializados en los que se reconocía al conocimiento como un factor clave en el desarrollo económico de esas potencias. El concepto se fundamenta en tres postulados principales: la creación, la difusión y el uso del conocimiento (Sánchez y Ríos, 2011). Este tipo de economía tiene como activo central el conocimiento y lo basa en cuatro pilares: 1. La base educativa que debe enfocarse en la fuerza de trabajo integrada por personas calificadas, capaces de actualizar y adaptar sus habilidades para crear y utilizar el conocimiento de forma eficiente. 2. Una infraestructura de acceso a la información y las telecomunicaciones que permita y facilite la comunicación, difusión y procesamiento de la información y el conocimiento. 3. El sistema de innovación compuesto por empresas, centros de investigación, universidades y consultores que generen nuevos conocimientos y tecnología, los marcos institucionales de gobierno y negocios que permitan la movilización eficiente. 4. Una buena asignación de recursos e inducir a la creación, difusión y el buen uso del conocimiento (Sánchez y Ríos, 2011).

La economía del conocimiento nos explica de una forma muy acertada la manera en que la sociedad de la información y el conocimiento lleva a cabo las dinámicas de producción en las industrias de información; de tal forma que Fritz Machlup (1962) realiza una clasificación de ramas industriales: 1. Educación, escuelas y bibliotecas, 2. Medios de comunicación, 3. Máquinas de información, 4. Servicios de información y 5. Otras actividades de información, lo anterior con la finalidad de explicar la manera en que cada una contribuye al Producto Interno Bruto a través de su valor económico (García, 2001). Sin duda, una etapa en que las variables de la información y el conocimiento orillan al

surgimiento de nuevas dinámicas económicas y de valoración de recursos en las ramas industriales.

### **3.1.4 EL CONOCIMIENTO UN FACTOR CLAVE PARA EL DESARROLLO ACTUAL**

Los cambios en las dinámicas industriales y de producción originan cambios en los perfiles profesionales, disciplinas y áreas. La nueva sociedad busca superar los problemas a través de la aplicación del conocimiento, lo anterior representa un reto pues se requiere de profesionistas capacitados y competentes para enfrentar las nuevas exigencias. Esta idea nos lleva a tomar en cuenta el término sociedad del conocimiento para comprender las dinámicas laborales actuales que buscan un trabajo más interdisciplinario, centrado en la mejora de las condiciones de vida, con apoyo de la cultura ciudadana, la ética y las tecnologías de la información (Tobón et al., 2010).

Bajo las nuevas exigencias laborales y dinámicas económicas enfocadas en la producción basada en la información y comunicación a través de las nuevas tecnologías, surge la necesidad del desarrollo de competencias profesionales encaminadas y diseñadas al cumplimiento de las exigencias laborales. Durante los últimos años las instituciones educativas han desarrollado estrategias basadas en una educación con un enfoque por competencias.

### **3.2 EL GRAN RETO DE UNA EDUCACIÓN BASADA EN COMPETENCIAS**

Las instituciones educativas se enfrentan al reto de brindarle a sus alumnos las herramientas necesarias para enfrentar los cambios actuales de una sociedad basada en la información y el conocimiento. Esta dinámica surge de la creación de un sistema de comunicación construido por el uso y la apropiación de la tecnología, por lo que los desafíos de esta sociedad hacia la educación se basan principalmente en la construcción del conocimiento y el procesamiento de la información. Las competencias profesionales, entonces, se deben centrar en esos dos

ejes con la finalidad de que los estudiantes tengan la capacidad de posicionarse e integrarse a una dinámica laboral para poder aportar, construir y desarrollar conocimiento.

### **3.2.1 EDUCACIÓN BASADA EN COMPETENCIAS PROFESIONALES**

El proceso de formación profesional es básico para el buen desempeño del egresado, una enseñanza basada en competencias profesionales busca brindar al estudiante las herramientas, conocimientos, habilidades y valores necesarios para lograr un buen desarrollo profesional al momento de incorporarse al contexto y realidad laboral. Se requieren entonces, de propuestas encaminadas a diseñar estrategias didácticas que permitan a los estudiantes lograr un equilibrio y combinación entre la formación técnica y profesional dentro de su área y a su vez desarrollar destrezas dirigidas al comportamiento social, trabajo en equipo, gestión de relaciones interpersonales y los valores (OCDE, 2015 citado en Morita, Escudero, y Sánchez, 2017)

Los cambios en la sociedad actual han orillado al replanteamiento de la visión y preparación de los futuros profesionistas, los planes y los programas educativos se han encaminado a una formación del estudiante tomando en cuenta el desarrollo económico global con la finalidad de aumentar la competitividad laboral. La búsqueda del rediseño académico ha dado lugar al desarrollo de nuevas metodologías que permitan a los alumnos adquirir conocimientos, aptitudes, actitudes y habilidades que se apliquen en el campo laboral y les permita la permanencia y crecimiento profesional (Morita, Escudero y García, 2017).

Distintas organizaciones como la UNESCO señalan la importancia de que las nuevas generaciones se preparen con las competencias ideales para la construcción de un futuro cercano, la resolución de problemas y el desarrollo de diferentes propuestas para enfrentarse a los cambios generados por las nuevas dinámicas. Las instituciones educativas, principalmente las de nivel superior, deben adaptarse a las necesidades actuales y futuras de la sociedad (Ramírez y Márquez, 2008). Con la intención de cubrir con la demanda de

competencias dentro de la sociedad del conocimiento y de la información, se desarrolló el enfoque por competencias. Éste nace como una alternativa de solución a las demandas, buscando un mayor desarrollo de las destrezas y habilidades generales y específicas de los profesionistas para lograr con ello, un mayor desempeño en los contextos laborales (Gómez y Moñivas, 2005 citado en Gómez-Gómez, 2010).

La educación basada en competencias surge desde una perspectiva de innovación curricular, la necesidad de replantear y rediseñar los programas educativos para cumplir con las nuevas exigencias. El enfoque da prioridad a las ideas de eficiencia, calidad y competitividad. Toma en cuenta el desarrollo de un currículo flexible, de calidad total, una planeación curricular estratégica y un análisis institucional. De los principales cambios es la búsqueda de homologar los planes de estudio de diferentes instituciones, entidades y países para unificar el objetivo (Díaz Barriga & Lugo, 2003 citado en Ramírez y Márquez, 2008).

Los modelos de educación basados en competencias se han fundamentado en tres ejes: 1. La competencia como un conjunto de tareas que a través del análisis ocupacional define las actividades que se impartirán, 2. La competencia como un conjunto de atributos que define el conocimiento del tema y las habilidades genéricas necesarias y 3. El concepto integrado y holístico de la competencia (Gómez, 1997 citado en Ramírez y Márquez, 2008).

Las competencias profesionales son la combinación dinámica de conocimientos, habilidades, actitudes, saberes y valores integrados con base a los atributos de la persona, tomando en cuenta las experiencias personales y profesionales. Éstas se pueden manifestar a través de ciertos comportamientos o conductas dentro del ambiente laboral. Con el propósito de garantizar una formación integral con base al desarrollo de las competencias profesionales, se desarrolló el proyecto *Tuning Educational Structures* en Europa.

### 3.2.2 PROYECTO GUÍA: TUNING EDUCATIONAL STRUCTURE EUROPE

Bajo la línea de enfoque basado en una formación por competencias, se desarrolló uno de los proyectos de mayor importancia en la educación superior en Europa, *The Tuning Educational Structures in Europe* (“Afinar las estructuras educativas en Europa”, por su traducción al español). Este proyecto consiste en una metodología con la que se busca volver a diseñar, desarrollar, aplicar y evaluar los programas de estudio; ha servido como un programa de referencia en el contexto de disciplinas que son importantes en el momento de elaborar los programas de estudio ya que aporta la medición de resultados de aprendizaje y competencias. Entendiéndose a los primeros como las manifestaciones de lo que se espera que el alumno sepa, entienda y sea capaz de demostrar al final del proceso de aprendizaje. La competencia representa una combinación entre las capacidades cognitivas y metacognitivas, de conocimiento y entendimiento, interpersonales, intelectuales, prácticas, así como los valores éticos (Beneitone et al., 2009).

El proyecto *Tuning* propone el desarrollo de las siguientes líneas de acción: 1. Las competencias genéricas, 2. Las competencias específicas de las áreas temáticas, 3. El papel del sistema ECTS como sistema de transferencia y acumulación de créditos y 4. El enfoque de aprendizaje-enseñanza y la evaluación de relación con la garantía y control de calidad. Dentro de los objetivos y metas que tiene el programa se encuentran: el impulsar un alto nivel de convergencia en la educación superior a través de siete áreas temáticas, mediante definiciones aceptadas de acuerdo a resultados profesionales y de aprendizaje, desarrollar perfiles profesionales, resultados de aprendizajes y competencias genéricas, así como las específicas relativas a cada área de estudios, incluyendo destrezas y conocimientos y crear redes para estimular la innovación y la calidad (Ramírez y Márquez, 2008).

Las competencias se dividen en competencias específicas y genéricas; con específicas se refieren a aquellas que son propias del campo de estudio, a diferencia de las genéricas que se presentan en cualquier curso de titulación (González y Wagenaar, 2003 citado por; Morita,

García y Escudero, 2016). Citando a la literatura especializada en educación, las competencias profesionales específicas y genéricas pueden enseñarse y aprenderse. Las competencias genéricas según investigaciones, son las que ayudan a alcanzar el éxito profesional y personal y en su mayoría se aprenden de manera significativa en ambientes no formales e informales de educación (Escudero, 2014).

Como se mencionó antes, el proyecto *Tuning* de Europa ha sido un referente para el desarrollo de propuestas educativas basadas en competencias, tal es el caso del proyecto *Tuning* para América Latina. Una propuesta que toma como base los principales postulados que plantea el de Europa, pero con el reto de adaptarlos a un entorno latinoamericano.

### **3.2.3 PROYECTO GUÍA PARA AMÉRICA LATINA: *TUNING* EDUCATIONAL STRUCTURE A.L.**

*Tuning* se convirtió en un gran referente al momento de elaborar planes de estudio basados en una educación por competencias, en el caso del desarrollo de *Tuning* para América Latina se tomaron como referencia los resultados de aprendizaje y competencias. Asimismo, el proyecto *Tuning* A.L plantea que las competencias se deben desarrollar de forma integrada y cíclica a lo largo de la formación del estudiante. Se centra en la función de la calidad en el proceso de diseño o rediseño, desarrollo y aplicación de los programas de estudio.

Así como en el proyecto *Tuning* de Europa, el diseñado para América Latina busca “afinar” el sistema educativo, la meta es identificar e intercambiar información para mejorar la colaboración entre las diferentes instituciones educativas de nivel superior para el desarrollo de la calidad, efectividad y transparencia. Los objetivos que se plantean en el proyecto son: contribuir al desarrollo de titulaciones fácilmente comparables y comprensibles en América Latina, impulsar la convergencia de la educación en 12 áreas temáticas, buscar el desarrollo de perfiles profesionales con base en competencias genéricas y específicas, impulsar la innovación y crear redes (Ramírez y Márquez, 2008).

El proyecto *Tuning* en América Latina busca revisar los objetivos, la estructura, los procesos y las prácticas de formación de los recursos humanos. Lleva a cabo un análisis de profesiones y carreras desde cuatro ejes principales: 1. Las competencias profesionales asociadas a cada grupo profesional, 2. La expresión de las competencias en los créditos solicitados en cada titulación, 3. Los mecanismos e instrumentos de evaluación y acreditación de las instituciones y 4. Los procesos de formación encaminados a la investigación e innovación. Son cuatro líneas de acción en las que se basa el proyecto *Tuning* de América Latina: 1. Competencias genéricas y específicas, 2. Enfoques de enseñanza, aprendizaje y evaluación, 3. Créditos académicos y 4. Calidad de los programas (Beneitone et al., 2004).

*Tuning* plantea el desarrollo de competencias genéricas entendidas éstas, como los atributos que se pueden generar en cualquier programa de titulación, considerados de suma importancia a nivel social y que se presentan en la mayoría de las titulaciones. Las competencias específicas en cambio, son las que tienen relación con cada área temática, son de gran importancia para el programa de titulación pues están específicamente relacionadas con el conocimiento de esa área en concreto, también se les conoce como destrezas (Ramírez y Márquez, 2008).

En el proyecto *Tuning* los enfoques de enseñanza, aprendizaje y evaluación consisten en la traducción de las competencias genéricas y específicas en las actividades que se consideran en el proceso educativo. Con relación a los créditos académicos se tiene que realizar una reflexión sobre las competencias y el vínculo que se genera con el trabajo del estudiante, su medida y conexión, así como el tiempo establecido. Finalmente, existe una necesidad de integrar las nuevas formas de enseñanza y aprendizaje, lo que implica considerar métodos y criterios de evaluación diferentes (Beneitone et al., 2004).

El trabajo que se ha realizado para afinar la educación basada en competencias necesita contemplar las exigencias de la sociedad del conocimiento, brindarles a los alumnos las herramientas necesarias para enfrentarse a los cambios constantes del entorno, que sean capaces de solucionar problemas y desarrollar propuestas innovadoras con ayuda de las

tecnologías de la información y de la comunicación. Lo anterior nos lleva a replantear la idea de las competencias digitales.

### **3.2.4 COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO**

La formación de competencias profesionales debe de contemplar el desarrollo de competencias digitales debido a las exigencias por parte de la sociedad del conocimiento y el campo laboral dentro de la cultura digital. La Comisión Europea define a la competencia digital como el uso seguro y crítico de las tecnologías de la sociedad de la información para el trabajo, el ocio y la comunicación. El desarrollo de ésta se soporta en las competencias básicas de las tecnologías de la información, por ejemplo, el uso de ordenadores para obtener, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información, así como comunicarse y ser partícipe en redes de colaboración a través del internet (Instituto de Tecnologías Educativas y Departamento de Proyectos Europeos, 2011).

De la misma forma, se puede definir a las competencias digitales como la combinación de conocimientos, habilidades, capacidades, valores y actitudes para alcanzar objetivos con eficacia y eficiencia en contextos y con herramientas digitales; se consideran cinco dimensiones para el desarrollo de éstas: 1. Dimensión del aprendizaje, que consiste en la transformación de la información en conocimiento y su adquisición, 2. Dimensión informacional, a través de la obtención, evaluación y tratamiento de la información dentro de los espacios digitales, 3. Dimensión comunicativa, enfocada en la comunicación interpersonal y social, adquisición y dominio de destrezas con la finalidad de usar las herramientas tecnológicas en áreas sociales, personales y culturales, 4. Dimensión de la cultura digital, se centra en las prácticas sociales y culturales de la sociedad del conocimiento, consiste en la preparación para el mundo virtual con el objetivo de formar personas críticas, 5. Dimensión tecnológica, implica el conocimiento y dominio de entornos digitales y la alfabetización digital (Santillán Aldana, 2011 citado en Cortés, Orozco, Rodríguez y Luna, 2013).

Otro de los autores que estudia y explica las competencias digitales es Jordi Adell (2013), su propuesta define a las competencias digitales dentro de las competencias básicas para el alumno y la desglosa de la siguiente manera.

1. Competencia informacional: Consiste en saber plantear un problema de información, buscar, acceder, gestionar, organizar, crear y difundir la información.
2. Competencia informática: Se refiere al conocimiento sobre el manejo de las herramientas y dispositivos electrónicos.
3. Alfabetizaciones múltiples: Tener la competencia en los múltiples lenguajes dentro de los escenarios digitales.
4. Competencia cognitiva genérica: Capacidad de selección de información, jerarquizarla.
5. Ciudadanía digital: Competencias para ser parte de una dinámica de real y virtual.

Finalmente se retoma la postura de Manuel Área Moreira que distingue 4 dimensiones que definen una competencia digital (Moreira, 2009).

1. Dimensión instrumental: Se refiere al dominio técnico e instrumental de cada tecnología; el conocimiento práctico para el uso de hardware y software.
2. Dimensión Cognitiva: Centrada en la adquisición de conocimientos y habilidades específicos para buscar, seleccionar, analizar, comprender la información a la que se accede a través de internet.
3. Dimensión Axiológica: Toma de consciencia sobre el papel de las tecnologías de la información y comunicación en la incidencia en el entorno cultural, político y social; así como la adquisición de valores y criterios éticos para el uso de la información y la tecnología.
4. Dimensión actitudinal: Desarrollo de conjunto de actitudes hacia la tecnología para mantener una visión neutral.

Son diferentes las dimensiones con las que los autores explican los componentes de las competencias digitales, sin embargo, se coincide en ejes temáticos o estructurales en los tres casos. Se considera la parte técnica, referente al conocimiento sobre el manejo del aparato tecnológico y sus programas; el eje cognitivo referente a la capacidad del uso y manejo de la información que existe en internet; por último, la parte social o cultural como elemento importante para generar consciencia sobre la dinámica social de la cibercultura.

### **3.3 UN ENFOQUE EDUCATIVO PARA LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO**

Con base en lo anterior, retomando las características de una sociedad del conocimiento y la información, la dinámica generada por el uso de las tecnologías y la noción de una educación basada en competencias, podemos afirmar que la socioformación es una propuesta educativa encaminada a cubrir con las necesidades de la nueva sociedad.

#### **3.3.1 ANTECEDENTES**

La socioformación es un enfoque educativo que busca enfrentar los retos del desarrollo y formación de los estudiantes dentro de la sociedad del conocimiento, un escenario que demanda personas mejor preparadas para enfrentar dificultades y oportunidades que se les presenten en su contexto próximo. Bajo esa finalidad, la socioformación surge en el año 2002 a través de los estudios del Dr. Sergio Tobón, en los que se propone un enfoque que retome el espíritu humanista, basado en el pensamiento complejo y viendo al individuo como un agente capaz de abordar problemas reales dentro de su sociedad. La socioformación se enfoca en resolver necesidades, dificultades o vacíos en el entorno próximo del estudiante, por lo que visualiza al docente como un mediador del conocimiento que encamine a los alumnos a desarrollar consciencia de su realidad para generar cambios significativos y nuevos conocimientos (Hernández, Guerrero y Tobón, 2015). La educación es la oportunidad para acercarse a una sociedad del conocimiento, la información juega un papel fundamental para la construcción de nuevos escenarios; el reto consiste en tener una reflexión y un análisis de manera estratégica, por ello el docente debe motivar a realizar este proceso (Tobón, 2007).

### **3.3.2 LA SOCIOFORMACIÓN, UNA PROPUESTA EDUCATIVA PARA EL NUEVO ESCENARIO**

Para la socioformación, las competencias son actuaciones integrales ante actividades y problemas del contexto, busca motivar a los estudiantes a la resolución de problemas bajo el saber ser, el saber hacer y el saber conocer desde una perspectiva de mejora continua. El enfoque se centra en la interpretación, argumentación y resolución de problemas actuales, de esta forma los estudiantes desarrollan la capacidad de afrontar los retos personales y del contexto próximo; realiza un énfasis en la formación del compromiso ético y la responsabilidad del medio ambiente (Tobón et al., 2010).

La socioformación centra la educación en una formación integral para el alumno, a partir del proyecto ético de vida, hace énfasis a los fenómenos sociales, organizacionales y comunitarios. Propone abordar los problemas bajo un enfoque transversal y considera el aprendizaje como un proceso hacia el logro de metas personales, sociales y ambientales. El alumno resuelve problemas significativos de su entorno a través de la gestión y el saber a partir de diferentes fuentes de conocimiento. El proyecto ético de vida consiste en la realización personal, el desarrollo social y la sustentabilidad ambiental a través de acciones específicas de valoración y evaluación continua. Incluye valores importantes como la responsabilidad, el respeto, la honestidad, equidad, solidaridad, humildad y proyección de vida (Tobón, 2015).

Otro de los objetivos a desarrollar a través del enfoque socioformativo es el emprendimiento en los alumnos, no sólo la propuesta inicial sino el proceso de seguimiento a los proyectos innovadores que surjan en clase. El trabajo colaborativo es un elemento que aporta al enfoque, se refiere al proceso en el que un grupo de personas logran una meta en común a través de la implementación, articulación y complementación de los saberes y competencias con la finalidad de lograr un mayor impacto del proyecto individual. Los procesos que propone el enfoque reciben una evaluación continua mediante la autoevaluación y la coevaluación (Tobón, 2017b).

### 3.3.3 ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA DE LA SOCIOFORMACIÓN

El enfoque socioformativo busca el desarrollo del pensamiento complejo en el estudiante a través de cinco ejes principales: 1. La resolución de los problemas del contexto considerando los diferentes elementos que influyen y su relación. 2. Análisis conceptual. 3. Análisis crítico. 4. Análisis sistémico de los problemas y procesos. 5. Creatividad para generar nuevas soluciones ante los problemas. A su vez, la socioformación propone las siguientes estrategias para cumplir con el objetivo. 1. Trabajar con base en proyectos enfocados en la resolución de problemas del contexto y que se puedan identificar las diferentes posturas. 2. Articular en los proyectos de trabajo, saberes de diferentes disciplinas. 3. Afrontar retos del contexto que exijan el desarrollo de valores. 4. Implementar acciones que contribuyan a mejorar el nivel de calidad de vida buscando la pertinencia del conocimiento (Tobón, 2015).

Otra de las estrategias de la socioformación es la cartografía conceptual. Proceso en el que se busca que los alumnos aprendan a gestionar la información para construir conocimiento alrededor de un concepto o teoría. Se lleva a cabo a través de un análisis de la misma información y definiendo los siguientes puntos (Tobón, 2012).

1. Análisis conceptual: En esta etapa el estudiante realiza el análisis del concepto o teoría. Como primer paso lo lleva a cabo desde sus conocimientos previos, respondiendo ¿Qué sé sobre lo que voy a analizar? Y después realizando una investigación documental del tema. Como guía para esta etapa se recomienda seguir los siguientes ejes:
  - a. Eje de la ejemplificación: el estudiante describe uno o varios ejemplos del tema a definir.
  - b. Eje nocional: Se busca la definición del concepto desde su parte etimológica.
  - c. Eje categorial: Se incluye el concepto en una clase general con la finalidad de visualizar éste dentro de un todo.
  - d. Eje de caracterización: Se describen las características esenciales que le brindan identidad al concepto.

- e. Eje de diferenciación: El alumno menciona otros conceptos diferentes al concepto estudiado y marca esas diferencias.
  - f. Eje de subdivisión: Se mencionan las clases en las que se divide el concepto estudiado.
  - g. Eje de la vinculación: Se buscan vínculos posibles con otras teorías, líneas de investigación y disciplinas.
  - h. Eje de metodología: Se describen los principales puntos metodológicos de la teoría con la finalidad de conocer la aplicación en el contexto próximo para la resolución de problemas.
2. Síntesis Gráfica: Proceso en el que el estudiante trabaja de forma visual, elaborando mapas mentales; se busca una imagen o ícono que represente de mejor forma el concepto o teoría que se está analizando y se coloca al centro del mapa, a través de conceptos o palabras se realiza una síntesis de toda la información.
  3. Establecimiento de relaciones entre componentes y ejes: Se busca que el estudiante realice las relaciones entre los ejes con los que ya se trabajaron para el análisis del concepto o teoría.
  4. Explicación oral o textual de cada eje: El estudiante explica el análisis elaborado del concepto o teoría a través de un escrito o exposición (Tobón, 2012).

Para el enfoque socioformativo el aprendizaje se aborda como formación. Se considera como un proceso colaborativo de resolución de problemas, posibilita la realización individual, la convivencia, el desarrollo socioeconómico y la sustentabilidad ambiental. Para que la formación se lleve a cabo se requiere de la identificación, interpretación, argumentación y resolución de los problemas del contexto, se deben articular saberes de diversas áreas y de manera flexible para abordarlos. La evaluación se realiza a través del registro del desempeño de los estudiantes ante el problema del contexto (Nambo y Vázquez, 2015).

### 3.3.4 EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS

En cuanto a la evaluación, la socioformación propone centrarse en la actuación ante problemas del contexto. La evaluación se identifica a través de la colaboración y trabajo en equipo para desarrollar el talento de cada alumno. Es un proceso de apoyo y retroalimentación de forma continua, con la finalidad de formar seres humanos con autonomía y emprendimiento para el trabajo en colaboración y con ello poder generar un cambio en la realidad. Para llevar a cabo la evaluación en el enfoque socioformativo se parte del pensamiento complejo, que es un método en el que se busca la construcción y gestión del conocimiento en tejido, relacionando las partes entre sí y considerando la posibilidad de cambio de los procesos. La evaluación busca abordar la actuación integral y no la fragmentación de los saberes (Tobón, 2017a).

La socioformación se centra en una formación integral considerando a las personas como seres en proceso de realización y que tienen un compromiso con la sociedad en la que viven en el entorno en el que habitan. Se enfoca completamente a la manera de resolver un problema real y no en teorizar sobre estos, por lo que su principal contribución es el conjunto de estrategias de formación, proyectos formativos y la cartografía conceptual. Aunque en todos los enfoques que mencionamos se consideran los retos sociales para el desarrollo del aprendizaje, la socioformación se destaca por la búsqueda a una contribución a la mejora de la sociedad, por lo que la formación se vuelve un proceso tanto individual como social. Se orienta a que los alumnos identifiquen, interpreten, argumenten y resuelvan problemas mediante la articulación de saberes académicos y no académicos.

### **3.4 FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN, PASADO Y PRESENTE**

#### **3.4.1 HISTORIA DEL DESARROLLO DEL PERFIL PROFESIONAL**

Desde los inicios de la carrera de comunicación, el perfil profesional ha sufrido transformaciones con la finalidad de adaptarlo de mejor forma a las exigencias del contexto. Existen perfiles formativos tradicionales en la comunicación institucional que propone Raúl Fuentes Navarro (citado en Cárdenas, 2017). El primer perfil se nombra “mediático”. Se desarrolló con base en los modelos lineales de la comunicación y la lógica de la cultura de masas, se da a la par del crecimiento de las industrias de la radio y de la televisión. Este perfil se centra en las habilidades de saber leer, escribir, “hablar bien” como principales competencias. El segundo perfil es el “humanista” y busca un diálogo entre la filosofía, literatura e historia para desarrollar el interés y la sensibilidad de la comunicación colectiva y social y las implicaciones que tiene el buen uso de los medios de comunicación, así como su contenido. El tercer perfil es el “científico-social” en el que la producción de conocimiento básico es un objetivo importante para el desempeño de la labor profesional del comunicador. Se puede agregar un cuarto perfil tomando en cuenta los estudios sobre el diseño curricular que elaboró Jesús Martín Barbero en el que se considera al profesionista de la comunicación como un “mediador socio-cultural” con una responsabilidad de gestor cultural para todas las actividades de esa área (Cárdenas, 2017).

Jesús Martín Barbero (1995), menciona que en América Latina las Escuelas de Comunicación han pasado por distintas etapas: a) Las escuelas de periodismo de los 60, b) Las escuelas de comunicación de los 70 y principios de los 80 y c). Las escuelas de comunicación de mediados de los 80 y 90 (Martínez, 2003).

- a. Las escuelas de periodismo de los 60: en la primera etapa las escuelas de comunicación estaban basadas en una concepción pragmática, predominó el aprendizaje de herramientas para hacer cosas, se tenía la idea de la comunicación como un transporte de información de emisor a receptor.

- b. Las escuelas de comunicación de los 70 y principios de los 80: Etapa en la que se vivió el auge de la comunicación, en este periodo se dio inicio propiamente a las escuelas de comunicación, hubo un aumento en número y capacidad de éstas. Se dio importancia a la parte científica a través de un modelo pedagógico racionalista, los comunicadores egresaban con conocimientos de teorías sociales.
- c. Las escuelas de comunicación de mediados de los 80 y 90: Tercer etapa en la que las escuelas socialmente se consolidan y expanden, además de que los estudios se especializan y tecnifican. Se lleva al máximo la fragmentación de los saberes y las disciplinas, se buscaba formar comunicadores especialistas y técnicos con base a los requerimientos del mercado.

Jesús Martín Barbero (2011) expone los saberes indispensables que un profesionalista de la comunicación debe poseer. En debate se enfoca en los saberes y prácticas tecnológicas, la importancia de la información y las habilidades que se requieren para su acceso y comprensión son la base actual del perfil. El comunicólogo debe de poseer elementos que lo encaminen a una reflexión teórica e investigativa con la finalidad de articular los conceptos e ideas y generar un producto comunicativo, sin darle mayor importancia y prioridad a la parte tecnológica. El autor propone cuatro mediaciones para desarrollar el pensamiento de reflexión: 1. Las estructuras de poder, para comprender la relación entre el proceso de comunicación y la sociedad. 2. Las lógicas de producción, principalmente dos, la rentabilidad del capital y la del proceso industrial. 3. Las dinámicas culturales y 4. Las gramáticas discursivas, referentes a las estrategias comunicativas, saberes narrativos, hábitos y técnicas expresivas (Martín Barbero, 2011).

En la era de la globalización, la comunicación y la información son clave para un nuevo modelo de sociedad, de ahí la importancia del estudio de la comunicación en los nuevos escenarios. Estamos bajo una dinámica diferente en la que un nuevo modo de producir

origina un nuevo modo de comunicar, se requiere pensar el lugar estratégico de la disciplina en la configuración de estos modelos de sociedad (Martín Barbero, 2014).

### **3.4.2 EL PERFIL PROFESIONAL DEL COMUNICÓLOGO EN LA ACTUALIDAD**

El cambio tecnológico demanda nuevos sentidos y definiciones con respecto al profesional de la comunicación y a la forma de articular las competencias y habilidades en entornos sociales, laborales y profesionales. Hoy en día las profesiones se encuentran interconectadas por la posibilidad de compartir lógicas de generación de valor en las actividades encaminadas a la producción de lenguajes hipermediáticos. Anteriormente la tendencia era a la sobre especialización, sin embargo, nos encontramos ante nuevos saberes y configuraciones de éstos. Carlos Scolari (2009) hace un acercamiento a la definición de figuras profesionales como base para el nuevo profesional de la comunicación. No sólo es la transformación de los perfiles sino también la desaparición de actividades tradicionales como el corrector, el fotomecánico de la prensa o algunos otros que han sido remplazados por perfiles como el periodista *multitasking*, el *community manager* entre otros. Existe una redimensión del trabajo del comunicador y se suman otras responsabilidades que implican nuevos saberes, habilidades y actitudes (Cárdenas, 2017).

Diferentes autores han realizado un listado sobre las responsabilidades laborales derivadas de las nuevas tecnologías, se puede observar que existen actividades en las que se presentan cruces y relaciones que no coinciden con las disciplinas o espacios tradicionales que anteriormente se definían. Las nuevas tecnologías dan soporte a los espacios en los que se llevan a cabo estas articulaciones desde tres áreas: 1. La vinculada a redes, telecomunicaciones, circuitos, aspectos de telefonía y transmisión de voz, imagen y datos, 2. La parte computacional y sus subáreas y 3. La dimensión comunicativa, social y cultural; generación de contenido, usos sociales específicos en las organizaciones tanto públicas como privadas. El listado sólo es una primera indicación, primer acercamiento para repensar los perfiles en comunicación (Ensink, 2013; Mela, 2011; Ribó 2015 citado en Cárdenas, 2017).

1. Analista de la *web*: Profesional que genera estadísticas sobre los productos digitales, con la finalidad de posicionarlo, definir la audiencia y partida de datos. Desarrolla tecnologías de análisis para recoger datos de las métricas de las diferentes plataformas.
2. Especialista en *Big Data*: Profesionista que usa los datos de las empresas para tomar medidas encaminadas al área económica.
3. *Ethical hacker*: Se encarga de identificar la vulnerabilidad del sistema tecnológico, cuenta con conocimientos de seguridad e inseguridad de diferentes plataformas y aplicaciones.
4. Desarrollador de aplicaciones móviles: Se encargan de la generación de nuevas aplicaciones para smartphone para resolver problemas específicos.
5. Diseñador *Web*: Profesionista que requiere de conocimientos básicos de diseño, elementos creativos y de comunicación para que las páginas de internet se puedan ajustar a las necesidades de sus usuarios.
6. Especialista en protección de datos: Todo lo relacionado con los derechos y protección de datos, seguridad y privacidad.
7. Ingeniero en contenidos online: Se encarga de planificar, gestionar, dar mantenimiento a redes, así como sus aplicaciones.
8. Profesional de Metadatos: Es un especialista en gestión de información, trata de material y describe en forma y contenido los documentos para facilitar su búsqueda y consulta.
9. SEM (*Search Engine Machine*): Elabora campañas con apoyo de los buscadores en Internet, busca generar tráfico orgánico, lograr visitas a enlaces patrocinados, optimiza la lista de palabras clave para generar anuncios.
10. Bloguero: Enunciador de la práctica comunicativa, existe una nueva modalidad audiovisual.
11. *Content Manager*: Responsable de todos los contenidos digitales.
12. *Copy*: Redactor creativo que busca la mejor forma para que un texto pueda posicionarse.

13. Curador de contenidos: Organiza contenidos sobre temas específicos, busca los mejores contenidos e información desde la red.
14. Gestor de contenidos: Editor web que organiza los contenidos con base a una determinada línea.
15. Mercadólogo Digital: Especialista en la promoción de bienes y servicios a partir de los nuevos medios.
16. *Social Media Manager*: Responsable de crear y desarrollar la imagen de la marca en las redes sociales, la estrategia de publicidad en redes y delimitar los objetivos a alcanzar (Cárdenas, 2017).

El campo laboral de la comunicación está en constante transformación por el uso de las tecnologías de la información, las actividades que actualmente desarrollan los profesionistas de la comunicación están basadas en los conocimientos y habilidades del proceso comunicativo, sin embargo, el reto es llevar el mensaje a nuevos canales como son las plataformas digitales o las redes sociodigitales, esto orilla a los comunicólogos a desarrollar dentro del campo laboral las competencias necesarias para cumplir con el objetivo y sus actividades diarias. Los profesionistas han buscado formas de aprendizaje no formal basadas en la intuición, en la experiencia y en necesidades que se les presentan día a día, estas nuevas maneras de adquirir los conocimientos y habilidades nos lleva a replantear la idea de una educación formal y una preparación universitaria; abriendo así, la posibilidad de nuevos enfoques y metodologías educativas como la socioformación.

Las exigencias de la sociedad del conocimiento y de la información, así como las nuevas dinámicas posibles de aprendizaje nos orillan a considerar nuevas formas de aprendizaje. Bajo la clasificación de competencias, podemos concluir que la manera de cubrir lo que los empleadores solicitan en el campo laboral se desarrolla principalmente con ayuda de las competencias genéricas. El reto para las instituciones educativas es enfocarse en el desarrollo de ésta desde la universidad y no hasta el momento de egresar. La socioformación es una propuesta educativa pensada en cubrir con la demanda de la sociedad del conocimiento, incentiva a comprender la nueva lógica, dinámica social, económica y nuevos

aprendizajes para que la formación profesional se brinde de una manera integral, considerando las competencias genéricas y encaminando al estudiante al desarrollo de actitudes, valores que lo lleven a ser más competente al momento de egresar.

Dirección General de Bibliotecas UAQ

## CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se presenta el diseño metodológico elaborado para llevar a cabo el análisis del proceso de adquisición de competencias digitales en los profesionistas de la comunicación. Para el desarrollo de la investigación se toman en cuenta cuatro dimensiones principales, basadas en las preguntas y objetivos. En cada dimensión se presentan resultados específicos, a continuación, se muestra la dimensión y el tipo de información que se obtiene en la recolección de datos.

<b>DIMENSIONES DEL ESTUDIO</b>			
<b>Nuevo Escenario La sociedad del conocimiento</b>	<b>Competencias Profesionales</b>	<b>Enfoques Educativos</b>	<b>Perfil del comunicólogo</b>
¿Cuáles son las características de la sociedad del conocimiento y cómo esta dinámica impacta en lo laboral?	¿Qué competencias profesionales y cuáles competencias digitales se requieren en el área de la comunicación dentro del nuevo escenario?	¿De qué forma se pueden adquirir las competencias digitales desde la socioformación?	¿Qué competencias digitales exige el campo laboral actual en comunicación?

Las dimensiones que guían a la investigación sirven como base para el diseño de las categorías de análisis e indicadores, de esta forma se guía el proceso de recolección de datos mediante la aplicación de cada instrumento. La siguiente tabla muestra el trabajo de elaboración de los instrumentos con base a las categorías de análisis y las dimensiones del estudio.

**Objetivo General:** Analizar el proceso de adquisición de competencias digitales del profesionista de la carrera de comunicación desde la socioformación, con la finalidad de aportar elementos para disminuir la brecha entre las competencias de egreso y las que el campo laboral requiere.

OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	DIMENSIÓN	CATEGORÍA	OPERACIONALIZAR	INDICADORES	INSTRUMENTO	INFORMANTES
Describir las competencias digitales que los empleadores exigen a los profesionistas de la comunicación dentro del marco de la cultura digital.	Perfil del comunicólogo	Profesionistas de la comunicación	Egresados de carreras de comunicación, graduados anterior al 2016 que desempeñen un rol laboral dentro de las áreas de: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Periodismo</li> <li>- Organizacional</li> <li>- Com Digital</li> <li>- Com Social</li> </ul>	Edad, Universidad de egreso, Año de egreso, Campo laboral en el que se desempeñan actualmente (periodismo, comunicación organizacional, comunicación digital, comunicación social), Rol /puesto laboral actual, Sitio de trabajo, Antigüedad en el puesto,	Entrevista en profundidad	Egresados de la carrera de comunicación

	Nuevo Escenario	<p>La sociedad del conocimiento</p>	<p>Noción de la sociedad del conocimiento por parte del informante.</p> <p>Valor del conocimiento por parte del campo laboral según el informante.</p> <p>Autoevaluación frente a las exigencias de la sociedad del conocimiento.</p>	<p>1. Cuando escuchan el concepto “Sociedad del conocimiento” ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente? ¿Qué imaginan que es?</p> <p>2. ¿Consideran que los espacios de trabajo, especialmente el área de comunicación, han sufrido modificaciones o transformaciones del momento en que egresaron de la carrera y se insertaron al campo laboral a la actualidad? ¿Cuáles son esas modificaciones? ¿En qué aspectos?</p>	Focus Group	Egresados de la carrera de comunicación
--	-----------------	-------------------------------------	---	---	-------------	---

				<p>(En caso que no se mencione la tecnología)</p> <p>3. ¿De qué forma creen que la tecnología ha modificado los espacios laborales del área de comunicación?</p> <p>4. En alguna ocasión ¿Se han enfrentado o les han solicitado alguna actividad en sus espacios laborales que les exija conocimientos nuevos o formas de desempeñarse, diferentes a los adquiridos en la universidad?</p> <p>5. ¿Cómo consideran que es su preparación</p>	
--	--	--	--	--	--

				<p>profesional ante los cambios actuales en el campo laboral?          ¿La consideran suficiente o creen que necesitan especializarse o prepararse más?</p>		
	Perfil profesional		Competencias Digitales (Conocimientos, habilidades,	1. ¿Cuáles son las actividades que	Entrevista en profundidad	Empleadores

			<p>capacidades en conjunción con valores y actitudes para alcanzar objetivos con eficacia y eficiencia en contextos y herramientas digitales).</p> <p><u>1. Parte técnica - instrumental.</u> (Uso de dispositivos tecnológicos para acceder a información)</p> <p><u>2. Eje Cognitivo</u> (Capacidad del uso y manejo de la información).</p> <p><u>3. Eje social o cultural</u> (Comprender las dinámicas sociales por la relación con la tecnología).</p>	<p>desarrolla el área de comunicación?</p> <p>2. ¿El área de comunicación hace uso de la tecnología para llevar a cabo sus tareas laborales?</p> <p>3. ¿Considera importante el uso de la tecnología para desarrollar las funciones del área de comunicación?</p> <p>4. ¿Considera que su uso ayuda a lograr un mejor desempeño al realizar las actividades?</p> <p>5. Los trabajadores del área de comunicación, ¿Tienen alguna capacitación,</p>	Observación	
--	--	--	--	--	-------------	--

				<p>certificación o actualización en el uso de la tecnología?</p> <p>6. ¿Cuál es el principal problema al que se han enfrentado los trabajadores del área de comunicación al desempeñar su trabajo con ayuda de la tecnología?</p> <p>7. ¿Qué hacen ustedes para resolver ese problema? ¿Y los trabajadores?</p> <p>8. ¿Cuáles son las características en el perfil profesional que buscan al contratar a un profesional de la comunicación?</p> <p>9. ¿Qué competencia</p>		
--	--	--	--	--	--	--

				s digitales requiere tener el profesionista para desarrollar las actividades en esta empresa?		
				<p>1. ¿Utilizas dispositivos tecnológicos para desarrollar tus actividades laborales? Si/No ¿Cuáles?</p> <p>2. ¿Cuál es la razón por la que utilizas esos dispositivos tecnológicos para desempeñar tus actividades laborales?</p> <p>3. ¿Consideras que el conocimiento que posees sobre el uso de los dispositivos es suficiente</p>	<p>Entrevista en profundidad</p> <p>Focus group</p>	Egresados de la carrera de comunicación

				<p>para desarrollar las actividades?</p> <p>4. ¿Antes de entrar a laborar a este sitio usabas estos dispositivos o herramientas digitales? ¿En qué momento? ¿De qué forma?</p> <p>5. ¿Consideras que existe algún cambio, positivo o negativo al usar los dispositivos en tus actividades laborales? ¿Por qué?</p> <p>6. Desde tu punto de vista, ¿Cuáles han sido las modificaciones en las actividades de los profesionales de la</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				comunicación por/a partir del uso de la tecnología en los espacios de trabajo?		
Identificar la forma en que los profesionistas de la comunicación adquieren las competencias digitales dentro del campo laboral para enfrentar las transformaciones de la cultura digital.	Cultura Digital	Relación de la tecnología con las actividades diarias	<p>Aplicación del conocimiento al trabajo del profesionista de la comunicación.</p> <p>Aplicación del saber hacer al trabajo diario por parte del profesionista de la comunicación.</p> <p>Aplicación de las actitudes y valores al trabajo del profesionista de la comunicación.</p>	<p>1. ¿Habías tenido la oportunidad de desempeñarte en el campo laboral de la comunicación antes de egresar de la universidad ?</p> <p>2. ¿Cuál fue tu experiencia al entrar al campo laboral?</p> <p>3. ¿Qué conocimientos y habilidades que adquiriste en la universidad consideras que más te han ayudado a desempeñar tus actividades</p>	Entrevista en profundidad	Egresados de la carrera de comunicación.

				<p>laborales actualmente ?          (Tener presente que identifiquen conocimientos y habilidades ... si no, insistir)          4.          ¿Consideras que tienes facilidad en el uso y manejo de dispositivos tecnológicos ? ¿Por qué?</p>		
COMPETENCIAS PROFESIONALES	Competencias Digitales	<p>Adquisición de conocimiento, habilidades, actitudes y valores en el desempeño laboral del informante.</p> <p>Aprendizaje personalizado          Aprendizaje cooperativo          Experiencia          Escenario Formal          Escenario Informal</p>	<p>1. ¿Cómo aprendiste a usar estos dispositivos ?          2. ¿Cuál ha sido tu principal problema con el uso de la tecnología en el ámbito laboral?          3. ¿Qué hiciste para resolverlo?          4.          ¿Consideras importante la capacitación constante en</p>	<p>Entrevista en profundidad semiestructurada</p> <p>Focus Group</p>	Egresados de la carrera de comunicación	

			<p>el uso de la tecnología en los espacios laborales?          ¿La tienes?          ¿Qué tan frecuentemente?</p>		
<p>COMPETENCIAS PROFESIONALES</p>	<p>Brecha Universidad-Campo laboral</p>	<p>Competencias requeridas en el campo laboral que no se adquirieron en la universidad.</p> <p>Procesamiento de la información. Conocimiento, habilidades, actitudes y valores.</p>	<p>1. Con relación a las exigencias actuales en el campo laboral.          ¿Cómo consideras que fue tu formación profesional dentro de la universidad ? ¿Qué hizo falta?</p> <p>2. De las materias y preparación formal que obtuviste en la universidad. ¿Cuáles son las áreas de conocimientos que consideras más importantes y útiles actualmente ?</p>	<p>Entrevista en profundidad</p> <p>Focus group</p>	

				<p>3. ¿Qué área de la carrera es la que más has desarrollado en tu puesto laboral actual?</p> <p>4. ¿Consideras que existe un cambio en el perfil actual del comunicólogo? (En el momento en que egresas a la fecha)</p> <p>5. Si pudieras mencionar las características que exige el mundo laboral actual a un profesional de la comunicación ¿Cuáles serían?</p> <p>6. ¿Cuentas con esas exigencias? De ser así, ¿De qué manera las adquiriste?</p>		
--	--	--	--	---	--	--

				Si no, ¿cuáles te hacen falta?  7. ¿Qué recomendación le darías a los próximos/futuros profesionales de la comunicación para entrar al mundo laboral?		
3. Aplicar desde el enfoque de la socioformación una propuesta para disminuir la brecha entre	Enfoque Educativo	Enfoque Socioformación	Niveles de dominio  1. Inicial/Receptivo 2. Resolutivo 3. Autónomo 4. Estratégico	arte operativa sistencia de las personas estión de objetos atividad e ovación mpacto en la (lidad)	Observación  Entrevista en profundidad	Egresados de la carrera de comunicación

## **4.1 DISEÑO METODOLÓGICO**

### **4.1.1 ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN**

El objetivo principal de la investigación es analizar el proceso de adquisición de competencias digitales del profesionista de la comunicación, por lo que se realiza desde un enfoque cualitativo pues se busca describir, comprender e interpretar el fenómeno de estudio. Dicho enfoque se centra en las percepciones y los significados producidos por las experiencias de los informantes o participantes con la finalidad de comprender a la persona, el fenómeno y el contexto en el que se encuentra (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2010).

### **4.1.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

El alcance de la investigación cualitativa nos guía y especifica hasta dónde se podrá llegar con el proceso. Los tipos de alcance para este enfoque son: 1. Descriptiva o Exploratoria, 2. Explicativa y 3. Prospectiva (Orozco y González, 2012). Con base en la clasificación de los autores cualitativos, el alcance del presente estudio es de tipo descriptivo-exploratorio, ya que busca especificar las propiedades y características del fenómeno de estudio, así como, detallar cómo es y cómo se manifiesta éste en un contexto dado. Así mismo se interesa por medir y recoger información sobre el objeto a investigar, en este caso, la forma en que se lleva a cabo la adquisición de las competencias digitales de los profesionistas de la comunicación en el marco de la sociedad del conocimiento y la cultura digital.

### **4.1.3 MUESTRA**

Dentro del enfoque cualitativo la muestra se define bajo criterios diferentes a lo que sería una investigación cuantitativa. En este caso, el muestreo se realiza bajo un método no probabilístico, se dirige a buscar unidades de estudio o de análisis que se encuentren dentro

del campo a investigar. El número de casos o unidades se propone a través de la saturación de las categorías, la naturaleza y el entendimiento del fenómeno objetivo o con base a la capacidad de recolección y análisis de los datos (Hernández Sampieri et al., 2010).

Existen diferentes tipos de muestra cualitativa, sin embargo, el estudio del presente proyecto se realiza bajo los tipos de muestra “casos-tipo”, debido a que los participantes de la unidad de estudio cuentan con características en común como el perfil profesional, la ciudad en la que llevaron a cabo su formación profesional de licenciatura y los campos laborales en los que se encuentran desempeñándose. Lo anterior con el objetivo de poder profundizar en la forma en que los profesionistas de la comunicación adquieren las competencias digitales dentro de los espacios laborales. También podemos referirnos a una muestra tipo “homogénea”, pensando en que la selección de los participantes se basará en las características específicas del perfil profesional (Hernández Sampieri et al., 2010).

#### **4.1.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Las técnicas de investigación permiten la obtención de la información que se busca para el desarrollo del estudio. Para el proceso de recolección de datos del presente proyecto, se diseñaron cuatro instrumentos bajo las técnicas de observación no participante, entrevista en profundidad semiestructurada y grupo de enfoque.

##### **4.1.4.1 OBSERVACIÓN**

La observación es una técnica de investigación de naturaleza cualitativa pues implica adentrarse en profundidad a situaciones sociales, con la finalidad de explorar el ambiente o contexto, se busca describir las actividades, las personas y los elementos que interactúan dentro del espacio. Está enfocada en comprender los procesos y los vínculos que se generan entre las personas y sus situaciones o circunstancias. Existen diferentes tipos de observación: no participante, participación pasiva, participación moderada, participación activa y

participación completa (Hernández Sampieri et al., 2010). Para el desarrollo de la investigación, se propone una observación no participante, pensando en que la investigadora puede acudir a los diferentes espacios de trabajo a observar, sin necesidad de involucrarse con las actividades, los participantes o las tareas laborales que desempeñan en su área. Se diseñó una ficha de observación con la finalidad de contar con una guía para esta actividad.

#### **4.1.4.2 ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

La entrevista es una técnica de investigación cualitativa que consiste en realizar una serie de preguntas extensas a los participantes del estudio; a través de esta dinámica se logra una comunicación y construcción conjunta de significados respecto a un tema. Las entrevistas se pueden dividir en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas (Janesick, 1998 citado en Hernández Sampieri et al., 2010). La entrevista que se diseñó para este estudio es semiestructurada, se cuenta con preguntas base que corresponden a un tema definido; el investigador cuenta con la libertad de introducir preguntas adicionales con la finalidad de profundizar, afinar o precisar conceptos para obtener más información sobre el tema deseado (Hernández Sampieri et al., 2010).

#### **4.1.4.3 GRUPO DE ENFOQUE**

Con la finalidad de profundizar sobre las experiencias y perspectivas de los participantes del estudio, se diseñó una guía temática para llevar a cabo un grupo de enfoque. En esta técnica de investigación los asistentes conversan en torno a uno o varios temas guiados por el moderador, el objetivo es que se genere una discusión e intercambio de puntos de vista para analizar la interacción e identificar la postura general sobre el fenómeno planteado (Hernández Sampieri et al., 2010).

El tamaño de los grupos de enfoque varía dependiendo del tema de estudio, de tres a cinco participantes cuando el tema expresa emociones profundas o temas complejos; de seis a diez personas cuando el fenómeno de estudio es sobre cuestiones más cotidianas. El formato

y naturaleza de la sesión depende del objetivo y las características, así como del planteamiento del problema (Creswell, 2005 citado en Hernández Sampieri et al., 2010).

#### **4.1.5 INSTRUMENTOS**

Se diseñaron cuatro instrumentos de recolección de datos con base a las técnicas de investigación planteadas con anterioridad. (ver anexo)

1. Ficha de observación no participante
2. Entrevista en profundidad semiestructurada a empleadores
3. Entrevista en profundidad semiestructurada a profesionistas de la comunicación
4. Guía de tópicos para grupo de enfoque

#### **4.2 PROCESO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

##### **4.2.1 RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para llevar a cabo la etapa de recolección de datos se realizó, como primer ejercicio, dos pruebas piloto para las entrevistas en profundidad dirigidas a los profesionistas de la comunicación y a los empleadores, una prueba piloto de grupo de enfoque y dos pruebas piloto para la guía de observación no participante. Lo anterior con la finalidad de definir los instrumentos y aumentar la validez al momento de aplicarlos.

El trabajo de campo del proyecto de investigación se realizó en un periodo de mes y medio, la unidad de estudio está conformada por profesionistas de la comunicación. Los criterios para la selección de los informantes fueron dos principalmente. El primero, que hayan recibido su preparación universitaria en la ciudad de Querétaro. El segundo, que actualmente estuvieran desarrollando un rol dentro del campo laboral en áreas como: Comunicación Digital, Comunicación, Periodismo y Medios, Comunicación Social y Comunicación Organizacional; durante la recolección de datos se visualizó el área de Docencia en la que varios participantes del estudio ejercen la carrera, por lo cual se sumó a las áreas participantes del análisis.

Se aplicaron 7 entrevistas a diferentes empleadores con la intención de identificar las exigencias que el campo laboral solicita al profesionista de la comunicación. La unidad de estudio para empleadores se construyó bajo una muestra “por conveniencia” debido a la disponibilidad e interés de participación de los informantes, cabe mencionar que se lograron cubrir las cuatro áreas de la comunicación contempladas en la selección del campo laboral.

La entrevista en profundidad semiestructurada dirigida a los profesionistas de la comunicación se aplicó sin ningún problema al presentarse gran disposición por parte de los informantes, las entrevistas se realizaron de forma personal y presencial, con un total de 20 entrevistas aplicadas. Se observó una variación en la participación y forma de brindar la información por parte del profesionista, si el instrumento se aplicaba dentro o fuera del espacio de trabajo, por lo que se decidió dar cita al informante en un espacio que no implicara tener alguna relación con su área laboral, de esta forma, ellos se sentían más cómodos y con la posibilidad de platicar en mayor profundidad sus experiencias laborales y su sentir ante las dinámicas del campo laboral.

La unidad de análisis que corresponde a los profesionistas de la comunicación está conformada por informantes que poseen una formación profesional universitaria en la comunicación, se presentan algunas variantes en los títulos de las licenciaturas debido al nombre con el que se presenta el programa dentro de cada universidad. Los informantes son graduados antes del año 2017, se toma en cuenta a egresados de la Universidad Autónoma de Querétaro, la Universidad del Valle de México campus Querétaro, El Tecnológico de Monterrey campus Querétaro, Universidad Anáhuac campus Querétaro, Universidad Liceo y UNIVA. Para el estudio las variables de edad y género no fueron un criterio de selección.

El instrumento de observación no participante, se diseñó con la finalidad de medir las competencias profesionales y tener una referencia sobre éstas en cada informante, sin embargo, no se pudieron llevar a cabo debido a la poca disposición de los empleadores y la falta de posibilidades de acudir a más espacios de trabajo. Por lo anterior, sólo se aplicaron dos instrumentos de observación, sin arrojar datos relevantes en comparación a los datos que se recolectaron con las entrevistas en profundidad semiestructuradas. Para efecto de los

objetivos y preguntas de investigación planteadas, se tomó la decisión de dar mayor peso a la aplicación de las entrevistas ya que ayudan a cubrir de mejor forma las metas planteadas.

Se llevó a cabo un grupo de enfoque con una participación de 6 profesionistas de la comunicación. Los informantes son egresados de la Universidad Autónoma de Querétaro, Tecnológico de Monterrey campus Querétaro, Universidad Anáhuac y Universidad del Valle de México campus Querétaro. Actualmente se encuentran ejerciendo la carrera de comunicación. La sesión duró hora y media, fue moderada por el Lic. César Colunga lo cual permitió a la investigadora observar y realizar notas de campo durante la discusión del grupo, la dinámica fue favorable, la postura de cada uno de los participantes se mostró de forma ordenada, se indujo a la discusión, al diálogo y al intercambio de ideas que ayudaron a complementar la etapa de recolección de datos.

Tanto las entrevistas como el grupo de enfoque se documentaron a través de grabaciones de voz. El material de audio, la transcripción de cada instrumento, las notas de campo y los registros académicos se encuentran disponibles en Google Drive con acceso libre a través de la cuenta [tesisgarciaortiz10@gmail.com](mailto:tesisgarciaortiz10@gmail.com) con contraseña: quieroinvestigar, o a través del siguiente link [https://drive.google.com/open?id=1CWwhRz0sGtWP-Df9\\_CkgUH48ch9NrqlJ](https://drive.google.com/open?id=1CWwhRz0sGtWP-Df9_CkgUH48ch9NrqlJ), con la finalidad de permitir la consulta de cada instrumento aplicado por parte del lector.

La recolección de datos finalizó hasta lograr una saturación de categorías, en investigaciones cualitativas corresponde al tamaño de la muestra. La saturación teórica o de categorías consiste en afirmaciones que indican una generalización en la información obtenida dentro de la unidad de análisis. En el caso concreto de esta investigación, se realizaron un total de 25 entrevistas con la finalidad de contar con una variedad amplia de los matices sobre el fenómeno de estudio.

Para las investigaciones cualitativas es necesario desarrollar el criterio de suficiencia comparativa con la finalidad de identificar los datos más importantes. Este elemento se determina a través de la comparación, análisis e identificación de las diferencias de la información obtenida, el criterio básico de este proceso es la singularidad. El límite está dado

por la redundancia informativa sobre el fenómeno que se desea investigar o conocer, no se tiene un número definido, sino en la búsqueda de lograr una saturación teórica (Orozco y González, 2012).

#### 4.2.2 SISTEMATIZACIÓN DE LOS DATOS

Al ser una investigación cualitativa se llevó a cabo la sistematización de los datos a través de una codificación abierta. Proceso que consistió en abordar cada una de las entrevistas con el fin de identificar conceptos, ideas clave e información representativa para el fenómeno que se está estudiando. La codificación abierta, busca conceptualizar los significados del texto analizado con la finalidad de elaborar categorías que representen y expliquen el problema de investigación (Strauss y Corbin, 2002).

Como resultado de la etapa de codificación abierta se genera una lista de códigos que expone las ideas clave y los conceptos que representan de mejor forma la información obtenida en el trabajo de campo y que logra responder a los objetivos de la investigación. Como segunda etapa de la codificación abierta, las ideas son comparadas tomando en cuenta las propiedades, dimensiones y significados con respecto al fenómeno de estudio buscando obtener una clasificación denominada categoría (Flick, 2007). Como herramienta de trabajo para el proceso de codificación abierta se utilizó el software “*Atlas.ti*” con el fin de facilitar el manejo de toda la información obtenida durante la etapa de recolección de datos.

Para continuar con el análisis de datos se elaboró una codificación axial, método que consiste en identificar las relaciones entre categorías e indicadores obtenidos en la primera fase (codificación abierta), esta relación se determina con base en las dimensiones y propiedades de las categorías. En la codificación axial se ordenan las características de una categoría y sus dimensiones con la finalidad de identificar la variedad de condiciones, acciones y consecuencias asociadas al fenómeno de estudios. Para realizar la codificación axial se requiere de: acomodar las propiedades de una categoría y sus dimensiones, identificar la variedad de condiciones, acciones y consecuencias asociadas al fenómeno de estudio, relacionar una categoría con sus subcategorías y buscar elementos en los datos que nos

puedan indicar cómo se relacionan las categorías principales entre sí (Strauss y Corbin, 2002).

#### 4.2.2.1 CODIFICACIÓN ABIERTA

<b>CODIFICACIÓN ABIERTA ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A EMPLEADORES</b>			
<b>Etapa 01</b>		<b>Etapa 02</b>	
<b>Codificación Abierta</b>		<b>Subcategorías</b>	<b>Categorías</b>
Áreas	Comunicación Social Comunicación Digital Área Creativa Comunicación Educativa Comunicación Organizacional		
Actividades	-Desarrollar mensajes de comunicación. -Estrategias de comunicación, marketing y Relaciones públicas. - Definir mensajes y definir audiencias.	Elaborar procesos de comunicación, tipos de mensajes e impacto en audiencias.	Estrategias de comunicación publicitaria y posicionamiento de marca.
	-Difusión institucional. -Generar contenido y mensajes para agenda pública.	Estrategias de comunicación hacia el exterior.	Comunicación externa
	-Manejo de Redes Sociales -Construcción de contenidos digitales	Comunicación en espacios digitales.	Comunicación digital
	-Producción audiovisual para cursos en línea. -Diseño y planeación educativa. -Desarrollo de propuesta didáctica para cursos en línea.	Contenido y audiovisuales para plataformas educativas.	Comunicación para la educación digital

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitoreo y sistematización de información.</li> <li>- Construcción de contenidos periodísticos para medios tradicionales.</li> </ul>	Monitoreo, sistematización de información periodística.	Monitoreo, sistematización y análisis de información periodística.
¿Qué buscan los empleadores?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener una línea de mensaje.</li> <li>- Bases de comunicación muy necesarias.</li> <li>- Comunicación escrita y oral.</li> <li>- "Lo que busco como elemental es el manejo del lenguaje".</li> <li>- Articular ideas.</li> <li>- Transformar objetivos de la empresa en mensajes de comunicación.</li> <li>- Aquí reconocemos la importancia de aprender a comunicar y de construir contenidos para cualquier plataforma.</li> <li>- Es muy importante, la capacidad de poder identificar lo que es la comunicación.</li> <li>- El ejercicio de la escritura que te da la práctica cotidiana.</li> <li>- Más allá de las habilidades de diseño o de programación, el ejercicio fino de la comunicación es lo que buscamos aquí.</li> <li>- Puedes tener un video "bien hecho" pero si no supiste qué comunicar, no vale de nada.</li> </ul>	Conocimientos y habilidades de comunicación	Conocimientos y habilidades de comunicación
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Especialidad en un área.</li> <li>- Estudios complementarios.</li> <li>- Complementar las bases de la comunicación.</li> </ul>	Un profesionalista especializado en un área específica	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Disposición.</li> <li>-Adaptarse a la necesidad del mercado.</li> <li>-Una actitud de aprender.</li> <li>-Tienen que estar abiertos a investigar.</li> <li>-Tener iniciativa para buscar capacitación constante.</li> <li>- Tenía mucha actitud, conocimiento en lo digital y creatividad.</li> <li>-“Búscame gente que tenga chispa”. (energía, asertividad, buena actitud).</li> <li>-Aunque tengan mucha preparación académica, conocimientos, veo mucho la flexibilidad que tienen.</li> <li>-“Entonces yo sí busco mucha flexibilidad y mucha pues humildad en cuanto a su trabajo”.</li> <li>-Que tengan mucha pasión, no sólo en el trabajo sino en todo lo que hace.</li> <li>-Es importante educar en valores a los profesionistas.</li> <li>-Ser extrovertido, innovador, valiente y con muchas ganas de entrarle.</li> <li>-Para el área de comunicación educativa, el profesionista debe ser rico en humanidad.</li> <li>Que tenga valores humanos.</li> <li>- “con mucho sentido común, las habilidades técnicas son menos importantes que las habilidades humanas, las habilidades técnicas se aprenden rápido”.</li> </ul>	<p>Tener una sensibilidad social para adaptarse al contexto y necesidades del mercado.</p> <p>Resolver problemas con las herramientas existentes.</p>	<p>Actitud para adaptarse al contexto y resolver problemas</p>
--	---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los profesionistas deben de tener la capacidad de adaptarse. Lo que saben hacer a lo que el mercado necesita.</li> <li>- “Para que tu profesión sea asertiva tienes que partir de reconocer tu contexto”.</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Trabajo en equipo.</li> <li>-Ser multitarea.</li> <li>- “Necesitamos que pueda hacer varias cosas”</li> <li>- Creatividad</li> <li>- Proactivo, asertivo y trabajo en equipo como base del perfil profesional (Actitudes)</li> <li>-Ser todólogos, hacer y saber un poquito de todas las áreas.</li> <li>-Capacidad de innovar, de ser creativos y crear.</li> <li>-El curso debe estar perfecta y absolutamente claro y organizado.</li> <li>-“necesita sentido común, hay que ser un poco TOC, para poder atender esto, es una habilidad que se requiere”.</li> <li>-Buscar una posibilidad para proponer otra forma de hacer las cosas.</li> </ul>	<p>Proponer, resolver, trabajar en equipo.</p>	<p>Innovación, trabajo en equipo y creatividad</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tener experiencia.</li> <li>-Tener experiencia en medios de comunicación.</li> <li>- Hay un plus en egresados que ya han laborado, la curva de aprendizaje ya no la absorbe la empresa.</li> </ul>	<p>Experiencia en campo de la comunicación</p>	<p>Experiencia en campo de la comunicación</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Comprender el modo de las cosas desde el punto de vista del usuario.</li> </ul>	<p>Ser sensible ante los cambios digitales, poder adaptarse a estos y llevar</p>	<p>Comprender la nueva lógica digital desde los procesos</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se requiere entender los nuevos hábitos y usos de la tecnología por parte de los usuarios.</li> <li>- Manejo e interpretación de métricas en lo digital.</li> <li>- Necesario el reconocimiento de las nuevas plataformas.</li> <li>- Entender a la tecnología como una herramienta de diálogo.</li> <li>- Administradores de comunidad, crear identidades a través del contenido que se publica.</li> <li>--Capacitación en "experiencia de usuario".</li> </ul>	a cabo las nuevas tareas digitales.	de comunicación
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Uso de diferentes dispositivos tecnológicos.</li> <li>-Capacitación en <i>Adobe (Premiere, Illustrator y Photoshop)</i>.</li> <li>-Interpretar gráficos y tablas de Excel.</li> <li>- Uso de dispositivos tecnológicos y herramientas digitales propias de la empresa.</li> </ul>	Manejo de diferentes softwares y dispositivos que ayuden al trabajo.	Habilidades en el uso de herramientas digitales y tecnológicas
Percepciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Equipo joven maneja muy bien las herramientas digitales.</li> <li>-Los no jóvenes son los que tienen problemas con el equipo tecnológico.</li> </ul>	Percepción sobre la edad y las habilidades digitales.	Relación entre edad y habilidades digitales
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La experiencia ayuda.</li> <li>- Problemas por ausencia de experiencia de los empleados.</li> <li>- Las habilidades no digitales pueden ser las mismas.</li> </ul>	La experiencia es un elemento para el desempeño laboral y el proceso de adaptación.	La experiencia ayuda a que el proceso de adaptación sea más rápido.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nueva lógica digital.</li> </ul>	Nuevos conocimientos	Es necesario formar a los

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se piensa que por ser digital, es muy fácil de hacer.</li> <li>- Implica mucho trabajo, pero para la mayoría es invisible.</li> <li>- Que se vuelvan hábiles en cualquier herramienta y no esperen a que alguien les enseñe.</li> <li>- Con medios digitales se tiene una comunicación dialógica.</li> </ul>	<p>de comunicación digital, no sólo habilidades digitales.</p>	<p>profesionistas para comprender la comunicación digital, no sólo hacerla.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las competencias son otras cuando te centras en lo digital.</li> <li>-Los profesionistas digitales como todólogos.</li> </ul>	<p>Las competencias cambian por tratarse de lo digital.</p>	<p>Nuevas habilidades y conocimientos en lo digital.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poco presupuesto y eso lleva a buscar multitarea.</li> <li>- Poco presupuesto buscamos a alguien multitarea mejor.</li> </ul>	<p>Espacios con poco presupuesto y eso orilla a exigir multitarea.</p>	<p>Problema económico afecta a los salarios y las exigencias.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevos egresados mucho técnico poco teórico.</li> <li>- “Sabes hacer lo técnico, vamos a hacer la campaña me topo con broncas de que no sabe escribirlo”.</li> <li>- “Antes los de comunicación éramos expertos en redactar mensajes”.</li> <li>- Tienen lo técnico, pero pierden conocimientos y habilidades básicas.</li> <li>- “no dejen atrás lo que es la sustancia de una carrera de comunicación”.</li> <li>- “es muy padre, saber tecnología, saber editar</li> </ul>	<p>Percepción sobre los nuevos profesionistas, muy hábiles para la parte técnica, pero olvidan lo básico de la comunicación.</p>	

	<p>un video, pero lo básico es saber comunicar”</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Primero se vive un proceso de adaptación al campo laboral.</li> </ul>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La universidad los motiva a investigar.</li> <li>- La universidad de egreso es la base para el perfil de egreso.</li> </ul>	La universidad forma el perfil profesional.	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los problemas que tenemos es que la gente es técnicamente muy buena pero humanamente no.</li> </ul>	Mucha parte técnica poca parte ética-humana.	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se tiene que enseñar en dónde investigar.</li> <li>- Se tiene que enseñar a buscar en buenas fuentes.</li> <li>- Lo digital y lo físico deben de ser un complemento para lograr una mejor comunicación.</li> </ul>	Necesario habilidades de acceso, uso y manejo de la información.	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- “el creer que ya aprendiste todo es un error muy grave, nunca se deja de aprender y las tendencias cambian”.</li> <li>- Tener el gusto y el interés por aprender, hace una gran diferencia en el profesionista.</li> </ul>	La actitud es básica para desarrollar un buen aprendizaje dentro de los espacios laborales.	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La carrera se encuentra en un proceso de adaptación y de especialización.</li> <li>- Tenemos que dejar de ser todólogos.</li> </ul>	La carrera está viviendo diferentes cambios.	
Campo laboral	Cambio a lo digital Depende del área del campo laboral se han presentado los cambios	Cambios visibles en los espacios de trabajo, depende del área de la comunicación son los	Nueva lógica de hacer la comunicación.

	<p>Capacitación a empleados          No presupuesto suficiente          ---&gt; Multitarea          Los nuevos egresados ya traen esa parte técnica mejorada          Traen el chip de no lo sé hacer, lo investigo          Aprenden por tutoriales          Hacerle entender al cliente de los cambios          Capacitación constante por parte de la empresa a empleados que muestran lealtad y compromiso.          En general no hay problemas con los profesionales de comunicación pues sí tienen la preparación para las exigencias del puesto.          . Recursos Humanos capacita a los nuevos empleados.          Pocos profesionistas llegan con el conocimiento de métricas digitales y toma mucho tiempo para la empresa capacitarlos.          “Y lo hago con gusto porque creo que tiene mucha pasión por lo que está haciendo y mucha actitud”          Lo que hoy conocemos ya mañana cambia.          Cambios en los espacios laborales.          La parte técnica tiene que actualizarse siempre.          Si te quedaste con las categorías asadas estás fuera.          Antes era prensa escrita y espacios físicos, ahora es digital.</p>	tipos de cambios.	
--	--	-------------------	--

	<p>Lo digital nos permite conectar más actividades con otros campus de la facultad.</p> <p>Anteriormente sólo era enviar correos, pero sin pensar en cómo presentarlos.</p> <p>Logramos adaptar el trabajo que se tenía, pero con una mejor presentación para el canal digital.</p> <p>Vínculos con los estudiantes a través de contenido multimedia.</p> <p>“porque creo que justamente lo digital te obliga a estar aprendiendo todo el tiempo de las tendencias”</p> <p>Trabajo complementario entre medios tradicionales y digitales.</p> <p>La empresa cuenta con una herramienta digital a medida de sus necesidades.</p> <p>Se percibe una vinculación natural hacia las plataformas digitales.</p> <p>Percepción sobre pocas habilidades en la deconstrucción de contenido.</p> <p>Debe existir una reivindicación de la comunicación bajo los criterios más profesionales.</p> <p>Existe "freelancers" haciendo el trabajo y es complicado articular las actividades a cadenas económicas.</p>		
Competencias	Competencias tecnológicas de uso	Habilidades técnicas, conocimientos básicos	Uso y acceso a la información con ayuda de

	<p>Habilidad escrita Comprender información Síntesis de información Creatividad Habilidades técnicas y uso de herramientas Resolución de problemas Tener esa apertura de ir conociendo más Las habilidades técnicas son más fáciles de enseñar que lo escrito Enfrentar los retos con actitud de aprender Saber expresarte con un buen mensaje Lo que hace la diferencia es "Saber comunicar" Tomar en cuenta que los alumnos online están geográficamente dispersos. El alumno está aislado, se encuentra solo con su computadora. Pensar el mensaje dependiendo de la audiencia. Habilidades escritas y ortográficas. Se requieren "competencias económicas-de mercado" para saber vender las actividades. Puedes tener la capacidad de hacerlo, pero el desafío está en cómo venderlo.</p>	<p>de la comunicación.  Uso y manejo de la información</p>	<p>las herramientas digitales.</p>
<p>Formas de aprender</p>	<p>Lo busqué de manera autodidacta, tutoriales para aprender las nuevas formas de comunicación. Yo lo he aprendido en la marcha por interés y necesidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autodidactas</li> <li>- Base empírica</li> <li>- Error-acierto</li> <li>- En la necesidad</li> <li>- A través de la práctica</li> <li>- Tutoriales de youtube</li> <li>- Ayuda de un compañero(a)</li> </ul>	

	<p>Cuando sale algo nuevo en lo digital, hay como un proceso de adaptación. Son cosas que tienes que usar, no puedes rechazarlas y así las vas usando y aprendiendo a usarlas.</p> <p>Uno se va adaptando a lo que puedes usar.</p> <p>En mi caso siempre he tenido interés y por eso no se me ha hecho difícil. Todo mi conocimiento viene de mi trabajo más que de mis estudios.</p> <p>Actitud de vida basada en generar una sensibilidad. Aprendizaje continuo y práctica.</p>	
Formación en la universidad	<p>Pasé toda mi formación sin internet, la carrera me ofreció el uso de aparatos dedicados sólo a una actividad.</p> <p>“tal vez va sonar injusto, pero de qué me sirvió para lo que yo hago hoy, una licenciatura, una especialidad en educación, una maestría en educación, para darme una sensibilidad y ya, tan tan”.</p> <p>La universidad me dio una sensibilidad.</p> <p>Teoría de la comunicación, análisis de contenido fueron materias que me marcaron.</p>	La universidad te brinda el perfil profesional, las habilidades y conocimientos las adquiere la persona

**CODIFICACIÓN ABIERTA ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A PROFESIONISTAS DE LA COMUNICACIÓN**

Codificación Abierta Profesionistas		CATEGORÍA
¿Cómo fue la experiencia laboral?	<p>“Al principio pensé que no había aprendido nada en la universidad” Ya luego te das cuenta de que si aplicas muchos conocimientos. Al principio no sabía hacer nada, pero vas aprendiendo y puliendo la forma de hacerlo. Lo vi como primera etapa, una etapa de aprendizaje.</p>	No seguridad en las competencias adquiridas
	<p>Mi primer empleo fue complicado porque entré a un campo del que no había aprendido mucho (Digital). Lo poco que sabía era porque lo busqué, pero me di cuenta que no era suficiente. Fue como entrar a trabajar, pero yo estaba aprendiendo realmente. Tuve que aprender desde el lenguaje, muchos tecnicismos. Tuve que aprender a usar herramientas para el trabajo diario.</p>	Campo laboral - Comunicación Digital
	<p>No fue tan complicado porque me ofrecieron dar clases donde hice mis prácticas. El trabajo no cambia, más bien yo fui puliéndome.</p>	Buen vínculo con el campo laboral por prácticas profesionales
	<p>Mi primera experiencia laboral fue en una revista, cubría eventos sociales. Un amigo por hobby desarrolló una productora y me invitó a colaborar.</p>	Experiencia laboral en medios tradicionales
	<p>Me sentía preparada en toda la parte de comunicación, pero en la parte administrativa yo estaba en ceros. Fue difícil enfrentarme a la dinámica de trabajo, al estrés y presión.</p>	Preparación alta en temas de comunicación
	<p>Yo he aprendido mucho más, uno tiene que aprender a solucionar problemas.</p>	Aprendes mucho más en el campo laboral.

	<p>Entré a una agencia y le hacía de todo, aprendí muchas cosas que ni sabía.</p> <p>En la universidad yo creo que aprendes el 10% todo lo demás lo aprendes afuera.</p>	
	<p>Fue difícil al principio por la gran responsabilidad administrativa de ser el coordinador</p>	Principales problemas
	<p>Trabajé en los proyectos y además empecé a dar clases de inglés.</p>	Freelance
Experiencia antes de graduarse	<p>Antes de graduarme colaboré en servicio social y prácticas.</p> <p>Hice Servicio Social en prensa UAQ.</p> <p>Hice prácticas profesionales en el departamento de prensa de la UAQ.</p> <p>También antes de egresar estuve como reportera en un proyecto de cultura.</p> <p>Hice prácticas profesionales en radio y televisión Querétaro.</p> <p>Hice prácticas profesionales en el área de producción teatral de mi universidad.</p>	Prácticas y Servicio Social
	<p>Al tener experiencia antes de egresar aprendí lo que nos estaban enseñando y lo que realmente nos pedía el campo laboral.</p> <p>Me siento muy afortunada de tener experiencia en varias áreas diferentes.</p> <p>Siento que aprendí muchas cosas, porque es distinto la teoría a ya la práctica.</p> <p>Siento que me dio mucha ventaja competitiva, además que me ayudó a definir hacia dónde me quería ir al salir de la universidad.</p> <p>El tener experiencia laboral durante la carrera, siento que me dio un plus ante todos mis compañeros.</p>	Ventajas por tener una experiencia laboral antes de egresar

	<p>La verdad si se aprende más estando en el campo laboral desde antes de egresar. Te empiezas como abrir más campo laboral. Te empiezas a interesarse más en tu área, saber las tendencias.</p>	
	<p>Tuve experiencia antes de salir como becaria en el departamento de prensa.</p>	Como becaria
	<p>Mi primera experiencia laboral fue en radio y entré a los 18 años. Desde tercer semestre entré al campo laboral. Primera experiencia profesional en recursos humanos. Si, antes de egresar estuve trabajando para el periódico Plaza de Armas. Mi primera experiencia laboral fue en una empresa que ofrecía comunicación interna para otras empresas.</p>	Experiencia laboral
	<p>No tuvo experiencia laboral antes de egresar porque no la querían contratar por ser estudiante.</p>	Problemas
	<p>Desarrollé producciones independientes durante la carrera.</p>	Proyectos independientes antes de egresar
<p>Conocimientos que más ayudaron al profesionalista</p>	<p>Conocimientos de géneros periodísticos De las que más me ayudaron, son el saber leer y escribir correctamente. Me ayudó el saber leer, conocer las formas de comunicación, de comunicación no verbal. Saber escribir y hablar es básico. La universidad me enseñó "cómo aprender". Te enseñan a buscar, a saber, dónde buscar y saber qué hacer con la información.</p>	Conocimientos de uso y manejo de información

	<p>Materia en universidad muy útil: Semiótica, lingüística, tópicos de ciencias sociales.</p> <p>La universidad te enseña el "autoaprendizaje".</p> <p>No me enseñaron como tal "a curar contenido" pero si te pones a pensar son elementos básicos del periodismo y eso sí lo vi.</p> <p>Periodismo, investigación.</p> <p>Las habilidades de redacción si te lo enseñan muy bien en la carrera.</p> <p>Lectura y redacción</p>	
	<p>Semiótica para hacer mensajes buenos</p> <p>Llevé un tronco común ya de comunicación.</p> <p>Análisis narrativo, habilidades de aprendizaje y epistemología.</p> <p>Lingüística, semiótica, análisis del discurso pues te ayuda a tener una noción de lo que tú quieres poner en práctica.</p> <p>Aprendí varias cosas en la universidad, pero en la práctica es distinto entonces te adaptas.</p> <p>La parte teórica si la tenía, sólo que no conocía el software que ocupaban ahí.</p> <p>No me acordaba de muchas cosas porque no lo practique por mucho tiempo.</p> <p>La parte teórica y de autores si te ayuda porque entiendes el proceso de comunicación, lo vas a estar aplicando.</p> <p>Si no sabes las teorías no sabrás qué hacer en la práctica.</p> <p>La semiótica es una materia básica.</p> <p>Semiótica.</p> <p>Formación teórica</p>	<p>Conocimientos teóricos</p>
	<p>Me ayudó mucho el tener tronco común en ciencias sociales.</p>	<p>Ciencias Sociales</p>

	<p>Yo sentí que lo que me hace diferente a otros profesionistas es tener el sustento social. Las universidades deben de centrarse en formar un sujeto sensible al entorno.</p>	
	<p>La semiótica te desarrolla un pensamiento diferente y es básico. Métodos de investigación</p>	Pensamiento crítico
	<p>Me ayudó lo básico de fotografía que me enseñaron. Edición audiovisual diseño gráfico, diseño editorial. Producción audiovisual</p>	Conocimientos prácticos
	<p>Temas de marketing. La universidad te da las herramientas, pero hasta que sales y te enfrentas al problema es a como desarrollas la habilidad. La universidad me brindó más habilidades "blandas" más que habilidades técnicas.</p>	Habilidades comerciales
	<p>Lo importante es tener voluntad para aprender.</p>	Mostrar una buena actitud.
	<p>Mis clases de software no fueron tan completas. La verdad sentí que me hizo falta el hacer proyectos más vinculados a la realidad.</p>	Limitantes
Cambios en lo digital	<p>Lo principal no es que se vea bonito, sino que el usuario pueda interactuar. Ahora lo digital te exige presentar tu contenido con inmediatez. El periodismo también tiene que evolucionar, ahora la gente es más visual. En lo digital se tiene más la libertad de expresión. Las tecnologías y herramientas digitales han cambiado la forma en que nos comunicamos.</p>	Nuevas dinámicas de consumo

<p>El mayor cambio que he notado es la rapidez de la información. En internet tienes la información en segundos, pero no sabes realmente si tiene veracidad.</p>	
<p>Un escenario que cambia en exceso. Te enfrentas a los cambios en las mismas redes sociales. Cambian mucho las tendencias en las redes sociales.</p>	Escenario cambiante
<p>El periodismo también tiene que evolucionar, ahora la gente es más visual.</p>	Diferente contenido
<p>Los nuevos egresados ya traen esa parte técnica mejorada</p>	Nuevas generaciones muy hábiles en lo tecnológico
<p>“Antes los de comunicación éramos expertos en redactar mensajes” “no dejen atrás lo que es la sustancia de una carrera de comunicación” Tienes que aprender a usar varias cámaras. Las tecnologías han facilitado muchas cuestiones de la comunicación.</p>	Cambios en el perfil de carrera
<p>Modificaron la forma en que almacenamos la información y compraron grabadoras digitales. Cambios en la forma de mandar la información. Al principio el área estaba encaminada a prensa, relaciones públicas y protocolos institucionales.</p>	Cambios en los espacios de trabajo
<p>Tuve que aprender a manejar las redes sociales para una empresa. Te puedes volver experto en lo digital, pero eso en un mes ya no sirve, te tienes que actualizar.</p>	Exigencias para el profesionista

Competencias	<p>Yo no necesite hacer otra carrera para formarme en lo tecnológico. Las certificaciones y el aprendizaje por experiencia son muy importantes.</p> <p>La universidad te da las herramientas, pero hasta que sales y te enfrentas al problema es a como desarrollas la habilidad.</p>	Las competencias se desarrollan en el campo laboral.
	<p>Yo no necesite hacer otra carrera para formarme en lo tecnológico. “Las habilidades técnicas son más fáciles de adquirir que esta formación del uso de lenguaje”.</p> <p>Yo empecé a editar desde la secundaria, y poco a poco fui aprendiendo más.</p>	Habilidades técnicas fáciles de adquirir
	<p>Entender la lógica digital.</p> <p>Cambio a lo digital.</p> <p>Adaptarse a la necesidad del mercado</p> <p>También hay que entender el cambio.</p> <p>El profesionista debe de estar dispuesto a interactuar con los cambios.</p> <p>Necesitas aprender a trabajar a prisa.</p> <p>En el campo laboral, aprendes a lidiar con muchos tipos de gente.</p>	Adaptarse al entorno y mercado digital
	<p>Tienen que estar abiertos a investigar.</p>	Saber acceder a la información.
	<p>A veces no sabes hacer las cosas, pero sabes dónde buscar.</p> <p>Si debes de saber cómo buscar la información.</p> <p>Debemos ser sensibles a los cambios, estar abiertos y aprovechar la ventaja del acceso a la información.</p>	Capacidad de aprovechar la ventaja de acceso a la información.

	<p>Innové la forma de enviar la síntesis informativa y si lo aceptaron. Siempre busco que las cosas salgan bien, trato de tener esa actitud.</p>	Innovar y proponer
	<p>Necesitas aprender a usar herramientas para medir tu desempeño digital (estadísticas). Me tuve que acoplar a usar ciertas herramientas, algunos programas que usaban ya.</p>	Adaptarse a las herramientas del campo laboral.
	<p>Lo que hace la diferencia es “Saber comunicar”. Saber expresarte con un buen mensaje. Yo me siento preparada por mis bases teóricas, no sólo es vender sino poner algo de calidad. No sólo es aprender a usar la cámara sino debes aprender también el lenguaje audiovisual. Yo trabajo mucho en la logística de eventos y siento que el saberme expresar ha sido básico.</p>	Saber comunicar
	<p>Ponerse en los zapatos de la persona que quieres que te lea para saber cómo presentar la información. Como periodista necesitas una sensibilidad al contexto.</p>	Sensibilidad Social
¿Cómo aprenden?	<p>Lo empecé a hacer empíricamente. Aprendí a usarlos en la universidad, por el diplomado y más que nada por la práctica en el trabajo. En la universidad no me enseñaron a editar, más bien fue prueba-error a como aprendí.</p>	Con base en la experiencia
	<p>Cuando vi la necesidad fue cuando empecé a investigar más Buscaba en Google</p>	Por necesidad empecé a buscar

	<p>Adaptarse a la necesidad del mercado Sentía un hueco, así que busqué cómo llenarlo y tomé un diplomado en adobe.</p>	
	<p>Certificaciones digitales Uso de plataformas que ayudan a realizar Es fácil actualizarse porque hay muchas opciones para hacerlo. También tomé talleres para cubrir esa parte que me faltaba. Tomé un diplomado en ejercicio de gobierno. En esa área aprendí más con el diplomado que en la carrera.</p>	<p>A través de cursos, talleres, diplomados y certificaciones online</p>
	<p>“Fui aprendiendo lo tecnológico por curiosidad” Haciendo investigación propia Retome unos conocimientos arcaicos. También sigo mercadólogos y comunicólogos en redes sociales. También leíamos muchos artículos. En animación yo no aprendí nada, tuve la motivación de empezar a estudiar en otras escuelas cursos o por tutoriales. Tuve que investigar todo sobre las asociaciones y tomar a varias como ejemplo. Aprendí por mi cuenta y preguntando a mis compañeros que se habían especializado en eso. Investigué en internet, con la dueña y con los compañeros de trabajo. Desde la universidad, yo fui como "muy esponja" aprendía de todo. A veces trato de experimentar, lo intento y lo pruebo. Busco también las tendencias en YouTube, Instagram o Facebook. Aprendí a usar el programa leyendo el manual.</p>	<p>Investigación propia</p>

	<p>Aprenden por tutoriales. Yo preparaba mis clases y me sirvió mucho YouTube. Aprendo mucho viendo tutoriales o videos de YouTube. Aprendí a usar el programa por tutoriales. Yo he conocido más sobre autores de audiovisuales por tutoriales de YouTube. Quiero aprender y bajé varios tutoriales, de edición principalmente. Voy aprendiendo y mejorando con tutoriales de YouTube.</p>	<p>A través de tutoriales</p>
	<p>Recibí un curso por el departamento de informática para la administración de la página web. El curso fue más de "gestión" de página web y cómo usar la plantilla. Nos dieron un pequeño taller sobre informática para la página web. Los talleres los tomé con otras organizaciones con las que trabajamos.</p>	<p>Cursos que brinda la empresa</p>
	<p>Cuando me dan las redes sociales, el chico que se iba me explicó todo. Aprendí mucho con los compañeros. Al no saber del programa, me apoyé mucho de mis jefes. Aprendí por mi cuenta y preguntando a mis compañeros que se habían especializado en eso. Al final lo que no te enseñaron en la universidad te lo enseña el señor que lleva años en la empresa. Yo me sentía segura porque cualquier duda podía ir a preguntar a mi jefe.</p>	<p>Capacitación por parte de compañeros</p>
	<p>Me enteré de la aplicación, la descargué y la empecé a usar.</p>	<p>A través del uso constante de la herramienta</p>

	<p>En el día a día aprendes a trabajar con las herramientas que te dan en el trabajo.          Para saber cómo hacerlo, acudí al departamento de informática a que me ayudaran.          Ayuda mucho el estar practicando... practicando hasta que lo aprendes.          Aprendí a usar el programa porque lo descargué y lo empecé a usar.</p>	
	<p>Las habilidades técnicas son más fáciles de enseñar que lo escrito          Es fácil aprender a usar los programas porque la mayoría son muy intuitivos.          Ya cuando eres egresado tienes que buscar por tu cuenta.</p>	Percepciones
Motivación	<p>Mi motivación, porque fue manera de titularme y por obtener los conocimientos formales.          Mi motivación para consultar YouTube es la practicidad.          Mi principal motivación de hacerlo con tutoriales es que es gratis.          Empecé a usar el celular por el WhatsApp, todos lo usaban menos yo.          Aprendí a editar en la secundaria y prepa por gusto.          la principal razón es la economía y luego el tiempo.          La necesidad me obliga, pero también la curiosidad.</p>	Me motiva el acceso fácil a la información, el costo y la practicidad de lo digital.
Dispositivos tecnológicos usados en el trabajo	<p>Uso laptop, cámara y teléfono.          Uso el celular, todo lo resuelvo aquí, también la laptop y la computadora de escritorio.          Uso el smartphone, laptop, cámara y micrófono.          Computadora, cámara.          Computadora, laptop personal (por el software), celular de la empresa</p>	laptop, celular y cámara

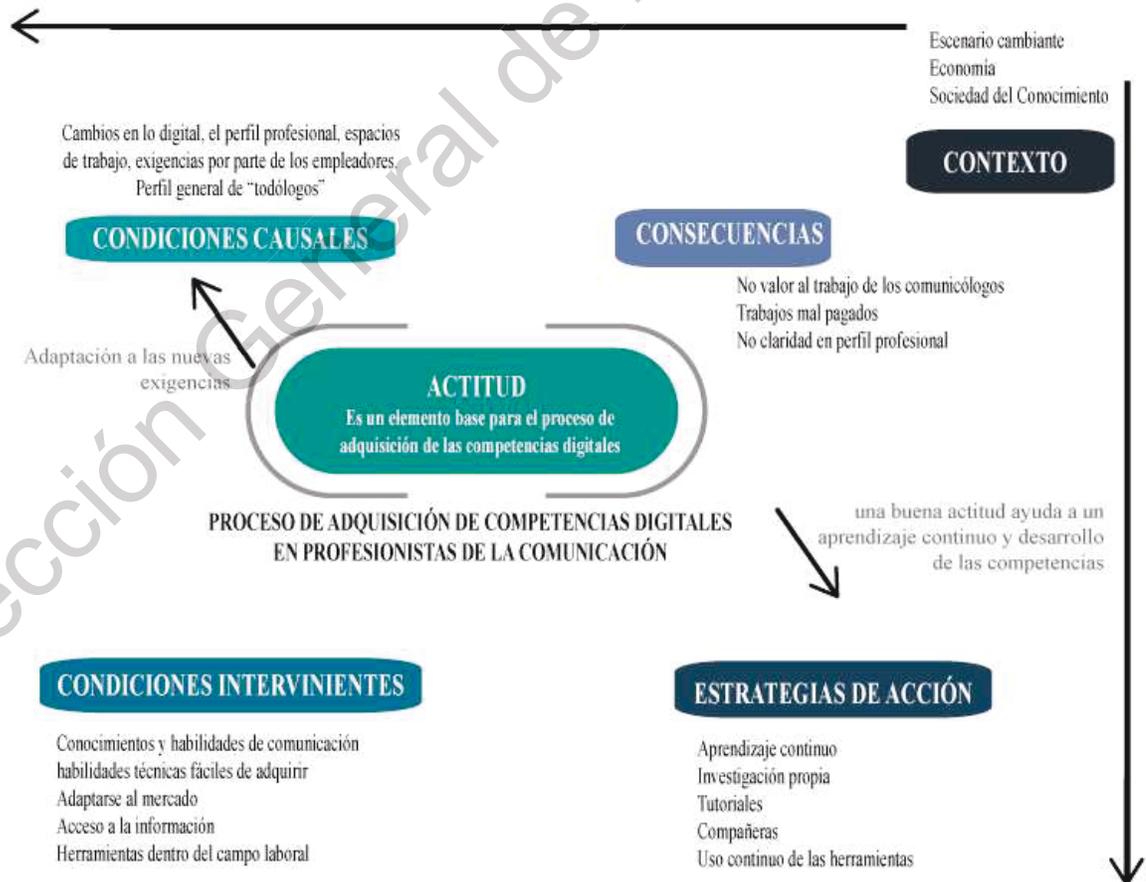
Principal problema	En lo audiovisual siempre te encuentras con problemas, pero he sabido resolverlos.	Enfrentarme a tener que solucionar problemas reales.
	A veces no tienes los recursos y lo tienes que solucionar.	Herramientas insuficientes en los espacios laborales
	No existe una cultura de comunicación en las empresas.	No existe una cultura de comunicación en los espacios laborales.
	Te forman como todólogo, pero necesitas especializarte en algo.	Formación como “todólogos”
	Al no saber dónde trabajar, sientes que estudiaste una "carrera inútil". Mi problema es el cliente, piensan que lo que hacemos es fácil y no lo valoran.	No valor al trabajo de los comunicólogos
	Mi problema principal fue el manejo de software de adobe.	Desconocimiento del uso de software o dispositivos tecnológicos
	En la universidad no te motivan para hacer cosas prácticas o para hacer proyectos reales. Me costó mucho trabajo hacer análisis de mercados o cosas de estadística.	Es difícil vincular lo aprendido en la universidad con el campo laboral.
	En las materias de edición nos hizo falta teórico, por ejemplo, más teoría del lenguaje audiovisual. Me pidieron un video, pero yo no sé cómo hacerlo, le pagué a uno de mis compañeros para que lo hiciera.	No tenía los conocimientos
Percepciones	Es mucho trabajo el que se requiere para tener una página web actualizada. Si sabes algo tienes que aprender a venderlo y eso nos falta. La mejor manera de convencer y demostrar que es algo importante es haciéndolo. Minimizan el trabajo, y creen que uno puede hacer el trabajo de cinco.	Se piensa que el trabajo digital es fácil

<p>No importa cuántas certificaciones tengas, sino que sepas hacer las cosas.</p> <p>Cuando sales de la universidad te das cuenta que tienes que aprender a hacer las cosas.</p> <p>Te sientes capaz de hacer las cosas y dices "si claro" no sabes cómo hacerlo, pero buscas cómo hacerlo.</p> <p>Si es importante la teoría, pero más la práctica porque llegas al trabajo y si no lo sabes hacer... no te contratan.</p>	<p>Lo más importante es “que sepas hacer las cosas”</p>
<p>Tenemos que saber de todo y al mismo tiempo especializarnos en algo.</p> <p>Egresas con un perfil muy general, de todólogo.</p>	<p>Exigen el saber de todo y al mismo tiempo especializarte en un área</p>
<p>Recomiendo que jamás se queden solamente con las clases.</p> <p>El seguirte preparando de una manera formal, te da más credibilidad.</p> <p>Siento que sí necesito más capacitación para cumplir al 100% con mi trabajo digital.</p> <p>Hay cosas que se pueden resolver "en la marcha" pero otras que si se requiere una capacitación.</p> <p>Hay cosas en las que te vas rezagando por no ejercerlas tal cual.</p> <p>Necesitas una capacitación constante para aprender las nuevas tendencias.</p>	<p>Buscar la forma de seguirte preparando</p>
<p>En la parte técnica, nos pone vulnerables el hecho que existan tutoriales de YouTube o certificaciones en línea.</p> <p>Hay un problema con el perfil porque ahora cualquier persona con las nociones básicas del programa lo puede hacer.</p> <p>Las nuevas generaciones aprenden a usar las herramientas</p>	<p>Cualquiera puede aprender a usar las herramientas digitales.</p>

	<p>tecnológicas desde muy temprana edad, no necesitan ir a la universidad.</p> <p>Tener en cuenta que no por tener un medio libre puedes ser comunicador, se requiere de una preparación.</p>	
	<p>Desde mi opinión, no se puede abandonar la formación universitaria, porque te da elementos como un pensamiento crítico.</p>	<p>La universidad si te prepara con conocimientos y habilidades básicas de un comunicólogo.</p>
	<p>“pues yo creo que, si existe un cambio, pero tampoco creo que las personas que son de la vieja escuela no pueden aprenderlo”</p> <p>Siempre existirá la necesidad de estudiar la comunicación, las instituciones formadoras deben de seguirse transformando.</p> <p>Siento que es importante generar una empatía con todas las personas.</p>	<p>Te tienes que adaptar a lo nuevo</p>
	<p>El comunicólogo debe apostarle a ser el creador de ideas, de proponer cultura y conceptos.</p> <p>Ahora lo veo como docente y es muy importante vincular a los estudiantes a la vida real.</p> <p>Los proyectos reales creo que te ayudarán a descubrir qué es lo que quieres hacer.</p> <p>Necesitamos profesionistas que se cuestionen, que solucionen problemas reales.</p>	<p>Cambio en el perfil</p>
	<p>En la carrera te enseñan de todo, pero también eso te deja un perfil muy amplio con algunos conocimientos básicos.</p> <p>Falta mucho enfoque de dónde puedes ejercer, somos como un comodín.</p>	<p>Perfil de “todólogo”</p>
Recomendaciones	<p>Recomiendo tener experiencia desde antes de egresar.</p> <p>Al salir uno elige en qué especializarse y sobre todo si quieres seguirte preparando.</p>	

de los profesionistas	No nos debemos quedar sólo con lo que ofrece la universidad. Todos al final nos especializamos en algo.
Actividades	Curación y programación de contenido para Facebook. Contacto a las personas para entrevistas, cubrir eventos, videos, entrevistas, parte creativa, diseño. Creación de audiovisuales. Hago levantamiento de tomas. Community manager en una agencia de marketing. Consultoría de comunicación y marketing digital. Reportero. Administrar redes sociales y escribir artículos para la revista. Soy community manager, diseñadora y asistente de las maestrías. Ahorita hago diseño para redes, comunicación interna y boletines. Realizo videos y soy productora creativa

#### 4.2.2.2 CODIFICACIÓN AXIAL



## **CAPÍTULO 5: RESULTADOS Y SU ANÁLISIS**

### **5.1 RESULTADOS**

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos a través de los diferentes instrumentos de recolección de datos, así como el análisis de los mismos. En primer punto, antes de abordar los objetivos de investigación, se describen los cambios que se han presentado en los espacios laborales derivados de la cultura digital y las percepciones que los empleadores y los profesionistas de la comunicación tienen frente a éstos. En segundo punto, con base en su propia percepción, se abordan las competencias necesarias que requiere el comunicólogo para enfrentar tales cambios y las exigencias por parte de los empleadores. Como tercer punto, se habla de las competencias que el egresado posee y que son fundamentales para cumplir con la tarea laboral asignada. Por último, se menciona la forma en que los profesionistas de la comunicación desarrollan o adquieren las competencias digitales necesarias para el área de la comunicación en la que se encuentren ejerciendo y las percepciones sobre las dinámicas actuales en el campo laboral. Lo anterior guiado por los objetivos de investigación del proyecto.

#### **5.1.1 CAMBIOS POR LA CULTURA DIGITAL EN LOS ESPACIOS DE TRABAJO**

Dentro de las áreas principales en las que se enfoca el estudio, encontramos que los profesionistas de la comunicación desarrollan las siguientes actividades: en el área de comunicación digital, que compete a las actividades desarrolladas en los espacios digitales, los informantes se encargan de gestionar y administrar redes sociodigitales, curar y programar contenido, diseñar estrategias de comunicación y marketing digital encaminadas a lograr objetivos de posicionamiento digital. En el área de comunicación social, los profesionistas generan contenido y mensajes para la agenda pública, definen mensajes y audiencias, monitorean y sistematizan información, así como, la construcción de contenidos digitales para las redes sociales de la institución en la que laboran. Dentro de los medios de comunicación y periodismo, los informantes se encargan del diseño y edición de videos para revistas y medios electrónicos, realizar entrevistas, monitorear y sistematizar información y creación de material visual. Los profesionistas que laboran en el área de comunicación

institucional desarrollan contenido digital para la página web, se encargan de la difusión institucional a través de medios propios y el contacto con medios de comunicación locales, administran las redes sociales con el propósito de generar identidad institucional en los seguidores, desarrollan contenido periodístico para prensa local. En el área de comunicación organizacional, el comunicólogo se encarga de la creación de contenido audiovisual para las plataformas, redes sociales y de elaborar estrategias de comunicación, marketing y relaciones públicas de la empresa donde laboran.

La comunicación es un área que se encuentra en constante evolución, por ejemplo, en la actualidad, con la aparición de diversas tecnologías, surgen nuevos procesos comunicativos; para que el profesional de la comunicación pueda enfrentarlos es necesario romper paradigmas y buscar la adaptación de todos los espacios de trabajo y los roles que ahí se desempeñan. Los profesionistas de la comunicación que trabajan en áreas laborales dentro de agencias publicitarias o medios de comunicación mencionan que los cambios que han percibido en las dinámicas de trabajo son, en su mayoría, causados por la introducción de las nuevas tecnologías digitales de la información, así como por la búsqueda de apropiación de éstas en sus espacios laborales. La siguiente intervención ejemplifican esta postura.

“entonces antes se escaneaba y ahora nosotros llegamos y tomamos la foto... yo utilizo una aplicación de “camscann” que permite, en ese momento recortarla, girarla, editarla, darle brillo... y la resolución es mejor que si estuviera escaneada, entonces tenemos eso, la mandamos, y tenemos además de que la síntesis se sigue armando aunque ya no se sigue mandando en PDF, sino el diseño ya está en el correo y lo que hacemos es ir sustituyendo los textos o sea tenemos ya el diseño pero pues ya o sea ya no es el PDF sino el correo, este... tomamos fotos, las mandamos al grupo este que tenemos y ya en este grupo Candy las reenvía pero hace un filtro” PC-CS-Gabriela-25.

Los informantes coinciden en que es importante estar actualizado y en formación constante, ser capaces de aprovechar los cambios que se presentan en sus áreas de trabajo para no verlos como una traba en su desarrollo profesional. Los siguientes dos testimonios respaldan estas.

“uno tiene que tener la capacidad de adaptarse y de pensar que lo que uno trae como herramienta puede servir para lo que uno aprendió... pero está en la capacidad y en el ingenio de uno adaptarlo para lo que las necesidades de la sociedad, mercado, academia, gobierno, sociedad civil requieren” E-CS-Fabian-33

“esta cuestión... de que el periodismo también tiene que evolucionar, no es el periodismo tradicional, la gente ya es mucho más visual, mucho más audiovisual, entonces una, fue como un proceso en el que cómo escribo la nota de tal manera en la que en menos contenido, es la otra abres y abres páginas y lees poquito y no me interesó, entonces es cómo hago atractiva la información de tal manera de que el párrafo que lea...” PC-CD-Jessica-26

Los mayores cambios se perciben en: el área de la comunicación digital, en el proceso de una adaptación a las nuevas dinámicas de consumo, en el uso de las tecnologías dentro de los espacios laborales, en los comportamientos de las audiencias y en la relación tan estrecha que se tiene con el receptor en los espacios digitales como son las redes sociodigitales. El flujo de información se presenta a gran velocidad, las tendencias cambian y el mercado exige nuevas propuestas, lo que hoy conocemos ya mañana será modificado y cambiado. Los espacios laborales y los empleadores exigen competencias diferentes, conocimientos y habilidades que puedan responder a la dinámica digital.

"es absolutamente otro mundo... si te quedaste con las categorías pasadas estás fuera y yo todavía veo que hoy hay como otro mundo nuevo que se está abriendo, digamos estábamos en lo analógico, de lo analógico pasamos a lo digital... entiéndase internet, pero ahora internet está teniendo otro salto que se llama “apps” y “nubes” o sea si te quedaste en el mundo segundo de lo digital no te va servir... o sea hay que meterse a lo nuevo, qué es lo nuevo hasta donde yo logro visualizar, son aplicaciones, el mundo de las apps y el mundo de las nubes, o sea eso es otro mundo..." E-CE-PABLO-58

Dentro de los cambios que han percibido los profesionistas de la comunicación se encuentran: enfocar el contenido a la interacción con los usuarios, presentar la información de forma inmediata y en un formato más visual, la comunicación en los equipos de trabajo se realiza

con ayuda de aplicaciones de mensajería instantánea como Whatsapp, la prioridad que se le brinda a la forma de presentar la información más que el fondo de ésta, así como el surgimiento de nuevos roles laborales encaminados a cubrir con las actividades de comunicación digital, en la mayoría de los casos, sin definición clara por parte de los empleadores.

“...sí tuve muy marcada que lo principal no es que se vea bonito, sino que el usuario pueda usar e interactuar...” E-CD-Manuel-33”

“ahorro en acciones... creo que es lo que tienes que ver ahorita para que tu contenido pueda llegar a las personas... o sea las personas, la inmediatez de las tecnologías se acostumbran a que todo tiene que ser así, tú tienes que buscar que eso no sea una traba para ti...” PC-CD-Jessica-26.

La mayoría de los entrevistados presentan una postura optimista sobre la creación de nuevas actividades en el área de comunicación digital, sin embargo, un problema al que se enfrentan en los espacios de trabajo es la falta de definición de estos nuevos roles, no se tiene aún tanta claridad sobre las tareas y responsabilidades que tiene un profesionista de la comunicación dirigido a lo digital. Otro problema fuerte al que se enfrentan los informantes es a la poca valoración del trabajo del comunicólogo, al estar inmerso en un ámbito digital se tiene la idea de que cualquier persona con habilidades en el uso de los dispositivos digitales puede cumplir con las actividades.

“yo creo... que nunca se nos va acabar la chamba de los comunicadores, más bien estamos en un proceso de especialización y de convergencia a las propias redes sociodigitales... entonces, estamos como en ese proceso en el que no sabemos que con un celular hacemos todo y queremos hacer transmisión en vivo, audio, grabar, foto, queremos hacer todo y necesitamos como una pausa en el mismo papel del comunicador y pensar qué se hace mejor para guiarnos... sobre ese eje especializarnos y volvernos mejores porque podemos seguir siendo todólogos y eso no siempre genera las mejores oportunidades laborales...” E-CO-Janeth-30

“porque... es como una chambota. Tú no te imaginas... o sea yo decía “es sólo una página web” ..., ¡no manches, es increíble todo el trabajo lo que te lleva a tener bien hecha y funcionando una página web!” PC-CD-Andrea-26

Sin duda podríamos decir que las tecnologías han facilitado varias cuestiones de la comunicación, sin embargo, los cambios también exigen nuevas competencias en los profesionistas que buscan desempeñarse dentro de los espacios laborales. Los informantes expresaron un nivel de consciencia sobre estas modificaciones y los esfuerzos que necesitan hacer para seguir siendo competentes en el mercado de la comunicación. Los profesionistas deben de adaptarse a las nuevas tendencias y estar en un aprendizaje y formación continua, tanto en la parte técnica con los programas y formatos de edición como en la parte de contenido de los diferentes mensajes que diseñen. La tecnología y lo digital los obliga a estar aprendiendo todo el tiempo sobre las tendencias e innovaciones. Mencionaron de igual forma que el mercado los obliga a tener un perfil especializado, enfocarse a una rama en particular que les brinde ese diferenciador entre los demás profesionistas de la comunicación.

Existe una percepción tanto por los empleadores como por los profesionistas de la comunicación sobre los cambios que se generan a partir de la dinámica económica actual. La economía afecta directamente la distribución de puestos, derivado de esto lo que antes hacían dos o tres profesionistas ahora se le exige a uno solo, bajo esta idea podríamos decir que lo que más afecta el perfil del profesionista es la parte económica y los costos más que la parte técnica. Sin embargo, la mayoría de los informantes considera lo anterior como una oportunidad de desarrollo de mercado, los profesionistas exponen la importancia de “saber vender” los conceptos de comunicación y el conocimiento más que el servicio o el producto final. Un desafío para las universidades es trabajar en estrategias sobre cómo enseñar a los alumnos a responder a un mercado cambiante y cómo involucrar sus conocimientos a una dinámica económica misma de la sociedad del conocimiento.

"pero... con los presupuestos que hay uno necesita sacar el máximo a los equipos... entonces alguien que saque foto, video y que me ayude a esta cuestión transmedia, yo lo vería, así como principal" E-CD-MARIO-28

“que de alguna forma, una especialización en ese tema, podría tener quien redacta y quien se dedica totalmente a *community manager*, pero en tema técnico, ¿cuál es la realidad?... que en tema costos en el día a día pues no me sale tener a dos personas separadas incluso, la carga laboral sería...” E-CD-Manuel-33

“y a veces eso tienes que hacer, con las cosas, “no tengo dinero y lo necesito solucionar ya y esto es lo más rápido y pues por lo mientras” PC-CD-Jessica-26

Ya se ha mencionado la importancia de guiar a los estudiantes a adquirir los conocimientos y las habilidades que los empleadores exigen con la finalidad de formarlos para ingresar al campo laboral actual. De los objetivos de esta investigación se busca conocer las exigencias por parte de los empleadores a los profesionistas de la comunicación y de esa forma poder analizar si realmente se han modificado por los cambios en los espacios laborales o siguen siendo las mismas competencias profesionales de hace unos años.

### **5.1.2 ¿CUÁLES SON LAS EXIGENCIAS POR PARTE DE LOS EMPLEADORES?**

Los empleadores mencionaron que dentro de las competencias básicas que ellos buscan en los comunicólogos es tener conocimientos y habilidades de comunicación. Es importante que sean capaces de construir conceptos en una forma integral, ideas claras, elaborar líneas de mensaje, contar con bases de comunicación para comprender cualquier proceso comunicativo, habilidades al comunicarse de forma oral y escrita, un buen manejo del lenguaje, construir contenidos dirigidos a objetivos específicos de la empresa y tener la capacidad de identificar lo que conlleva una buena comunicación. Los empleadores más allá de buscar habilidades de diseño o programación se enfocan en las habilidades de comunicación, ya que se puede tener un video “bien hecho” a nivel técnico pero que no comunique nada o que no cubra con los objetivos planteados. Como segundo punto, es importante que los profesionistas de la comunicación desarrollen un perfil especializado, que se enfoquen en algún área específica y busquen adquirir los conocimientos y las habilidades que exige esa rama de la comunicación.

“mira... lo que siempre busco como elemental es el manejo del lenguaje, te comentaba, en la forma escrita, oral y demás, la forma de articular ideas, el tema la creatividad también es importante, eso por el lado como teórico, es importante que tenga conocimientos técnicos, pero sí te soy honesto he tenido perfiles, los que tienen las competencias súper bien pero tienen más bajo el otro y me encuentro a otro que tiene, el manejo del lenguaje, y suelo irme por el segundo porque creo que es más fácil desarrollar el tema de habilidades, como más técnicas que el tema de cómo se escribe, en esos perfiles, obviamente pues en diseño me voy más por la parte del tema de la creatividad” “es muy padre saber tecnología, saber editar un video, pero lo básico es saber comunicar” E-CD-Manuel-33.

“es reconocer más bien la importancia de aprender a comunicar y de construir contenidos para cualquier plataforma” “más allá de las habilidades de diseño, de programación, la parte del ejercicio fino de la escritura, del ejercicio fino de la comunicación con base en el periodismo, es fundamental, cuando menos desde el enfoque que nosotros trabajamos aquí” E-CS-Fabian-33

“pero lo que nosotros decimos es de que puedes tener un video, un gif diseñado de... con las mejores características, pero si no pensaste con antelación, para qué y a quién, pues es lo mismo tenerlo así que tenerlo pues hecho con una aplicación por alguien que no sea el especialista en hacerlo” E-CS-Fabian-33

Los empleadores están conscientes sobre los cambios tan repentinos y drásticos que el mercado presenta, por lo que buscan a profesionistas que tengan una actitud para adaptarse al contexto y resolver problemas diversos, que tengan disposición al cambio, capacidad para identificar las nuevas tendencias, sensibilidad al entorno, una actitud de aprender e innovar, estar abiertos a investigar por cuenta propia, iniciativa para buscar capacitación constante. Los empleadores dan mayor peso a los profesionistas que demuestren una buena actitud, flexibilidad, capacidad de proponer, que tengan sentido común, reconocer el entorno pues las habilidades técnicas son más fáciles de adquirir en la marcha.

“yo si prefiero a gente muy apasionada que me de 30 ideas muy locas y decirle tranquilo, a alguien que me esté siguiendo instrucciones, por más capacitado y por más al pie de la letra y perfectas que siga las instrucciones” E-CD-Carlos-26

“pero pues yo creo que ya iba más como competencias personales, que realmente pues se tiene que estar abierto a investigar” E-CD-Manuel-33

Enfocándonos a las competencias digitales, los empleadores buscan que el profesionista pueda comprender la comunicación desde un punto de vista del usuario de internet para generar una interacción, capacidad de entender los nuevos hábitos de consumo en plataformas digitales y la manera de presentar el contenido, que cuenten con habilidades para la extracción de datos duros, conocimiento de las métricas, estadísticas digitales y además, capacidad para su interpretación dirigida a la toma de decisiones. En la parte técnica, los empleadores requieren a comunicólogos que sepan usar diferentes dispositivos tecnológicos, manejo y comprensión de software para la edición de video, imágenes y audio.

Los empleadores mostraron conocimiento sobre la curva de aprendizaje y el proceso de adaptación que los profesionistas viven al momento de ingresar al ámbito laboral. La mayoría de los problemas que se presentan durante este proceso recaen en las habilidades técnicas, sin embargo, los profesionistas buscan resolverlo ellos mismos y de una forma rápida. Los informantes mencionan que la actitud es un factor clave para acelerar el proceso de adaptación, si el profesionista muestra interés y una postura positiva, la curva de aprendizaje es más rápida y aumentan sus competencias profesionales. Mencionaron que una deficiencia en los comunicólogos se encuentra en las habilidades de desempeño laboral, tener un conocimiento más administrativo para conocer la dinámica laboral dentro de una empresa, cómo ser más ejecutivos y saber los protocolos de las áreas. También identifican un alto nivel de habilidades digitales en las nuevas generaciones de profesionistas, tienen más habilidades técnicas, pero existe un descuido de las competencias comunicativas básicas. No sólo se necesita de desarrollar lo digital a nivel técnico, sino ser capaces de usar esas herramientas con un propósito comunicativo, aprovechar las ventajas del acceso a la información que tenemos actualmente y tener la idea de seguir aprendiendo. El que un egresado piense que ya

aprendió todo es un error muy grave, nunca se deja de aprender y menos ahora que las tendencias cambian de un día para otro.

“porque la empresa, la capacitación que da pues es justamente en cuanto a las herramientas que utilizamos, también utilizamos muchas herramientas de medición, de softwares que hacen monitoreos o hacen *benchmark* y también los capacitamos”  
E-CD-Carlos-26

“lo que también me he dado cuenta es conforme va avanzando, el tema de que les dan estas habilidades técnicas y así, ha disminuido la parte teórica u otras herramientas por ejemplo el tema de redacción... sabes hacer lo técnico, vamos a hacer la campaña me topo con broncas de que no sabe escribirlo... que como comunicación tenía esa parte, esa ventaja de que te hacías experto en redactarlo, los mensajes, en construirlos y creo que eso se ha perdido” E-CD-Manuel-33.

Los profesionistas de la comunicación han tenido que enfrentar los cambios desde los espacios laborales, otro de los objetivos de la investigación recae en describir las competencias que los comunicólogos poseen al ingresar al campo laboral y de qué forma esos conocimientos y habilidades les ayudan a cumplir con sus tareas diarias.

### **5.1.3 COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL COMUNICÓLOGO**

Un gran número de los informantes tuvo la oportunidad de ingresar al campo laboral antes de graduarse. Las prácticas profesionales y el servicio social son un buen vínculo entre las universidades y las empresas, sin embargo, la experiencia de los informantes fue, en su mayoría, negativa por el trato que recibieron y las actividades mínimas que les solicitaban. Los profesionistas que laboraron en algún área de la comunicación antes de salir de la universidad percibieron ventajas en el desarrollo académico ante los compañeros que no trabajaban. Al tener el contacto directo con la realidad laboral podían desarrollar de mejor forma las competencias que les exigían, basándose en los conocimientos que aprendían en las clases y la práctica que llevaban a cabo en el espacio de trabajo. Otra ventaja fue el poder

conocer las áreas de la comunicación y de esta forma decidir hacia dónde querían enfocar su perfil profesional.

“Yo creo que lo más importante es tener la experiencia, yo creo que yo si tuve una ventaja porque empecé a trabajar en tercer semestre entonces yo ya no salí como de no sé hacer nada, ya sabía bien cómo se movía, ya me pude dar el lujo de “yo periodista no”, porque ya había visto cómo era, este creo que la experiencia es bien importante” PC-CS-Gabriela-25

“yo creo que, es difícil porque me siento como muy afortunada de haber podido trabajar en varias áreas diferentes porque trabajé en comunicación política, periodismo y comunicación organizacional entonces digo... son tres áreas completamente diferentes”... “pero también me confunde más, porque nunca tuve tan claro qué área de la comunicación quería por eso también me atreví a probar tantas y es como un arma de doble filo porque por un lado siento que si me dio mucha ventaja sobre el resto de mis compañeros, no para pelear ni nada, pero me refiero a que si estar en el campo laboral si es totalmente distinto a estar sólo en la escuela pero por otro lado también me di cuenta que es muy amplio todo lo que pueden hacer los comunicólogos entonces también no tengo tan claro que es lo que más más me gusta, a lo que me quiero dedicar por siempre, entonces por eso siento que son como los dos polos...” PC-CO-Angie-24

Al cuestionar sobre su primera experiencia laboral y la percepción que tuvieron sobre sus conocimiento y habilidades ya como egresados, los informantes mencionaron que al principio sintieron una inseguridad ante sus competencias. El sentir cambió cuando empezaron a desarrollar las actividades del puesto y se dieron cuenta que poseían los conocimientos y sólo faltaba llevarlos a la práctica. Otra percepción que tuvieron fue hacia la parte técnica, no coincidían en la mayoría de los casos las herramientas y programas digitales con los que habían aprendido en la universidad y los que el espacio de trabajo brindaba, sin embargo, aseguran que el problema lo solucionaron a través de la práctica del software al que tenían acceso en el campo laboral. Los primeros días dentro de un espacio de

trabajo nuevo implican un proceso de adaptación y de aprendizaje, tanto en la parte del uso de herramientas y dispositivos tecnológicos, la forma en que se realizan las actividades, el estilo del contenido y las dinámicas laborales que pueden existir en el equipo de trabajo. Los profesionistas y los empleadores coinciden que una buena actitud ayuda a que esta primera etapa de adaptación sea más rápida y con mejores resultados.

Los profesionistas de la comunicación que comenzaron a ejercer en áreas de comunicación digital o como *community managers* se enfrentaron a un proceso de aprendizaje obligatorio, entraron a un campo con constantes cambios y del que no se tenía muchos conocimientos, sin embargo, mostraron una actitud de adaptación a las exigencias del entorno, interés por investigar las dinámicas de interacción que se presentan en estos espacios, aprender a usar las herramientas digitales, comprender términos y tecnicismos propios de la cultura digital. La postura por parte de los informantes fue positiva, buscando siempre el solucionar los problemas a los que el desconocimiento del área los podía orillar para poder cumplir con las tareas laborales que a diario se le solicitaban.

“todo lo que hacía de *community* era porque yo lo había buscado, ¿Sabes? o sea porque yo había aprendido lo que hacía un *community manager*, cómo lo hace... y cuando entro a la agencia me doy cuenta de que sabía lo ultra básico, nada que ver con lo que en realidad se requiere”... “me dieron la oportunidad de entrar a trabajar con ellos pero en realidad estaba aprendiendo, estaba trabajando pero estaba aprendiendo”... “sobre todo también eso de aprender las herramientas, como para el trabajo diario tienes que saber usarlas y luego no tienes ni idea de que existen” PC-CD-Andrea-26

Los profesionistas de la comunicación participantes en el estudio demostraron un buen nivel de competencias profesionales, los empleadores dan mayor peso a los conocimientos básicos para llevar a cabo una buena comunicación que a la importancia de tener grandes habilidades digitales. Lo anterior nos lleva a reformularnos la necesidad de adaptar los programas educativos dando mayor énfasis a las competencias digitales, los resultados del estudio expresan que el desarrollo de competencias profesionales encaminadas

a la dinámica digital necesita de una formación teórica dentro de la universidad y la capacidad de llevar esos conocimientos a la práctica con ayuda de la tecnología. Una buena competencia digital recae en la posibilidad de solucionar un problema o cumplir un objetivo a través del uso de los dispositivos y herramientas digitales más que el uso y manejo de éstos.

Los empleadores, así como los profesionistas de la comunicación comprenden la competencia digital como la combinación de conocimientos, habilidades, capacidades, valores y actitudes que ayudan a alcanzar objetivos en contextos digitales y con herramientas tecnológicas. Si retomamos las dimensiones de Santillán Aldana (2011 citado en Cortés, Orozco, Rodríguez, y Luna, 2013), los informantes demuestran un buen nivel de las siguientes competencias.

1. La dimensión del aprendizaje que consiste en la transformación de la información en conocimiento y su adquisición (Santillán Aldana, 2011 citado en Cortés, Orozco, Rodríguez & Luna, 2013): Los informantes expresaron que el acceso a la información y plataformas digitales como lo son YouTube, Google o incluso Facebook son de gran importancia para su formación continua. Los profesionistas de la comunicación han utilizado habilidades adquiridas durante su formación universitaria para acceder, seleccionar, sintetizar y analizar la información a la que tienen acceso a través del internet.
2. Dimensión informacional, a través de la obtención, evaluación y tratamiento de la información dentro de los espacios digitales (Santillán Aldana, 2011 citado en Cortés, Orozco, Rodríguez y Luna, 2013): Habilidad que los informantes desarrollan con base a los conocimientos adquiridos a través de materias como investigación, métodos cualitativos, análisis del discurso y géneros periodísticos.
3. Dimensión comunicativa, enfocada en la comunicación interpersonal y social, adquisición y dominio de destrezas con la finalidad de usar las herramientas tecnológicas en áreas sociales, personales y culturales (Santillán Aldana, 2011 citado

en Cortés, Orozco, Rodríguez y Luna, 2013): En el caso de esta dimensión, los informantes desarrollan las habilidades a través del uso continuo de los sitios, herramientas y dispositivos tecnológicos, la mayoría, adquirió esta competencia por motivos personales y sociales más que laborales.

4. Dimensión de la cultura digital, se centra en las prácticas sociales y culturales de la sociedad del conocimiento, consiste en la preparación para el mundo virtual con el objetivo de formar personas críticas (Santillán Aldana, 2011 citado en Cortés, Orozco, Rodríguez y Luna, 2013): Con respecto a esta dimensión, los informantes no expresaron posturas claras. Algunos de ellos se muestran críticos hacia los cambios que se están generando, pero la mayoría comunicó una postura positiva sobre el tema de lo digital hacia el desarrollo del área de la comunicación.
5. Dimensión tecnológica, implica el conocimiento y dominio de entornos digitales y la alfabetización digital (Santillán Aldana, 2011 citado en Cortés, Orozco, Rodríguez y Luna, 2013): Los informantes expresaron que la práctica y el uso continuo de los dispositivos tecnológicos y las herramientas digitales ayudaban y facilitaban el desarrollo de la habilidad. El apoyo entre compañeros para solucionar dudas es muy común, así como la consulta de tutoriales y blogs en internet.

Los informantes no perciben como un problema la necesidad de adquirir las competencias digitales, al contrario, muestran una actitud positiva y abierta al cambio, conciben a las competencias técnicas como habilidades con mayor facilidad de ser adquiridas dentro del campo laboral a través de la práctica y uso continuo. Para el presente estudio se retoma la propuesta de Santillán Aldana (2011) para llevar a cabo el análisis de las competencias digitales, sin embargo, durante la realización de la investigación y basándonos en los resultados del trabajo de campo, se cuestiona la noción de “competencia digital”. Es decir, ¿podemos hablar de “competencia digital” como una noción independiente a las competencias profesionales?

Según Santillán Aldana (2011) podemos visualizar cinco dimensiones que integran la competencia digital -del aprendizaje, informacional, comunicativa, de la cultura digital y tecnológica-; sin embargo, éstas se basan en procesos básicos que el alumno desarrolla durante su formación dentro de un enfoque basado en competencias profesionales, sólo se agrega el uso de la tecnología, que más que una competencia se puede considerar como una habilidad complementaria en este proceso de adquisición. Las nuevas tecnologías se deben ver como herramientas para lograr objetivos específicos, no se pueden convertir en el eje principal de la formación profesional sino se deben considerar como elementos que complementan y ayudan a los estudiantes en el proceso de desarrollo de competencias profesionales.

Un referente teórico importante para el desarrollo de la presente investigación es la postura de los expertos de *Tunning Educational Structures in Europe* así como el de América Latina. En estas propuestas las competencias profesionales se dividen en dos principales, las específicas, que corresponden a cada campo de estudio y las genéricas, se refieren a las competencias presentes en cualquier programa de titulación. Las últimas se pueden clasificar, a su vez, en competencias instrumentales, interpersonales y sistémicas (González y Wagenaar, 2003 citado en Morita, Escudero y García, 2017).

Las competencias instrumentales se refieren a las capacidades cognitivas, metodológicas, técnicas y lingüísticas que el alumno debe de desarrollar para la comprensión, construcción, manejo y uso crítico de la información en las actividades de su práctica profesional. Las competencias interpersonales recaen en las habilidades de relación social e integración con la finalidad de lograr un trabajo en equipo y actividades multidisciplinarias. Las competencias sistémicas son habilidades que se relacionan con el entendimiento, la sensibilidad y el desarrollo de conocimiento (González y Wagenaar, 2003 citado en Morita et al., 2017).

Con base a lo anterior podemos dar sustento al cuestionamiento de la noción de competencias digitales ya que el uso de la tecnología se puede ubicar dentro de las competencias instrumentales y entenderlo como una destreza tecnológica, ya que el objetivo por el que se da uso de estas nuevas herramientas se construye bajo un proceso cognitivo, metodológico pensado fuera de la categoría digital. Lo antes mencionado nos orilla a replantearnos el concepto mismo de lo digital, un término actual y presente en todas las áreas de estudio pero que no posee un sustento más allá del uso de la tecnología para una actividad. Se requiere, entonces, de un planteamiento y una línea de pensamiento basado en lo digital para aquellos fenómenos que son originados en este nuevo escenario, sin olvidar para ello, la convergencia digital.

Las instituciones educativas se han preocupado por brindarle los conocimientos y herramientas necesarias para que los alumnos se inserten al campo laboral, sin embargo, es necesario primero comprender las modificaciones presentes en el área de la comunicación y con ello poder definir el nuevo perfil del comunicólogo. Derivado de la dinámica digital y el impacto que ésta tiene en las actividades diarias, es necesario adoptar la idea de que la tarea de actualización constante de las competencias requiere de un trabajo en conjunto por parte de las universidades, de los empleadores y de los mismos profesionistas. Como lo menciona Jairo Ortiz González (2010) en su investigación, las instituciones formadoras deben de enfocarse en brindar los conocimientos y herramientas básicos del perfil de la comunicación, los empleadores deben de estar conscientes que necesitan invertir en cursos de actualización para sus empleados y los profesionistas de la comunicación deben generar el interés por buscar modelos de aprendizaje fuera de la universidad para complementar su formación.

Los informantes mencionan que un factor que influye en la percepción que tienen los empleadores sobre sus competencias profesionales adquiridas en la universidad es “el perfil de egreso”, debido a que al ser formados con características muy generales da la impresión de ser profesionistas “todólogos”. Lo anterior se traduce en inseguridad al momento de ingresar al campo laboral. Estudios anteriores mencionan la situación y hacen énfasis en la importancia de brindar los conocimientos generales básicos de la comunicación y motivar a

los estudiantes a definir su perfil enfocándose a un área de especialización antes de egresar, así como la necesidad de profesionalizar el trabajo que se desarrolla en el área de comunicación digital (Rojas y Gutiérrez, 2009).

“te enseña como el, como el perfil, cómo tú como comunicólogo puedes hacer tooodoo, esto no lo aprendes en la universidad, pero puedes hacerlo y ya cuando sales y te dicen que si puedes hacer algo que estaba dentro de todo eso dices “ah, sí”  
PC-CS-Gabriela-25

Sin duda se requiere de una definición del perfil profesional en el área de la comunicación digital, tomando en cuenta las características de la cultura digital como son la interactividad, la hipertextualidad y el carácter multimedia de las nuevas dinámicas. Lo anterior no debe restarle importancia al desarrollo de las habilidades y el conocimiento básico de un comunicólogo como lo es el uso y manejo del lenguaje. Barrios (2014) en su investigación menciona que las instituciones formadoras no deben de olvidar o descuidar la formación básica de la carrera por darle mayor peso a las habilidades tecnológicas.

El interés principal de la investigación es conocer cómo se lleva a cabo ese proceso de adquisición de las competencias digitales en los profesionistas de la comunicación, para ello, debemos partir de los conocimientos y habilidades que los informantes adquirieron en la universidad y que les brindaron las herramientas para ingresar y permanecer en el campo laboral. Para la presentación de estos resultados, se dividirán en diferentes áreas: la teórica, la parte que corresponde a las bases técnicas y algunas posturas sobre qué es lo que falta contemplar en la formación universitaria.

Como primer punto nos enfocaremos a la parte teórica, en la mayoría de los casos los informantes durante su preparación universitaria creían que estas materias no eran importantes, sin embargo, al egresar consideran que es un área que les brinda las bases de la profesión. La parte teórica no sólo ayuda a desarrollar un perfil profesional, sino aporta al alumno la posibilidad de tener un pensamiento crítico, una sensibilidad social y toda una base que sirve como referente para comprender las dinámicas sociales y de la comunicación. Dentro de las materias que más conocimientos aportaron al profesionista mencionaron

análisis del discurso, teorías de la comunicación, géneros periodísticos, semiótica, lingüística, taller de redacción, habilidades escritas y ortográficas, ciencias sociales y teorías sociales. Otro punto en que coinciden los informantes es en la postura que la universidad te brinda los conocimientos básicos de la carrera y genera en los estudiantes una sensibilidad social a través de esos conocimientos, te enseña “cómo aprender”, te brinda valores y te ayuda a formar una base para que al momento de egresar el profesionista pueda seguir formándose y adaptándose al entorno.

“semiótica, hizo una diferencia y todos lo sabemos, como una diferencia de semiótica y post semiótica en la escuela, así muy trascendental obviamente para mí pues lenguaje audiovisual, y todo lo demás, las de producción me fueron útiles, pero no me dedico realmente a la producción, entonces las uso para cosas más prácticas pero yo sé que no las ejecuté inclusive adecuadamente pero, sí que me han servido sobre todo pues para tener un ojo crítico en cuestiones visuales, bueno pues las teorías de la comunicación, pareciera que no pero dan mucha información sobre todo en el proceso de comunicación” PC-CMP- Cristina-46.

“yo creo que, una de las que más agradezco es que siempre se preocuparon mucho a enseñarnos a leer y escribir, leer y escribir correctamente” PC-CD-Andrea-26

“Yo creo que lo que más aprendí en la universidad fue como a aprender... te enseñan a buscar, a saber, dónde buscar, a saber, qué hacer.” “Entonces yo creo que son esas cosas, no es lo mismo que busque “cómo redactar un libro” a que yo busque “estrategias para redactar texto pdf” y son cositas que vas aprendiendo, obviamente cuando yo entré en la universidad también buscaba cualquier cosa” PC-CS-Gabriela-25

El segundo punto corresponde a los conocimientos y habilidades que brindaron al estudiante las bases técnicas necesarias para su desempeño como profesionista. Existe una gran coincidencia en las percepciones de los profesionistas de la comunicación entrevistados sobre una formación insuficiente en esta área técnica, ya que sólo se les enseña a usar el

programa, el uso de las herramientas, pero no reciben la parte de conceptualización que se requiere para elaborar un producto con ese *software*. Lo anterior no genera gran preocupación a los informantes debido a que creen que las habilidades técnicas son más fáciles de adquirir y desarrollar a través de la práctica diaria y con base en las exigencias que requieren las actividades laborales, así como el tipo de herramientas y dispositivos digitales que ofrezca el espacio de trabajo. La práctica constante en esta área técnica es un elemento básico para el desarrollo de la habilidad, en la universidad te brindan las bases y a través del uso continuo se mejora la competencia digital.

“siendo muy honestos yo no lo recibí y lo fui formando y no necesité hacer otra carrera para formarme en ese tema... las habilidades técnicas son más fáciles de adquirir que esta formación del uso de lenguaje, entonces creo que sí es necesario ir planeando esto y que se regrese a lo básico” E-CD-Manuel-33

En el tercer punto se exponen algunas percepciones de lo que hace falta en la formación universitaria de los profesionistas de la comunicación. Los informantes mencionaron que el área en la que se sintieron menos competentes no fue la tecnológica sino la capacidad de saber cuál es el producto o servicio profesional que les podía ayudar a entrar al campo laboral. Existe todavía un sentimiento de poco conocimiento sobre las actividades que debe realizar un profesionista de la comunicación, situación que se presenta tanto en los espacios laborales como en los comunicólogos mismos. Es necesario formar a los profesionistas con habilidades que los lleven a saber cómo gestionar su trabajo en entornos diversos, sobre todo en áreas de comunicación digital, que egresen con la capacidad de entender la dinámica económica local y saber cómo ingresar a ésta y generar mercado, ya que en la mayoría de los casos se tienen los conocimientos para cumplir con las actividades que demanda el campo laboral pero no se sabe cómo venderlo. Para los informantes es una situación preocupante ya que poco a poco se va desgastando el mercado de la comunicación, se requieren competencias económicas de mercado para saber vender las actividades y servicios de los profesionistas de la comunicación.

“el gran desafío es cómo se están articulando al modelo económico vigente, cómo se están vendiendo, cómo se están ofertando, y es ahí donde yo pienso que más que habilidades digitales, más que esta distinción entre lo digital y lo análogo es más bien competencias de mercado, competencias económicas” E-CS-Fabian-33

Los informantes toman como base los conocimientos y las habilidades que su formación universitaria les brindó y buscan diferentes formas para llevar a cabo el aprendizaje necesario para cumplir con las exigencias del campo laboral. La mayoría lo realiza informalmente o por cuenta propia.

#### **5.1.4 ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS DIGITALES FUERA DE LA UNIVERSIDAD**

Los profesionistas de la comunicación que se enfrentan a los cambios derivados de la cultura digital dentro de los espacios de trabajo son orillados a buscar formas diferentes de aprendizaje, para así, adquirir las competencias digitales que exige la nueva dinámica laboral. La principal manera en que desarrollan las habilidades es con base a la experiencia dentro de los espacios de trabajo, los informantes mencionaron que el mismo campo laboral te instruye y te guía para adquirirlas. En el momento en que los profesionistas entran al espacio laboral pueden visualizar las maneras que existen para cumplir con lo solicitado, una mezcla entre lo que la universidad le brindó y las herramientas disponibles en el espacio de trabajo.

“o sea yo lo he aprendido en la marcha pues, por interés y por necesidad, no me formaron para eso...” "en mi caso como son cosas que tenía que usar, yo no podía rechazarlas, así era la manera, entonces pues simplemente las vas usando y las vas aprendiendo a usar y vas descubriendo hasta dónde te sirve, hasta dónde no, etcétera" E-CE-PABLO-58

“y ya la descargué y la empecé a usar, o sea primero vi la necesidad, que era muy complicado hacerlo desde la galería de imágenes y ya la descargué y les he dicho a mis compañeras pero no la descargan (tono de sorpresa) y es mejor porque luego

mandan las primeras planas y todas volteadas, y ahí es bien fácil porque la tomas, la recortas, le subes el brillo, o sea está muy muy funcional” PC-CS-Gabriela-25

“La computadora pues esa, yo empecé a editar desde que estaba en la secundaria, la prepa y ya de ahí fui avanzando y es a lo que más le he invertido dinero y poder sacar bien el trabajo” “el *final cut* y con eso aprendí a editar, es muy intuitivo, sabes cómo mover la línea del tiempo, aprendes a mover los clips del video, es muy fácil de aprender a usarlo, pero ya cuando son cosas más grandes ahí es cuando aprendí a usar el premiere pero empecé usando final cut para los videos de la escuela y así” PC-CMP-Hermes-24

Los informantes mencionaron que fue necesario un proceso de “dejar a un lado” la forma en que ellos sabían hacer las cosas para así, poder adaptarse a la manera en que el espacio laboral les exigía llevar a cabo las actividades. También mencionan que se requiere de un aprendizaje autogestionado, depende mucho del mismo profesionista el tener una actitud abierta a modificar las formas y adaptarse a la dinámica de trabajo. Los empleadores son conscientes de esta etapa inicial en la que el comunicólogo reconoce el espacio laboral por lo que, en la mayoría de los casos, se les brinda un curso de inducción o una pequeña capacitación, sobre todo cuando se cuenta con herramientas o dispositivos exclusivos para la empresa.

Existe un nivel de interés por parte de los profesionistas en buscar cursos, talleres diplomados o certificaciones que les permitan continuar con su formación profesional, sin embargo, el poco tiempo libre y el costo son factores que no les permiten llevar a cabo un aprendizaje formal a través de estas opciones. Al enfrentarse con la falta de tiempo y el costo de una capacitación, los informantes aseguran que adquieren los conocimientos y habilidades a través de tutoriales en plataformas digitales como *YouTube*, el motivo principal es el fácil acceso a la información, la comodidad del medio, la simplicidad con la que se expone los conocimientos y la practicidad que brinda lo digital. Los compañeros de trabajo son importantes en un proceso de aprendizaje, la mayoría de los informantes asegura que el apoyo que recibe de sus pares es de gran ayuda al momento de adquirir las competencias digitales.

Los profesionistas exponen un interés hacia la investigación propia debido a la necesidad de lograr un aprendizaje continuo, el campo laboral contribuye a este interés por el ritmo y dinámica de los cambios digitales. Los informantes mencionan que el elemento principal para la adquisición de las competencias digitales es la actitud, tanto para la capacitación continua, como a la investigación propia y también hacia el proceso de adaptación. Los profesionistas deben estar interesados en los cambios y tendencias actuales. Tener una actitud positiva para ser capaces de aprovechar las oportunidades, presupuesto y situaciones del espacio laboral para desempeñar correctamente su trabajo.

“yo como profesional que en algún momento tuve que decidir sobre la contratación de comunicólogos, de recién egreso, yo lo que más quería, una característica era que tuvieran, ganas de aprender, ganas y disposición de aprender, que eso es difícil de encontrar, porque de pronto encontramos en los egresados, ya no tenían esas ganas de aprender, tenían poca iniciativa y un poco deseo de buscar alternativas, entonces yo creo que... la proactividad y las ganas de aprender, yo creo que son dos características que deben de tener pero bien presentes y una actitud sí positiva pero para el aprendizaje también” PC-CS-Carmen-42.

Los informantes afirman que el problema no recae en el uso o no de las tecnologías para desempeñar sus actividades, al final ellos se han adaptado a estos cambios y nuevas exigencias; ellos perciben otras situaciones que a su punto de vista afectan al campo laboral y la etapa de inmersión a éste por parte de un recién egresado. Los profesionistas entrevistados consideran que es necesario hacer una pausa y replantearse el papel de los comunicólogos en este nuevo escenario, de esa forma se tendrá una guía para los egresados, sabrán claramente la manera en que ellos pueden ejercer y sobre todo el gran valor que tiene su trabajo en lo digital.

Se requiere de una definición clara del perfil del comunicólogo y las diferentes áreas en las que se puede especializar. Es una tarea en la que deben intervenir tres actores principales: las universidades al responder ¿Para qué estamos formando a los comunicólogos?, el profesionista enfocando su perfil profesional a un área específica y los

empleadores al cuestionarse ¿Por qué? y ¿Para qué necesito a un comunicólogo? El principal problema al que se han enfrentado los informantes es a la exigencia de “saber hacer de todo”, debido del perfil de egreso tan general se comete este tipo de desaciertos, que finalmente recaen en el problema de una mala definición del perfil y de las actividades de un profesionalista de la comunicación.

La falta de definición de las actividades que puede o no llevar a cabo un comunicólogo causa un problema de identidad profesional. Los informantes aseguran que es muy difícil explicar y hacer tangible su trabajo, se han enfrentado a situaciones de esta índole en el campo laboral. Por una parte, existe gran cantidad de variables respecto al nombre de la profesión en las universidades lo que abre la posibilidad de interpretar de diferentes formas la labor de los profesionistas egresados de esos programas de estudio. Otro factor dentro de esta problemática es la poca valoración del trabajo en las áreas de comunicación por parte de los empleadores, lo que lleva a generar ideas erróneas sobre la importancia de una buena comunicación en los espacios de trabajo. Lo anterior tiene como consecuencia la exigencia hacia los comunicólogos de ser profesionistas “todólogos”, “multitarea” y expertos en todas las áreas de la comunicación. Para los informantes es necesario trabajar desde la formación profesional, enseñarles a los nuevos profesionistas la forma en que ellos pueden enfrentar estos problemas a través de modelos de intervención desde la comunicación, valorizar su trabajo y saber monetizar sus habilidades y capacidades. Al final, el trabajo de un comunicólogo se naturaliza, se hace intangible e invisible y por consecuencia pierde valor comercial. La comunicación bien hecha suele no notarse, pero la comunicación mal hecha se nota a gran escala.

“el reto de la reivindicación de la comunicación bajo los criterios más profesionales de que los que nos dedicamos a ello, le demos el peso específico” E-CS-Fabian-33

“La parte técnica nos pone a los comunicólogos y a muchas profesiones nos pone vulnerables, YouTube o sea, los estos cursos en línea” “Esa creo que es la más importante que nosotros ofrecemos buen contenido, nosotros traemos una base teórica muy, como muy fuerte y vemos esa parte social también, no sólo es vender, vender,

vender sino también dices bueno, pero si ya vamos a vender, vamos a vender algo de calidad” PC-CD-Jessica-26

Con base en los resultados obtenidos podemos asegurar que las competencias digitales no sólo involucran un buen uso de los dispositivos y herramientas digitales sino en enfrentar los cambios y exigencias del entorno con ayuda de la tecnología para llegar a resolver un problema dentro de la dinámica de la sociedad del conocimiento. Por lo anterior, la investigación fundamenta en las categorías expuestas en el enfoque educativo de la socioformación como una propuesta ideal para una educación basada en competencias, tomando en cuenta los cambios que se presentan en la actualidad.

### **5.2.2 ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS DESDE LA SOCIOFORMACIÓN**

Es un gran reto para las universidades el formar a los profesionistas con las competencias necesarias para insertarse de forma rápida al campo laboral. Sin duda, para ello se requiere romper paradigmas y estar abiertos a nuevos modelos de educación enfocados a las dinámicas de la sociedad del conocimiento. El principal objetivo de la presente investigación es realizar el análisis del proceso de adquisición de las competencias digitales de los profesionistas desde la socioformación.

La socioformación al ser un enfoque educativo diseñado para responder las exigencias de la sociedad del conocimiento, brinda a los alumnos una formación y desarrollo de competencias basadas en la creatividad, la innovación y la búsqueda de resolución de problemas (Tobón, 2017a). El escenario actual exige a los profesionistas habilidades encaminadas a proponer soluciones y mejoras sociales a través del conocimiento.

Una educación con un enfoque socioformativo permite aplicar y desarrollar los conocimientos antes de egresar, lo que genera una seguridad en el profesionista y lo hace sentir competente, por ende, su desempeño laboral mejorará. En los casos en los que los informantes tuvieron o buscaron la oportunidad de comenzar a ejercer la carrera antes de salir de la universidad, se logra percibir mayor seguridad ante sus competencias profesionales. Los profesionistas mencionan que es importante ser capaz de enfrentarse a las crisis, resolver

problemas, ser tolerantes ante la frustración, adquirir habilidades de desempeño laboral y desarrollar una buena inteligencia emocional. Lo anterior se desarrolla en ambientes reales encaminados a actividades concretas como lo es el campo laboral. Dentro de los resultados de la presente investigación podemos visualizar la importancia que tienen este tipo de competencias que se desarrollan en escenarios laborales, bien lo mencionan los autores de la investigación “*Cerrando la brecha de las competencias profesionales genéricas. Un estudio de Teoría Fundamental*” (Morita et al., 2017): Las competencias genéricas son un elemento que ayuda al profesionista a ingresar y mantenerse en el campo laboral.

Los informantes mencionaron que han adquirido este tipo de competencias al momento en que empiezan a desarrollar tareas reales en los espacios laborales. La socioformación propone diferentes estrategias de aprendizaje para que el alumno pueda desarrollar de mejor forma las competencias que le ayudarán a desarrollarse y crecer profesionalmente al egresar de la universidad. Los comunicólogos participantes en esta investigación afirman que el adquirir este tipo de competencias como lo son: trabajo en equipo, actitud de cambio, manejo de crisis, tolerancia a la frustración, actitud encaminada a resolver problemas y el desarrollo de una buena inteligencia emocional, son elementos que los hacen sentir más competentes a nivel profesional y que marcan la diferencia ante otros profesionistas del área.

La socioformación es un enfoque de educación integral que define a las competencias como las actuaciones integrales ante actividades y problemas de contexto (Tobón, Pimienta, y García, 2010), busca motivar a los estudiantes a la resolución de problemas desarrollando el saber “ser”, el saber “hacer” y el saber “conocer” desde una perspectiva de mejora continua. Dentro de los aprendizajes que se desarrollan con este enfoque se encuentran: una sensibilización al entorno, conceptualización y manejo de información, resolución de problemas, formación de valores, trabajo y colaboración en equipo, una buena comunicación, desarrollo de la creatividad, trabajo transversal, habilidad de gestionar recursos y una valoración metacognitiva. Aprendizajes que responden de una buena forma ante las exigencias actuales que los empleadores expresaron en la investigación.

La socioformación busca el desarrollar las competencias de una forma integral, una de las estrategias que propone es el proyecto ético de vida; a través de éste motiva a los alumnos a ser capaces de lograr una sensibilidad ante los fenómenos sociales, organizacionales y comunitarios. Lo anterior brinda de grandes herramientas al profesionista para tener la capacidad de presenciar, describir y comprender los cambios del entorno, para así, proponer e innovar la forma de enfrentar esas modificaciones. Para los comunicólogos es vital tener esa sensibilidad social, sobre todo para aquellos que ejercen en espacios laborales tan cambiantes como el área digital. La socioformación propone trabajar bajo un enfoque transversal, dinámica percibida en el proceso de adquisición de competencias digitales, los informantes mencionaron que la mezcla de conocimientos que adquirieron en diferentes materias, las experiencias que obtuvieron en su vida estudiantil y laboral, ayudaron en gran medida al desarrollo de las competencias profesionales actuales. No se trata de dividir los programas educativos en parte teórica y práctica, sino de motivar a los alumnos de hacer uso de todos esos conocimientos para aplicarlos a la solución de un problema del entorno. Al trabajar bajo este enfoque el alumno desarrollará la capacidad de enfrentarse a situaciones reales que le obliguen a aterrizar los conocimientos, habilidades y valores que posee y a elegir las herramientas disponibles para cumplir con objetivos específicos.

Otro objetivo que propone la socioformación es lograr un emprendimiento en los alumnos, motivarlos a desarrollar proyectos que se pueden aterrizar y consolidar al momento de egresar. Informantes y empleadores mencionaron la importancia de esta visión en el profesionista actual ya que les permite proponer, innovar y ampliar el mercado tomando en cuenta las necesidades del entorno. Motivar al desarrollo de proyectos de emprendimiento permitirá al alumno crear ideas innovadoras, propuestas con visión global para problemas locales, demostrar una habilidad para gestionar la información y el conocimiento. Características que los empleadores buscan en un profesionista.

Dentro de las diferentes formas de aprendizaje que expusieron los informantes se encuentra el apoyo entre compañeros, existe un gran número de experiencias sobre el desarrollo de competencias digitales entre pares, otra premisa de la propuesta socioformativa. El trabajo colaborativo es un elemento básico para el enfoque de la socioformación y lo

define como un proceso en el que un grupo de personas logran una meta en común a través de la implementación, articulación y complementación de los saberes y competencias con la finalidad de lograr un mayor impacto (Tobón, 2017b). El trabajo en equipo ayuda al desarrollo de las habilidades, conocimientos y valores que el profesional requiere.

Para el enfoque socioformativo es importante el desarrollo de un pensamiento complejo en los profesionistas para enfrentar las exigencias de la sociedad del conocimiento, la propuesta la presenta a través de cinco ejes principales: 1. La resolución de los problemas del contexto considerando los diferentes elementos que influyen y su relación. 2. Análisis conceptual. 3. Análisis crítico. 4. Análisis sistémico de los problemas y procesos. 5. Creatividad para generar nuevas soluciones ante los problemas (Tobón, 2015). Para cumplir con ese objetivo la socioformación describe las siguientes estrategias:

1. Trabajar con base en proyectos enfocados en la resolución de problemas del contexto. Una estrategia de trabajo por casos específicos ayuda a comprender a los estudiantes la forma de aplicar los conocimientos, habilidades y valores adquiridos durante su formación a la práctica. Los informantes mencionaron que es importante que la universidad no sólo te enseñe a hacer las cosas sino la lógica del por qué se pueden hacer así. Al final los profesionistas viven un proceso de adaptación a la forma de realizar el trabajo en los espacios laborales, sin embargo, el aprender a través del enfoque socioformativo les permite enfrentarse a proyectos reales guiados del docente. Dentro de las competencias que se pueden desarrollar con esta estrategia es la sensibilidad social y el interés de involucrarse al entorno próximo del estudiante. Lo anterior ayudará al profesional a generar una actitud de adaptación al contexto, aprender a solucionar problemas usando las herramientas tecnológicas y la información, así como la capacidad de utilizar los recursos disponibles para proponer la solución.
2. Articular en los proyectos de trabajo, saberes de diferentes disciplinas. Una de las exigencias más comunes por parte de los empleadores entrevistados va dirigida a que

el profesionista tenga la capacidad de mezclar conocimientos y habilidades diversas para proponer e innovar en los espacios laborales. La socioformación propone una forma de trabajo inter, multi y transdisciplinaria. Lo anterior permite al alumno desarrollar competencias genéricas y tener la habilidad de hacer uso de los conocimientos adquiridos y las herramientas disponibles para presentar una idea innovadora de solución.

3. Afrontar retos del contexto que exijan el desarrollo de valores. Los empleadores compartieron la preocupación y la necesidad de que las universidades no olviden formar en valores y actitudes a los profesionistas, ellos consideran que en las últimas generaciones la formación en esta área ha sido insuficiente ya que se ha priorizado a las habilidades tecnológicas. Es importante que los profesionistas de la comunicación cuenten con valores sociales que les permitan adquirir las competencias de una manera más completa.
4. La socioformación propone el proyecto ético de vida. A través de esta estrategia educativa el alumno será capaz de desarrollar competencias genéricas y profesionales para la sociedad del conocimiento desde sus metas y objetivos personales. Los profesionistas de la comunicación hicieron énfasis en la importancia de tener una sensibilidad y conocimiento social que les permita percibir los cambios en el entorno y de esta forma, adaptarse a las nuevas dinámicas. La implementación de un proyecto ético de vida brinda a los alumnos la capacidad de reconocer su entorno, desarrollar una adaptación a los cambios y generar una formación continua a través de la innovación y creatividad. Lo anterior son características propias de la sociedad del conocimiento.

Con relación a la exigencia por parte de los empleadores sobre el acceso, síntesis y análisis de la información, la socioformación responde a través de la cartografía conceptual. Proceso en el que se busca que el estudiante aprenda a gestionar la información para construir conocimiento alrededor de un concepto o teoría (Tobón, 2012). Los informantes demostraron

un interés sobre adquirir estas habilidades debido a la exigencia del contexto. Se mostraron privilegiados por el acceso fácil y rápido que se tiene a la información a través de las plataformas y sitios digitales, sin embargo, consideran que es necesario motivar a los alumnos a desarrollar estas habilidades informacionales desde la universidad.

Al analizar la forma en que los profesionistas de la comunicación adquieren las competencias digitales dentro de los espacios de trabajo, podemos afirmar que las diferentes maneras de aprendizaje informal que se llevan a cabo por parte de los informantes abonan y coinciden con las propuestas que presenta la socioformación. La idea principal de este enfoque educativo recae en la posibilidad de acercar a los alumnos a su realidad próxima, motivarlos a identificar las diferentes problemáticas del entorno y encaminarlos a generar propuestas de soluciones reales utilizando los diferentes conocimientos adquiridos, las habilidades y los valores; dinámica similar a la que se enfrentan los profesionistas en los espacios de trabajo.

Por todo lo anterior podemos afirmar que el enfoque socioformativo es una propuesta educativa innovadora que puede responder a las exigencias actuales dentro de las dinámicas de una sociedad del conocimiento, de esta forma, las instituciones educativas pueden preparar a los estudiantes con la capacidad de adaptarse a cualquier situación cambiante que se lleguen enfrentar en el día a día. Mas que enfocarse a la adquisición de habilidades técnicas, uso y manejo de dispositivos digitales, es necesario brindar bases sólidas para ser capaces de resolver problemas reales. Las propuestas que brinda la socioformación, así como el diseño de las estrategias de aprendizaje pueden ayudar a cerrar la brecha entre las competencias adquiridas en la universidad y las exigencias del campo laboral.

Los cambios en los programas educativos enfocados en la formación de los profesionistas de la comunicación son modificaciones a nivel contenido, sin embargo, no es suficiente al tratarse de un campo laboral guiado por la digitalización y apropiación tecnológica. Se debe realizar un cambio de paradigma, enfocarse en la manera de formar al profesionista más que a los conocimientos que debe de adquirir. Los informantes coinciden en que la competencia profesional que hace la diferencia actualmente no recae en cuánta

información o conocimientos posee el comunicólogo sino en la habilidad y capacidad de gestionarla y generar un cambio real con ésta.

La socioformación es un enfoque en desarrollo, con base en el análisis realizado en la presente investigación podemos cuestionarle la poca atención que se tiene, hasta el momento, en el área de los valores. Con relación a los resultados obtenidos en trabajo de campo, se afirma que la categoría más fuerte en este proceso de adquisición de las competencias digitales en los profesionistas de la comunicación recae en la “actitud”. Una buena actitud, abierta al cambio y a las ganas de adaptarse al medio es clave tanto para el crecimiento profesional de los comunicólogos como para la selección de los miembros de un equipo por parte de los empleadores. Para el desarrollo y complementación del enfoque socioformativo es necesario considerar a la actitud como elemento fuerte para la competitividad laboral del estudiante, además de motivar al alumno a desarrollar una buena inteligencia emocional y buen manejo de la frustración.

Además de lograr los objetivos planteados para el desarrollo de la investigación y responder a las preguntas que guían el presente trabajo, se pudieron identificar a través de la codificación de la información temas emergentes en el fenómeno de las competencias de los comunicólogos en el marco de la sociedad del conocimiento. Se mencionan a continuación.

Dentro de los principales problemas a los que se enfrentan diariamente en los espacios laborales, los profesionistas de la comunicación entrevistados mencionaron la falta de identidad. Se refieren con ello, a la poca claridad y definición que se presenta en los empleadores, en ellos mismos y en la sociedad en general sobre las actividades que debe desarrollar un comunicólogo dependiendo del campo laboral en donde desea ejercer. Lo anterior les dificulta la inserción a los diferentes espacios donde pueden desarrollarse profesionalmente. Es importante que los guías principales del ámbito de la comunicación en México ayuden a definir el sello profesional de la carrera, sin embargo, es un trabajo en conjunto con los actores del fenómeno, por una parte las universidades y las instituciones formadoras de comunicólogos a través de los planes de estudio y los perfiles de egreso; las empresas y empleadores al definir con claridad las actividades que requiere el puesto y

evaluar qué tipo de perfil profesional requieren y por último los profesionistas de la comunicación a través del desarrollo de ideas innovadoras sobre cómo entrar al campo laboral y poderse emplear. Sin duda se requiere de un diálogo continuo entre las universidades y el campo laboral, ambos marcando y definiendo las características y competencias profesionales del comunicólogo; un diálogo que se puede establecer a través de proyectos reales que vinculen a los estudiantes con las necesidades y problemáticas reales del campo laboral próximo a ellos.

Otro tema que requiere de gran atención por parte de las instituciones educativas es la necesidad de evaluar constantemente la pertinencia de los cambios curriculares que se realizan en los programas educativos encaminados a la formación de los profesionistas de la comunicación. Tanto empleadores como comunicólogos participantes en el presente estudio mencionaron que no se debe olvidar la esencia de la carrera de comunicación y que en ocasiones se da mayor peso a una formación técnica encaminada al uso y manejo de software y herramientas digitales que a una preparación en habilidades y conocimientos comunicativos. Los cambios que se realizan en los programas de estudios siempre buscan responder a las exigencias del campo laboral, sin embargo, la rapidez con la que se presentan las modificaciones derivadas de las dinámicas digitales nos debe orillar a hacer un alto y repensar los cambios que son verdaderamente necesarios en los programas de estudio. Evaluar qué elementos se deben de priorizar y que son fundamentales en una formación de los comunicólogos y cuales se pueden adaptar a las exigencias del mercado laboral. Lo anterior para no caer en una sobrevaloración de lo tecnológico, sin duda, podemos aprovechar las herramientas digitales, pero sin hacerlas un eje principal en la toma de decisiones en cuanto a la formación profesional se trata. Dentro de las características fundamentales en cuanto a la formación de los profesionistas de la comunicación se debe priorizar las habilidades y conocimientos comunicativos. Aquellos elementos que aportan al estudiante para ser capaz de construir conceptos de forma integral, estructurar de forma clara las ideas, elabora una línea de mensaje, poder comprender los procesos comunicativos, habilidades de comunicación oral y escrita, una comprensión del lenguaje y la posibilidad de construir contenidos tomando en cuenta a las audiencias.

Ante el cuestionamiento sobre el perfil del comunicólogo debemos pensar en que no existe un perfil “puro” como lo menciona Tanius Karam Cárdenas (2015), ya que existen diversas áreas en las que un profesionista de la comunicación puede desarrollarse y cada una de éstas exige ciertas características definidas con base en las funciones sociales y comerciales. Sin embargo, es importante que al momento en que rediseñemos el perfil del comunicólogo se piense en las tendencias educativas, las características del entorno laboral y social en relación al contexto y tipo de sociedad en la que el egresado se insertará.

Otro fenómeno al que nos enfrentamos cuando pensamos en qué características básicas debe tener el profesionista de la comunicación en nuestra sociedad, es la idea de pensar la definición siempre con base en las exigencias del campo laboral. Durante años se han presentado modificaciones, investigadores del área de la comunicación han nombrado a los diferentes perfiles como modelos, para presentar las características de un “perfil ideal”. En la búsqueda de dar respuesta a las exigencias actuales, en un escenario con dinámicas tecnológicas, los investigadores han elaborado propuestas encaminadas a la definición de un “quinto modelo” tomando en cuenta las tecnologías. El modelo considera a las tecnologías como una mediación presente de forma continua en cada área de nuestras vidas, tanto en el trabajo, en el ocio, las relaciones, el consumo y los afectos. Lo anterior guiando la idea más que un nuevo perfil “digital”, una tendencia que ha penetrado los perfiles y modelos clásicos. La idea de que la comunicación se ha modificado y requiere de nuevos conceptos y métodos que ayuden a describirla y explicarla (Karam, 2015).

Siguiendo la línea de la necesidad por describir y explicar la nueva comunicación, se requiere también de considerar el fenómeno desde la epistemología con la intención de facilitar la construcción curricular. En primer punto es importante no dividir las materias prácticas de las teóricas, sino ayudar al estudiante a comprender la formación bajo un modelo integral que requiere de ambos elementos para aterrizarlos en algo práctico, plantear la preparación profesional como continuo diálogo de teorías y habilidades prácticas bajo una perspectiva interdisciplinaria.

Respecto a los estudios que se han realizado entorno a la concepción epistemológica de la comunicación, podemos tomar como referente a Bernard Miège quien expone la importancia de realizar investigaciones innovadoras tanto teórica como metodológicamente. Los investigadores deben trabajar bajo un enfoque de integración de los fenómenos de estudio a las lógicas sociales de la comunicación ya conocidas, tomando como ejes primarios la mediación, la individualización, las prácticas informacionales y culturales como algunos ejemplos y no sólo centrarse en describir, intentar buscar argumentos para formar nuevos mercados o explicar los fenómenos. Un punto importante a considerar para las investigaciones actuales y futuras es la noción de interdisciplinariedad, una idea que ha marcado la comunicación desde sus orígenes y que ahora más que nunca podemos ignorar (Herrera-Aguilar, 2015).

Sin duda la reconfiguración de la comunicación es un tema que se debe abordar desde varios ejes, la academia, la práctica y el campo laboral. La presente investigación visualiza la dinámica que se presenta en los profesionistas dentro de los espacios laborales y cómo éstos logran enfrentar las modificaciones. Bajo las exigencias de la misma sociedad del conocimiento, la propuesta de la socioformación es una innovación educativa que aporta elementos importantes para que los estudiantes puedan desarrollar las competencias de mejor forma en el campo laboral.

## CAPÍTULO 6: CONCLUSIONES

Las nuevas dinámicas de comunicación originadas por el uso y apropiación de los dispositivos tecnológicos exigen profesionistas capaces de identificar, describir y comprender los cambios actuales y poseer las habilidades necesarias para el desarrollo de las actividades laborales. Las universidades e instituciones educativas se enfocan en cambios cualitativos en los programas de formación profesional con la finalidad de brindarle a los alumnos las competencias digitales y habilidades técnicas para que cuenten con las herramientas al momento de egresar e ingresar al campo laboral. El principal interés de la presente investigación se enfocó en conocer la forma en que los profesionistas de la comunicación adquieren las habilidades digitales dentro de los espacios laborales, para identificar los elementos que intervienen en el desarrollo de estas competencias dirigidas hacia las exigencias de un campo laboral en constante modificación. Lo anterior con el objetivo de analizar la relevancia de hacer los cambios cualitativos en los programas o apoyar la necesidad de romper paradigmas hacia modelos nuevos de educación, que más que enfocarse en el contenido, realizan propuestas de aprendizajes con ayuda de la tecnología que motivan al alumno a desarrollar habilidades tecnológicas y de manejo de la información.

Como primer objetivo específico se planteó describir las competencias digitales que los empleadores exigen a los profesionistas de la comunicación dentro del marco de la cultura digital. La investigación logró este objetivo y a diferencia de lo que la investigadora pensaba en un inicio, los resultados arrojaron que los empleadores dan mayor peso y preferencia a las competencias profesionales de la carrera, aquellos conocimientos y habilidades que el profesionista necesita para ser capaz de crear mensajes eficientes tomando en cuenta el contexto y los diferentes elementos que se presentan. Además, de anteponer el buen uso del lenguaje, la capacidad de síntesis y el análisis de la información ante las habilidades técnicas como el uso de dispositivos y programas tecnológicos.

Respecto al segundo objetivo específico que corresponde a identificar la forma en que los profesionistas de la comunicación adquieren las competencias digitales dentro del campo

laboral para enfrentar las transformaciones de la cultura digital, la investigación logró cumplir con lo planteado. Dentro de los principales resultados podemos visualizar que existe una consciencia en los profesionistas sobre la necesidad de una formación continua para poder responder de mejor forma a las exigencias del campo laboral. La forma de adquisición de las competencias es a través del uso continuo de los dispositivos, la consulta de tutoriales en plataformas digitales como YouTube y el apoyo entre los compañeros. Una categoría importante en este proceso es la actitud, los informantes aseguran que es un elemento que les ayuda a enfrentar el proceso de adaptación de una forma más rápida y mejor. Las actividades y el espacio laboral van guiando a los profesionistas para decidir qué dispositivos usar y de qué forma usarlos, lo anterior se desarrolla con base en los conocimientos previos del profesionista y las herramientas que cada espacio laboral le brinda. Las habilidades técnicas se desarrollan sin necesidad de estar en un espacio ideal, como comúnmente se plantea en la universidad, sino más bien, con base en la necesidad de solucionar problemas, el interés que muestra el profesionista y la práctica.

Para lograr el tercer objetivo específico se retomaron las ideas y postulados del enfoque educativo de la socioformación. Durante esta etapa de análisis se logró nombrar desde la teoría la forma en que los profesionistas de la comunicación enfrentan los cambios, adquieren las competencias digitales y responden ante los retos y problemas que día a día se presentan en los espacios laborales. Con lo anterior podemos concluir que la socioformación es una propuesta innovadora ante la educación y formación que exige la sociedad del conocimiento. El trabajo de campo ayudó a afirmar y complementar las ideas principales de la parte teórica. Se propone considerar el factor actitud y la necesidad de desarrollar una buena inteligencia emocional como complemento de una formación encaminada al desarrollo de competencias profesionales.

Los cambios se seguirán presentando, la parte digital ha cobrado aún más fuerza y se requiere profesionalizar la práctica y el ejercicio de la comunicación digital. Una competencia digital no sólo es ser capaz de usar herramientas digitales sino saber usarlas para cumplir con un objetivo o finalidad específica. Los profesionistas de la comunicación

participantes en el estudio lograron desarrollar estas competencias al enfrentarse a una situación que requería el uso de alguna herramienta digital, aseguran que continuamente se deben de adaptar a las necesidades del espacio laboral en el que ejercen. La comunicación digital es una buena oportunidad para el desarrollo del ámbito comunicacional, sin embargo, no puede quedar reducido a sólo la parte técnica ni tecnológica.

En conclusión, se cumplieron los objetivos planteados al inicio del proyecto de investigación. Los resultados obtenidos y el proceso de sistematización de éstos a través de la codificación abierta y axial, permitieron visualizar un problema grande en el fenómeno estudiado. Situación que no se contemplaba al inicio de la investigación como un factor importante que influía en la percepción de la brecha entre las capacidades con las que el profesionista egresa y las competencias que el campo laboral exige. Este problema corresponde a una crisis de identidad presente en los profesionistas de la comunicación, se tiene la percepción por parte de los informantes a una minimización constante del trabajo que se realiza en las áreas de comunicación. Se percibe una poca valoración de las actividades y un nulo reconocimiento por parte de los empleadores y de la sociedad en general a los conocimientos y habilidades que se requieren para desarrollar las tareas. Se piensa la comunicación como un proceso natural que no requiere de una preparación profesional para desarrollarse en los espacios de trabajo. El problema se ha potencializado por las nuevas dinámicas de comunicación digital, el uso de herramientas y dispositivos tecnológicos en los espacios de trabajo y la creación tan rápida de roles digitales. Existe una falta de especialización y profesionalización en estas nuevas dinámicas, personas formadas en otro tipo de profesiones o sin ninguna preparación están realizando actividades que competen a los comunicólogos. Lo anterior, presenta líneas futuras de investigación dirigidas a explicar la falta de identidad profesional en los comunicólogos, el papel que debe desempeñar un profesionista de la comunicación en los espacios laborales y los retos a los que se enfrentan ante la mala percepción de los empleadores.

## REFERENCIAS

- Baldessar, M. J., & Giglio, K. (2011, febrero). La piel y sus extensiones: Contribuciones de Kerckhove para la convergencia de la cibercultura. *Razón y palabra*, 20.
- Barbieri, A. E. (2005). El mundo laboral en la era de la postindustrialización. *Encrucijadas*, 7. Recuperado a partir de <http://www.uba.ar/encrucijadas/49/index.php>
- Barrios, A. R. (2014). El comunicador en el entorno digital. *Cuadernos.info*, 34, 165–181. <https://doi.org/10.7764/cdi.34.519>
- Barrios, A. R., & Zambrano, W. R. A. (2015). Convergencia Digital: Nuevos perfiles profesionales del periodista. *Anagramas Rumnos y Sentidos de la Comunicación*, 13(26), 221–240.
- Bell, D. (1991). *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. España: Alianza Editorial.
- Beneitone, P., Esquetini, C., González, J., Maletá, M. M., Siufi, G., & Wagenaar, R. (2009). Una introducción a Tuning Educational Structures in Europe. La contribución de las universidades al proceso de Bolonia. *Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto*, 96. <https://doi.org/978-84-9830-805-1>
- Bustamante, M. A., Lapo, M. del C., Oyarzún, C. H., & Campos, R. M. (2017). Análisis de la Percepción del Docente en Tres Universidades Chilenas tras la Implementación del Currículum Basado en Competencias. *Formación universitaria*, 10(4), 97–110. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062017000400009>
- Cárdenas, O. (2018, febrero). El México del Mañana. *Perfiles de Querétaro*, 18–22.
- Cárdenas, T. K. (2017, marzo). ¿Nuevas tecnologías, nuevos perfiles profesionales en comunicación? *Alaic*, 1–86.
- Castells, M. (2000). *La Era de la Información*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2005). *La era de la información (vol.1): Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Versión castellana de Carmen Martínez Gimeno y Jesús Alborés (Vol. I)*

- Chávez-Ceja, C. E. (2016). *De La Sociedad De La Información a La Sociedad Del Conocimiento*. México.
- Cortés, J. M., Orozco, G. L., Rodríguez, E. O., & Luna, V. R. (2013, junio). Impacto de las Competencias Digitales en el Desarrollo Académico del Estudiante Universitario. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo* ISSN: 2007-2619, (10). Recuperado a partir de <http://www.ride.org.mx/1-11/index.php/RIDSESECUNDARIO/article/view/279>
- Escudero, A. (2014). *Identidad y formación de ciudadanías Estudio de Teoría Fundamentada sobre el proceso de aprendizaje informal de Ciudadanía Activa*. Publicia Ediciones.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. (Sage, Ed.). Madrid.
- García, J. E. (2001, enero). Elementos que conforman la sociedad de la información. *Investigación bibliotecológica*, 163–194. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2001.31.3972>
- Gómez-Gómez, F. (2010, septiembre). Competencias profesionales en trabajo social. *Portularia*, 10(2), 51–63. <https://doi.org/10.5218/prts.2010.0016>
- Hernández, J., Guerrero, G., y Tobón, S. (2015). Los problemas del contexto: base filosófica y pedagógica de la socioformación. *Ra Ximhai*, 125–140. Recuperado a partir de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=46142596008>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta). México.
- Herrera-Aguilar, M. (2015). 40 años de investigación en información-comunicación. Avances y cuestionamientos. En Universidad Autónoma de Querétaro (Ed.), *Historia y aportes sociales de la investigación de la comunicación en México. Acuerdos y discusiones sobre su núcleo disciplinario* (p. 316). Querétaro, México: Editorial Universitaria.

- Hidalgo, J. (2017). El desarrollo del campo de la comunicación y el quehacer profesional del comunicador. En *Charla de egresados*. México.
- Instituto de Tecnologías Educativas, & Departamento de Proyectos Europeos. (2011). *Competencia Digital*. España.
- Karam, T. (2015). El quinto perfil de la enseñanza universitaria. Actualizando el concepto del profesional en comunicación. En Universidad Autónoma de Querétaro (Ed.), *Historia y aportes sociales de la investigación de la comunicación en México. Acuerdos y discusiones sobre su núcleo disciplinario* (1a ed., p. 316). Querétaro, México: Editorial Universitaria.
- Lévy, P. (2007). *Cibercultura :informe al Consejo de Europa. Ciencia, tecnología y sociedad* (Vol. 16). España.
- Luengas, A. (2018, febrero). Retos del empleo en el siglo XXI. *Perfiles de Querétaro*, 10–17.
- Magallon, R. (2006). Entrevista con Alain Touraine: Sociedad y globalidad. *Cuadernos de Información y Comunicación*, 11, 251–256.
- Martín Barbero, J. (2011, julio). Los oficios del comunicador. *Signo Y Pensamiento*, 31, 18–40. <https://doi.org/10.5565/rev/athenea.1697>
- Martínez, J. S. (2003). Cronología de las escuelas de comunicación y los oficios del comunicador según Jesús Martín Barbero. Recuperado el 8 de abril de 2018, a partir de <http://www.geocities.ws/comunicologiaposible3/tbsamuel.htm>
- Moreira, M. (2009). La competencia digital e informacional en la escuela. ... *.Competenciasbasicas.Webnode.Es*, 1–10. Recuperado a partir de <http://files.competenciasbasicas.webnode.es/200000167-814ad8244d/CompetenciaDigital-MArea.pdf>
- Morita, A., Escudero, A., & García, M. T. (2017). Cerrando la brecha de las competencias profesionales genéricas. Un estudio de Teoría Fundamentada. *Revista Iberoamericana*

*de Educación*, 75(1), 45–70.

Morita, A., Escudero, A., & Sánchez, R. (2017). Hacia una cultura de autoevaluación de las competencias genéricas: un estudio de Teoría Fundamentada. En *REMEIED: Memorias del Encuentro Internacional de Educación a Distancia* (Vol. 5, pp. 1–22). Guadalajara. Recuperado a partir de <http://www.udgvirtual.udg.mx/remeied/index.php/memorias/article/view/253>

Morita, A., García, T., & Escudero, A. (2016). Análisis de la percepción de las competencias genéricas en instituciones de educación superior en México. *Revista de Educación y Desarrollo*, 38, 69–78. Recuperado a partir de [http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu\\_desarrollo/anteriores/38/38\\_Morita.pdf](http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/38/38_Morita.pdf)

Nambo, J. S., & Vázquez, J. M. (2015). La Socioformación: Un Estudio Conceptual. *Revista Paradigma*, 1(36), 7–29. Recuperado a partir de <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/2661/1273>

OCDE. (2005). *The definition and selection of key competencies. Executive summary*.

Orozco, & González. (2012). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Serie Brújula.

Ortiz, J. G. (2010, agosto). El rol del comunicador en la Era Digital. *Cuaderno. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, 73–85. Recuperado a partir de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1853-35232010000300007](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232010000300007)

Qui, F. (2005). De la cultura a la cibercultura, 174–190.

Ramírez, V., & Márquez, G. M. (2008). Educación basada en competencias y el proyecto Tuning en Europa y Latinoamérica. *Ide@s CONCYTEG*, 3(39), 97–114.

Rodríguez, X. (2016). Cuarta Revolución Industrial y sus antecedentes. Recuperado el 20 de noviembre de 2017, a partir de <https://www.azulweb.net/cuarta-revolucion-industrial-antecedentes/>

- Rojas, P. S., & Gutiérrez, M. A. (2009). *Formación de los comunicadores en la era digital* (No. 151). España.
- Sánchez, C., & Ríos, H. (2011). La economía del conocimiento como base del crecimiento económico en México. *Enl@ce. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 8(2), 43. Recuperado a partir de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edo&AN=64735959&site=eds-live&scope=site>
- Schoijet, M. (2006). La revolución científica y tecnológica y la sociedad postindustrial. *Revistas UNAM*, 28. Recuperado a partir de [www.ulpgc.es/.../2\\_I\\_HISTORIA\\_DE\\_LA\\_CIENCIA\\_Y\\_DE\\_LA\\_TECNOLOGI.pdf](http://www.ulpgc.es/.../2_I_HISTORIA_DE_LA_CIENCIA_Y_DE_LA_TECNOLOGI.pdf)
- Strauss, & Corbin. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la Teoría Fundamentada*. (U. de Antioquia, Ed.). Medellín.
- Tobón. (2017a). *Ejes Esenciales de la sociedad del conocimiento y la socioformación*. (Kresearch, Ed.) (Primera). Estados Unidos. Recuperado a partir de [https://issuu.com/cife/docs/libro\\_20ejes\\_20esenciales\\_20de\\_20la](https://issuu.com/cife/docs/libro_20ejes_20esenciales_20de_20la)
- Tobón. (2017b). *Evaluación Socioformativa Estrategias e instrumentos*. (Kresearch, Ed.) (Primera). Estados Unidos.
- Tobón, S. (2007). El enfoque complejo de las competencias y el diseño curricular por ciclos propedéuticos. *Acción pedagógica V. 16*.
- Tobón, S. (2012). *Cartografía conceptual: estrategia para la formación y evaluación de conceptos y teorías*. (I. CIFE, Ed.) (primera). México. Recuperado a partir de [https://issuu.com/cife/docs/e-book\\_\\_cartograf\\_\\_a\\_conceptual](https://issuu.com/cife/docs/e-book__cartograf__a_conceptual)
- Tobón, S. (2015). Socioformación: avances y retos en la sociedad del conocimiento. En *Conferencia Magistral en el XIII Congreso Nacional de Investigación Educativa. COMIE*. Chihuahua: COMIE.

Tobón, S., González, L., Nambo, J., Vazquez, J., & Vásquez, J. (2015). La Socioformación: Un Estudio Conceptual. *Revista Paradigma*, 1(36), 7–29. Recuperado a partir de <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/paradigma/article/view/2661/1273>

Tobón, S., Guzmán, C. E., Hernández, J. S., & Cardona, S. (2015). Sociedad del Conocimiento: Estudio documental desde una perspectiva humanista y compleja. *Revista Paradigma*, XXXVI(2), 7–36.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Tobón, S., Pimienta, J., & García, J. (2010). *Secuencias didácticas: aprendizaje y evaluación de competencias*. Ciudad de México: Pearson. Recuperado a partir de <http://files.ctezona141.webnode.mx/200000004-8ed038fca3/secuencias-didacticastobon-120521222400-phpapp02.pdf>

Velazquez, M. A. (2011, junio). Propuesta Integral De Alfabetización Digital Para El Siglo. *Revista Q: Educación Comunicación Tecnología*, 5(10), 6.

WEF. (2017). *Agenda Foro Económico Mundial*. Columbia University. Recuperado a partir de <https://www.weforum.org/es/agenda/>

## ANEXOS

### INSTRUMENTOS

#### 8.1.1 INSTRUMENTO DE OBSERVACIÓN

FICHA DE OBSERVACIÓN					
<b>Datos Generales</b>					
Empresa:		Área:			
Fecha:	Hora:	Investigadora:			
<b>Aspectos a identificar</b>					
<b>COMPETENCIAS DIGITALES</b>					
Nivel de dominio	Aspectos a observar	SI	Medianamente	No	Comentarios
<u>1.Inicial/Receptivo</u>	Recibe la información para el uso del dispositivo tecnológico  El desempeño del profesionalista es muy operativo  Tiene la noción del uso de la tecnología en el contexto laboral				
<u>2.Resolutivo</u>	Resuelve problemas sencillos del contexto con ayuda de la tecnología  Recibe asistencia de compañeros u otros profesionistas para el uso de los dispositivos tecnológicos  Posee conocimiento de los elementos tecnológicos que le ayudan a desempeñar su trabajo.  Posee conceptos básicos sobre el uso de la tecnología en el espacio donde labora				
<u>3. Autónomo</u>	No requiere de la asesoría o ayuda de otros profesionistas para hacer uso de la tecnología en su espacio laboral  Gestiona la información y comprende el uso de la tecnología para cumplir con sus tareas				

	Resuelve problemas que se le presentan en las actividades laborales con ayuda de la tecnología				
<u>4.Estratégico</u>	Plantea estrategias de cambio en los espacios laborales con el uso de la tecnología  Posee creatividad e innovación al desempeñar su rol laboral				
<b>ACTIVIDADES LABORALES</b>					
Tareas que desempeña el profesionalista de la comunicación en su entorno laboral	Descripción de las principales tareas laborales.				
Dispositivos y/o herramientas tecnológicas que utilizan para llevar a cabo sus tareas laborales	¿Qué dispositivos utilizan?  ¿Qué herramientas?				
<b>Comentarios Generales</b>					

## 8.1.2 ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD A EMPLEADORES

<b>Análisis del proceso de adquisición de competencias digitales de los profesionistas de la comunicación desde la socioformación.</b> INSTRUMENTO: Entrevista en profundidad INFORMANTE: Empleadores			
Fecha:	Hora:	Empresa:	Área:
Nombre:		Género:	Edad:
Formación:		Cargo en la empresa:	
<b>Introducción</b> Agradecimiento por la entrevista. Descripción general del proyecto (propósito, participantes elegidos, motivo por el cual fueron seleccionados, utilización de los datos).			
1. ¿Cuáles son las actividades que desarrolla el área de comunicación?  2. ¿El área de comunicación hace uso de la tecnología (dispositivos) para llevar a cabo sus tareas laborales?  3. ¿Considera importante el uso de la tecnología para desarrollar las funciones del área de comunicación?  4. ¿Considera que su uso ayuda a lograr un mejor desempeño al realizar las actividades?  5. Los trabajadores del área de comunicación, ¿Tienen alguna capacitación, certificación o actualización en el uso de la tecnología?  6. ¿Cuál es el principal problema al que se han enfrentado los trabajadores del área de comunicación al desempeñar su trabajo con ayuda de la tecnología?  7. ¿Qué hacen ustedes para resolver ese problema? ¿Y los trabajadores?  8. ¿Cuáles son las características en el perfil profesional que buscan al contratar a un profesionista de la comunicación?  9. ¿Qué competencias digitales requiere tener el profesionista para desarrollar las actividades en esta empresa?			
<b>COMENTARIOS:</b>			

### 8.1.3 INSTRUMENTO GUÍA DE TÓPICOS PARA GRUPO DE ENFOQUE

GUÍA DE TÓPICOS PARA GRUPO DE ENFOQUE		
<p><b>Introducción:</b>            Hola buenas (días, tardes, noches), gracias por haber aceptado nuestra invitación. Primero que nada, vamos a presentarnos. Les voy a pedir que digamos nuestro nombre, un hobby y a qué se dedican. Empiezo y seguimos a la izquierda. ¿Les parece?</p>		
<p><b>WARM UP</b></p> <p>1. Al salir de la universidad y en el proceso de búsqueda de empleo ¿Cuál fue el principal problema al que se enfrentaron y cómo lo resolvieron?</p>		
<p>1. Cuando escuchan el concepto “Sociedad del conocimiento” ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente? ¿Qué imaginan que es?</p> <p>2. ¿De qué forma creen que la tecnología ha modificado los espacios laborales del área de comunicación?</p> <p>3. En alguna ocasión ¿Se han enfrentado o les han solicitado alguna actividad en sus espacios de trabajo que les exija nuevos conocimientos o formas de hacer el trabajo?</p> <p>4. ¿Cómo consideran que es su preparación profesional ante los cambios actuales en el campo laboral? ¿La consideran suficiente o creen que necesitan especializarse o prepararse más?</p> <p>5. ¿Consideran importante el uso de la tecnología para desarrollar su tarea laboral?</p> <p>6. ¿Qué dispositivos tecnológicos son los que más usan para desempeñar sus actividades laborales? ¿Cómo aprendieron a usar estos dispositivos?</p> <p>7. ¿Cuál ha sido su principal problema con el uso de la tecnología en el ámbito laboral? ¿Qué hicieron para resolverlo?</p> <p>8. Con relación a las exigencias actuales en el campo laboral. ¿Cómo consideras que fue tu formación profesional dentro de la universidad? ¿Qué hizo falta?</p> <p>9. De las materias y preparación formal que obtuviste en la universidad. ¿Cuáles son las áreas de conocimientos que consideras más importantes y útiles actualmente?</p> <p>10. Si pudieras mencionar las características que exige el mundo laboral actual a un profesionalista de la comunicación ¿Cuáles serían?</p> <p>11. ¿Cuentas con esas exigencias? ¿De qué manera las adquiriste?</p> <p>12. ¿Qué recomendación le darías a los próximos profesionistas de la comunicación para entrar al mundo laboral?</p>		
Fecha:	Hora:	Moderador:
Comentarios generales:		

### 8.1.4 INSTRUMENTO ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD A PROFESIONISTAS DE LA COMUNICACIÓN

<b>Análisis del proceso de adquisición de competencias digitales de los profesionistas de la comunicación desde la socioformación.</b>			
INSTRUMENTO: Entrevista en profundidad			
INFORMANTE: Profesionistas de la comunicación			
<b>Introducción</b>			
Agradecimiento por la entrevista. Descripción general del proyecto (propósito, participantes elegidos, motivo por el cual fueron seleccionados, utilización de los datos).			
Nombre:		Carrera:	
Universidad egreso:		Edad:	
Género:	Año egreso:	Campo laboral actual:	
Sitio laboral:		Puesto:	Antigüedad:
Actividades que realiza			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Habías tenido la oportunidad de desempeñarte en el campo laboral de la comunicación antes de egresar de la universidad?</li> <li>2. ¿Cuál fue tu experiencia al entrar al campo laboral?</li> <li>3. ¿Qué conocimientos y habilidades que adquiriste en la universidad consideras que más te han ayudado a desempeñar tus actividades laborales actualmente?</li> <li>4. ¿Utilizas dispositivos tecnológicos para desarrollar tus actividades laborales? Si/No ¿Cuáles?</li> <li>5. ¿Cuál es la razón por la que utilizas esos dispositivos tecnológicos para desempeñar tus actividades laborales?</li> <li>6. ¿Consideras que tienes facilidad en el uso y manejo de dispositivos tecnológicos? ¿Es suficiente para desarrollar tus actividades laborales?</li> <li>7. ¿Cómo aprendiste a usar estos dispositivos?</li> <li>8. ¿Cuál ha sido tu principal problema con el uso de la tecnología en el ámbito laboral?</li> <li>9. ¿Qué hiciste para resolverlo?</li> <li>10. ¿Antes de entrar a laborar a este sitio, usabas estos dispositivos o herramientas digitales? ¿En qué momento? ¿De qué forma?</li> <li>11. ¿Consideras importante la capacitación constante en el uso de la tecnología en los espacios laborales?</li> <li>12. ¿Consideras que existe algún cambio, positivo o negativo al usar los dispositivos en tus actividades laborales?</li> <li>13. Desde tu punto de vista, ¿Cuáles han sido las modificaciones en las actividades de los profesionistas de la comunicación con relación al uso de la tecnología en los espacios de trabajo?</li> <li>14. Con relación a las exigencias actuales en el campo laboral. ¿Cómo consideras que fue tu formación profesional dentro de la universidad? ¿Qué hizo falta?</li> <li>15. De las materias y preparación formal que obtuviste en la universidad. ¿Cuáles son las áreas de conocimientos que consideras más importantes y útiles actualmente?</li> <li>16. Si pudieras mencionar las características que exige el mundo laboral actual a un profesionista de la comunicación ¿Cuáles serían?</li> <li>17. ¿Cuentas con esas exigencias? ¿De qué manera las adquiriste?</li> <li>18. ¿Qué recomendación le darías a los próximos profesionistas de la comunicación para entrar al mundo laboral?</li> </ol>			
<b>Comentarios</b>			

## MEMORANDOS CODIFICACIÓN ABIERTA

Entrevista en Profundidad Empleadores		Mario Durán	EEP-E-CD-001
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Desarrollar mensajes de comunicación		
Reflexión	Solicitan que el egresado sea capaz de elaborar mensajes de comunicación con argumentos y buenos sustentos.		
Acción	¿Cuáles son los elementos de un buen mensaje de comunicación?		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Difusión institucional		
Reflexión	Se requiere la comprensión de los diferentes elementos que componen la imagen e identidad en una institución para poderlos comunicar		
Acción	¿En qué parte del currículo se puede adquirir esos conocimientos?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Manejo de Redes Sociales		
Reflexión	Actualmente se liga al comunicólogo(a) con el manejo de Redes Sociales, por lo que la mayoría de los profesionistas en sus primeras experiencias laborales tienen que realizar actividades digitales.		
Acción	¿En qué consiste el manejo de Redes Sociales?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Tener una línea de mensaje		
Reflexión	Es necesario saber ¿Qué se quiere comunicar y cómo se hará?		
Acción	¿Se desarrolla en la academia o con base en la experiencia en el campo laboral?		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Especialidad en un área		
Reflexión	El perfil de egreso es muy general por lo que se requiere una especialización		
Acción	¿Es necesaria una especialización formal? O se puede desarrollar de forma autónoma		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	Estudios complementarios		
Reflexión	Una profesionalización de especialidades		
Acción	¿De qué forma lo hacen los profesionistas de la comunicación?		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	Complementar las bases de comunicación		
Reflexión	No sólo se requieren de los conocimientos básicos de la comunicación		
Acción	¿Qué otros elementos se requieren para diseñar un perfil profesional?		
<b>MEMO 07</b>			
Categoría	Necesario las bases de comunicación		
Reflexión	Conceptos básicos de comunicación para elaborar mensajes		
Acción	¿Cuáles son esos elementos que brindan las bases para una buena comunicación al profesionista?		

<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Trabajo en equipo
Reflexión	Los roles en los que se puede desempeñar un profesional de la comunicación, la mayoría requieren de un trabajo en equipo
Acción	¿Trabajo en equipo? ¿Multidisciplinario?
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Uso de diferentes dispositivos tecnológicos
Reflexión	Lo digital es un campo nuevo que abre la oportunidad para ejercer
Acción	¿Cómo aprenden los profesionales a usar los dispositivos tecnológicos?
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Tener experiencia en medios de comunicación
Reflexión	El tener experiencia, les brinda la oportunidad de desarrollar otras habilidades complementarias que sólo se adquieren en el campo laboral
Acción	¿Cómo se pueden desarrollar antes de egresar?
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Equipo joven maneja muy bien las herramientas digitales
Reflexión	Los principales problemas se presentan con profesionales formados en “la vieja escuela”
Acción	¿En qué momento los jóvenes profesionales adquieren esas habilidades y conocimientos?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	No jóvenes son los que tienen problemas con el equipo tecnológico
Reflexión	Los principales problemas se presentan con profesionales formados en “la vieja escuela”
Acción	¿Cómo pueden adquirir las habilidades los profesionales?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Cambio a lo digital
Reflexión	Necesario otras habilidades y conocimientos
Acción	¿Cómo se adapta a estos cambios el profesional de la comunicación?
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Depende del área del campo laboral
Reflexión	Las competencias tecnológicas dependen mucho del área en la que esté ejerciendo el profesional de la comunicación.
Acción	¿Todas las áreas en las que puede ejercer un profesional de la comunicación están cambiando por la cultura digital?
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Competencias tecnológicas de uso
Reflexión	Dependiendo de la actividad que se necesite hacer son las competencias tecnológicas de uso.
Acción	¿Cómo adquieren esas competencias tecnológicas los profesionales de la comunicación?
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	La experiencia ayuda
Reflexión	En algunos casos, dependiendo del rol en cada espacio laboral, los profesionales les ayuda más el tener experiencia laboral para cumplir con las tareas.
Acción	¿Cómo se puede adquirir esa experiencia dentro de la universidad?
<b>MEMO 17</b>	

Categoría	Multitarea
Reflexión	Los empleadores buscan a un profesionalista de la comunicación que pueda realizar varias tareas.
Acción	Especialización en algún área o énfasis en la multitarea
<b>MEMO 18</b>	
Categoría	Necesitamos gente que pueda hacer diferentes cosas
Reflexión	El empleador está interesado en tener profesionalistas que puedan realizar diferentes cosas y no un experto en una sola cosa.
Acción	Es importante definir las tareas y actividades que competen al profesionalista de la comunicación.
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Poco presupuesto, buscamos a alguien multitarea mejor
Reflexión	En la mayoría de las áreas de la comunicación, no se cuenta con presupuesto para poder contratar a los profesionalistas por lo que se busca tener un profesionalista que no sea experto pero que pueda cumplir con la tarea solicitada.
Acción	¿Qué elementos intervienen para que no se cuenta con ese presupuesto?
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Capacitación a los empleados
Reflexión	Los empleadores se preocupan e intentan capacitar a sus empleadores ya sea de forma interna o con eventos y conferencias que les puedan ayudar a actualizarse.
Acción	¿De qué forma pueden ganar más los empleadores al realizar estas capacitaciones?
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Problemas derivados a la experiencia de los empleados
Reflexión	La falta de experiencia limita al empleado a desempeñar el trabajo al ritmo de sus otros compañeros.
Acción	¿La causa del problema tiene que ver con la experiencia únicamente?

Entrevista en Profundidad Empleadores		Manuel Espinoza	EEP-E-CD-004
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Antes de graduarme colaboré		
Reflexión	Antes de obtener su título y de salir de la universidad, realizó el servicio social		
Acción	¿Qué elementos aportaron a su formación?		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Al principio pensé que no había aprendido nada en la universidad		
Reflexión	Al empezar a colaborar, el informante sintió que nada de lo que le solicitaban era lo que le había enseñado la universidad		
Acción	¿Qué sí le enseñó?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Ya luego de das cuenta de que sí aplicas muchos conocimientos		
Reflexión	Al llevar a la práctica los conocimientos se dan cuenta de su formación		
Acción	¿Qué conocimientos son los básicos para el comunicólogo?		
<b>MEMO 04</b>			

Categoría	Conocimientos de géneros periodísticos
Reflexión	Ayudan al profesionista a elaborar correctamente mensajes, desarrollan la habilidad de escritura y aportan una visión crítica
Acción	¿Qué elementos del periodismo tradicional se identifican también en el periodismo digital?
<b>MEMO 05</b>	
Categoría	Semiótica para hacer buenos mensajes
Reflexión	Los conocimientos teóricos de semiótica aportan herramientas para elaborar mensajes y analizarlos
Acción	¿Por qué las universidades están modificando sus planes de estudios sin contemplar la semiótica?
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Temas de marketing
Reflexión	El campo laboral exige conocimientos y habilidades de otras áreas en las que la comunicación puede aportar
Acción	¿Qué papel juega la comunicación en el marketing?
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Lo principal no es que se vea bonito, sino que el usuario pueda interactuar
Reflexión	El profesionista debe tener la capacidad de entender la nueva dinámica
Acción	¿Cómo son las interacciones en lo digital?
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Nuevos egresados ya traen esa parte técnica mejorada
Reflexión	Los programas universitarios han incluido la parte técnica en la formación profesional
Acción	¿Lo han hecho como complemento o en sustitución a otras materias?
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Nuevos egresados mucho técnico poco teórico
Reflexión	Los nuevos profesionistas tienen buen manejo de la parte técnica pero pocos conocimientos teóricos y de bases de la comunicación
Acción	¿Cómo se puede equilibrar el programa universitario?
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	“sabes hacer lo técnico, vamos a hacer la campaña me topo con broncas de que no sabe escribirlo”
Reflexión	Carecen de habilidades escritas y buen uso de lenguaje
Acción	¿Es un error en formación profesional o es un rezago desde niveles anteriores?
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Antes los de comunicación éramos expertos en redactar mensajes
Reflexión	Así como se perciben cambios en los escenarios laborales, los empleadores los perciben en los profesionistas
Acción	¿En qué debe de ser experto un comunicólogo?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Tienen lo técnico, pero pierden conocimientos y habilidades básicas

Reflexión	Usan los dispositivos tecnológicos, pero no tienen conocimientos y habilidades de comunicación básica
Acción	¿Cuáles son las habilidades básicas de un comunicólogo?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Poco presupuesto, buscamos alguien multitarea mejor
Reflexión	El poco presupuesto en los espacios laborales para los comunicólogos ha impactado en las competencias que exigen los empleadores
Acción	Es necesario limitar los roles y actividades del profesionista de la comunicación en los espacios laborales
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Yo No necesité hacer otra carrera para formarme en el tema tecnológico
Reflexión	Las habilidades tecnológicas se pueden desarrollar a través de un aprendizaje informal
Acción	¿Qué se necesita para que ese aprendizaje se lleve a cabo por parte del empleado?
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Las habilidades técnicas son más fáciles de adquirir que esta formación del uso de lenguaje
Reflexión	La parte técnica se puede adquirir fuera de la formación profesional
Acción	Se debe definir las habilidades y conocimientos base para la carrera de comunicación
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	No dejen atrás lo que es la sustancia de una carrera de comunicación
Reflexión	Las universidades no deben olvidar el objetivo principal de la formación profesional de un comunicólogo
Acción	No descuidar los conocimientos y habilidades base de la comunicación
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	Fui aprendiendo lo tecnológico por curiosidad
Reflexión	Para que se desarrolle el aprendizaje informal es necesario el interés del profesionista
Acción	¿Cómo se puede desarrollar ese interés por actualizarse en la universidad?
<b>MEMO 18</b>	
Categoría	Lo empecé a hacer empíricamente
Reflexión	El interés y la curiosidad de la persona la llevan a buscar la forma de resolver y aprender
Acción	¿Qué actitudes se deben de moldear en la formación profesional?
<b>MEMO 19</b>	
Categoría	Cuando vi la necesidad fue que empecé a investigar más
Reflexión	Al enfrentarse a un problema o una complicación, se puede desarrollar las habilidades para resolverlo
Acción	Habilidad de resolución de problemas
<b>MEMO 20</b>	
Categoría	Buscaba en Google
Reflexión	El internet es una gran herramienta para el acceso a la información
Acción	¿Qué se debe de desarrollar en los estudiantes para que la utilicen adecuadamente?
<b>MEMO 21</b>	

Categoría	Entender la lógica digital
Reflexión	Es necesario comprender los cambios que se han originado y los nuevos espacios digitales para poder realizar un mensaje correctamente
Acción	¿Qué elementos están dentro de una lógica digital?
<b>MEMO 22</b>	
Categoría	Certificaciones digitales
Reflexión	Algunos profesionistas se actualizan a través de certificaciones digitales
Acción	¿Qué habilidades adquieren en estas certificaciones?
<b>MEMO 23</b>	
Categoría	Adaptarse a la necesidad del mercado
Reflexión	Competencia que buscan los empleadores, sobre todo en un escenario con muchos cambios
Acción	¿Qué necesitan tener los profesionistas para que se de esta adaptación?
<b>MEMO 24</b>	
Categoría	Haciendo investigación propia
Reflexión	El interés por parte del profesionista para resolver un problema o buscar cómo solucionarlo es básico para enfrentar los cambios en el campo laboral
Acción	¿Cómo investigar?
<b>MEMO 25</b>	
Categoría	Retomé unos conocimientos arcaicos
Reflexión	Los conocimientos base adquiridos durante la formación profesional sirven para enfrentar los problemas en el campo laboral, aunque parezcan no tener tanta vigencia
<b>MEMO 26</b>	
Categoría	Uso de plataformas que ayudan a realizar
Reflexión	Las plataformas digitales suelen ser muy intuitivas lo que le permite al usuario aprender a usarlas, además que actualmente se han diseñado varias plataformas para hacer diseños, editar fotografías y crear elementos que facilitan la labor del profesionista de la comunicación.
Acción	¿Qué conocimientos son los básicos para poder entender el uso de las plataformas rápidamente?
<b>MEMO 27</b>	
Categoría	Es fácil actualizarse porque hay muchas opciones para hacerlo
Reflexión	Internet y la educación en línea brindan recursos de fácil acceso para el profesionista, el aprendizaje informal también se puede visualizar de esta forma
Acción	¿Qué recursos son los que más utilizan los profesionistas de la comunicación?
<b>MEMO 28</b>	
Categoría	Un escenario que cambia en exceso
Reflexión	Las actualizaciones deben de ser continuas derivado a la dinámica de cambio que se presenta en los escenarios digitales
Acción	¿Cómo se puede cubrir con las exigencias de un escenario tan cambiante?
<b>MEMO 29</b>	
Categoría	También hay que entender el cambio

Reflexión	No sólo se trata de actualizarse por hacerlo, sino entender los cambios y el saber el para qué de la actualización que hagamos.
Acción	¿Cómo se puede entender esos cambios? ¿Qué habilidades se requieren?
<b>MEMO 30</b>	
Categoría	Comunicación escrita y oral
Reflexión	La base de la carrera de comunicación debe ser brindar los conocimientos y habilidades para que los egresados desarrollen mensajes bien elaborados de forma oral y escrita
<b>MEMO 31</b>	
Categoría	Lo que busco como elemental es el manejo del lenguaje
Reflexión	Los empleadores externalan la importancia de las habilidades de lenguaje en los profesionistas de la comunicación
Acción	¿En qué materias se adquieren esos conocimientos y habilidades?
<b>MEMO 32</b>	
Categoría	Creatividad
Reflexión	El factor creatividad juega un papel importante sobre todo en lo digital
Acción	¿Cómo se desarrolla?
<b>MEMO 33</b>	
Categoría	Articular ideas
Reflexión	Es vital para el profesionista de la comunicación el contar con esta habilidad
<b>MEMO 34</b>	
Categoría	Es importante que tenga conocimientos técnicos
Reflexión	Sin duda es importante que tenga conocimientos técnicos para cumplir con las actividades laborales
<b>MEMO 35</b>	
Categoría	Las habilidades técnicas son más fáciles de enseñar que lo escrito
Reflexión	Para las empresas es más fácil actualizar a su equipo de trabajo en cuestiones técnicas que en invertir en una enseñanza de lenguaje, siendo que ésta se debido de obtener en la universidad
<b>MEMO 36</b>	
Categoría	Traen el chip de “no lo sé hacer”, “lo investigo”
Reflexión	La actitud de resolver problemas es importante en el campo laboral pues no se tiene un escenario ideal y te enfrentas a retos o contratiempos que tienes que resolver, los empleadores han identificado que los empleados tienen la actitud de investigar.
Acción	El internet como espacio de acceso a la información
<b>MEMO 37</b>	
Categoría	Enfrentan los retos con actitud de aprender
Reflexión	Los empleadores prefieren a un empleado con una buena actitud de aprender
Acción	¿Cómo se desarrolla esa actitud?

<b>Entrevista en Profundidad Empleadores</b>	<b>Carlos</b>	<b>EEP-E-CD-007</b>
<b>MEMO 01</b>		
Categoría	Capacitación constante por parte de la empresa a empleados que muestran lealtad y compromiso	

Reflexión	En esa empresa se considera importante la capacitación continua y se brinda el apoyo económico a los empleados que muestran mayor compromiso o lealtad
Acción	Lealtad y compromiso en los espacios laborales
<b>MEMO 02</b>	
Categoría	Tener iniciativa para buscar capacitación constante
Reflexión	En esa empresa se premia la iniciativa al buscar capacitación y actualización
Acción	Nivel de consciencia de la empresa por actualizarse contantemente
<b>MEMO 03</b>	
Categoría	Transformar objetivos de la empresa en mensajes de comunicación
Reflexión	Se requiere que el empleado de esa área pueda transformar lo que el cliente necesita a mensajes atractivos para los clientes del cliente
Acción	¿qué elementos son básicos para un mensaje atractivo?
<b>MEMO 04</b>	
Categoría	Tenía mucha actitud, conocimiento en lo digital y creatividad
Reflexión	A pesar que el empleador no contaba con un “perfil profesional” tal cual, para el área, el empleador decidió contratarlo por su actitud, creatividad
Acción	Es necesario enseñar a los profesionistas a “entrar al campo laboral”, ser atractivos y aprender a diferenciarse de los otros profesionistas
<b>MEMO 05</b>	
Categoría	La universidad de egreso es la base para el perfil de egreso
Reflexión	Depende mucho la universidad de egreso de las actitudes que pueden diferenciar a un profesionista de otro.
Acción	¿Está bien esa dinámica?
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	En general no hay problemas con los profesionales de comunicación pues sí tienen la preparación para las exigencias del puesto
Reflexión	El empleador no percibe problema debido al proceso de selección que se hace previamente
Acción	No todas las empresas lo llevan a cabo
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Recursos Humanos capacita a los nuevos empleados
Reflexión	En esa empresa el área de recursos humanos se encarga de capacitar a los nuevos empleados en aspectos generales, metodologías de la empresa, formas de comunicación, esto orilla a evitar problemas para insertar a los nuevos integrantes del equipo
Acción	Cuántas empresas lo realizan así...
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Estrategias por parte del empleador para generar compromiso
Reflexión	El empleador trabaja la consolidación de su equipo a través de estrategias que los motivan y los comprometen con el trabajo.
Acción	Trabajar también para generar una actitud favorable
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Proactivo, asertivo y trabajo en equipo como base del perfil profesional
Reflexión	Esas son las 3 características base que el empleador mencionó para el perfil ideal.

Acción	Corresponden a actitudes
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	“Búscame gente que tenga chispa”
Reflexión	El empleador se refiere a gente que tenga una buena actitud
Acción	
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Aunque tengan mucha preparación académica, conocimientos, veo mucho la flexibilidad que tienen
Reflexión	No basta con tener muchos grados académicos, sino tener la flexibilidad al relacionarte en el campo laboral
Acción	¿De qué depende esa flexibilidad? ¿personalidad?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	“Entonces yo sí busco mucha flexibilidad y mucha pues humildad en cuanto a su trabajo”
Reflexión	Una flexibilidad para adaptarse a las necesidades del cliente, a sus gustos, al presupuesto
Acción	No basta con tener una gran idea sino saberla aterrizar a lo que se necesita
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Que tengan mucha pasión, no sólo en el trabajo sino en todo lo que hace
Reflexión	Esa pasión los va a llevar a hacerlo muy bien y solucionar cualquier problema
Acción	¿Cómo se desarrolla esa pasión?
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	“yo si prefiero a gente muy apasionada que me de 30 ideas muy locas y decirle tranquilo, a alguien que me esté siguiendo instrucciones, por más capacitado y por más al pie de la letra y perfectas que siga las instrucciones,”
Reflexión	Esa pasión y esa actitud es la que el empleador prefiere para su área creativa
Acción	¿Cómo desarrollar la creatividad en alguien?
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Capacitación en "experiencia de usuario"
Reflexión	No es básico para obtener el puesto, pero el empleador considera como un gran plus para el profesionalista
Acción	
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Capacitación en Adobe (Premiere, Illustrator y Photoshop)
Reflexión	A pesar que se tiene un departamento de diseño, es necesario que tengan conocimiento básico de estas herramientas para solucionar problemas de forma inmediata
Acción	No se requiere de una certificación, sino saber cómo hacer uso de estos programas para solucionar problemas del área de comunicación
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	Interpretar gráficos y tablas de Excel
Reflexión	Interpretar los formatos de presentación de resultados
Acción	No hacer fórmulas muy complejas, pero si los conocimientos básicos para interpretar los gráficos y las tablas que mandan los clientes.

<b>MEMO 18</b>	
Categoría	Manejo e interpretación de métricas en lo digital.
Reflexión	Brinda un gran plus en el perfil del comunicólogo, se presenta comúnmente en el profesionalista de marketing
Acción	
<b>MEMO 19</b>	
Categoría	Pocos profesionistas llegan con el conocimiento de métricas digitales y toma mucho tiempo para la empresa capacitarlos
Reflexión	El empleador prefiere que lleguen con un buen conocimiento de métricas digitales
Acción	La empresa los capacita si no tienen conocimiento en esta área
<b>MEMO 20</b>	
Categoría	La empresa los capacita en el manejo y uso de herramientas específicas o diseñadas para la empresa
Reflexión	La empresa cuenta con herramientas y softwares propios o de uso común en las áreas y se encarga de capacitar a su personal
Acción	Los profesionistas ¿Qué requieren para tener buena actitud al recibir esa capacitación?
<b>MEMO 21</b>	
Categoría	“y lo hago con gusto porque creo que tiene mucha pasión por lo que está haciendo y mucha actitud”
Reflexión	El empleador decide capacitar a su empleada por la actitud que tiene ésta.
Acción	No sólo es decir “no sé, sino querer aprender”
<b>MEMO 22</b>	
Categoría	Empleada muy abierta y consciente al recibir la capacitación
Reflexión	El empleador asegura que la actitud de la empleada ha ayudado a la capacitación
Acción	La empleada sabe que necesita adquirir los conocimientos para desempeñar su trabajo
<b>MEMO 23</b>	
Categoría	Problemas de actitud en los comunicólogos
Reflexión	El empleador percibe un común en la actitud de los profesionistas de la comunicación, siente que son muy “actorales”
Acción	Depende del perfil de egreso
<b>MEMO 24</b>	
Categoría	Comunicólogos buenos en sus conocimientos, pero falta habilidades administrativas
Reflexión	Falta formar a los comunicólogos en habilidades de desempeño laboral, cómo enfrentar problemas administrativos de una forma más ejecutiva.
Acción	¿De qué depende que otros profesionistas si las tengan?
<b>MEMO 25</b>	
Categoría	Recomiendo capacitación constante en cuanto a plataformas digitales
Reflexión	El empleador lo recomienda, argumenta que tiene que ser mucho de disciplina por tratarse en la mayoría de las veces un esfuerzo de tiempo pues es en línea pero que vale la pena.
Acción	¿Qué cursos pueden ayudar a los comunicólogos a adquirir más competencias?
<b>MEMO 26</b>	

Categoría	Ser todólogos, hacer un poquito de todos los puestos para llegar a un escalón más alto
Reflexión	Hacer y conocer las cosas de cada área para después poder coordinar, tener una idea más consolidada de todos los elementos que se requieren para presentar un servicio o producto final.
Acción	¿Cómo se consideran los comunicólogos? Como para ser líderes o empleadores.

Entrevista en Profundidad Empleadores		José Osvaldo	EEP-E-CO-006
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Cambios en los espacios laborales		
Reflexión	ya no era la misma relación con la prensa, ya no era la misma relación con los medios, ya no teníamos las funciones tan marcadas como las tuvimos en otro tiempo, y ahora pues me encontré con que había que darle mucha preferencia al gusto de los chavos		
Acción	Se modificó la forma de percibir el área de comunicación.		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Cambios a lo digital		
Reflexión	Los canales de comunicación se modificaron		
Acción			
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Lo busqué de manera autodidacta, tutoriales para aprender las nuevas formas de comunicación		
Reflexión	Sintió mucho el cambio por la edad y el año en el que estuvo de descanso		
Acción	¿Qué lo motivó a hacerlo de manera didacta		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Lo que hoy conocemos ya mañana cambia		
Reflexión	Todo se está modificando muy rápido		
Acción	Aprender		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	Tener esa apertura de ir conociendo más		
Reflexión	Es lo que ayuda a enfrentar esos cambios		
Acción	¿Cómo motivar a los profesionistas a hacerlo?		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	La parte técnica tiene que actualizarse siempre		
Reflexión	Todo cambia muy rápido y los profesionistas tienen que tener herramientas para enfrentar esos cambios		
Acción	No sólo depende de las universidades		
<b>MEMO 07</b>			
Categoría	Es importante educar en valores a los profesionistas		
Reflexión	El empleador considera que es algo fundamental, se está olvidando y es lo básico para que el profesionista pueda ejercer de una mejor forma		
Acción	¿Qué valores hacen a un “buen profesionista”?		
<b>MEMO 08</b>			
Categoría	Ser extrovertido, innovador, valiente y con ganas de entrarle		
Reflexión	Son las características principales que el empleador desea en un profesionista de la comunicación		
Acción	Las características en el perfil básico para este empleador recaen en las competencias genéricas.		

Entrevista en Profundidad Empleadores		Pablo García	EEP-E-CS-002
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Comunicación Educativa		
Reflexión	El área que el empleador coordina se dedica a elaborar y gestionar el contenido de cursos en línea, elaborar los mensajes e instrucciones para que el usuario final pueda comprender de mejor forma los cursos.		
Acción	Un área en la que el profesionista de la comunicación puede ejercer		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Producción audiovisual para cursos en línea		
Reflexión	Elaboran videos, presentaciones, fotos, contenido multimedia para los cursos que se imparten por parte del Centro de Investigación.		
Acción	Los elementos que diseñan van enfocados totalmente a un entorno digital ¿Qué se requiere?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Diseño y planeación educativa		
Reflexión	Un curso diseñado bajo un esquema presencial, lo adaptan a las necesidades de un curso en línea.		
Acción	¿Qué habilidades comunicativas se requieren para esta actividad laboral?		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Desarrollo de propuesta didáctica para cursos en línea		
Reflexión	Con base en el contenido del curso presencial se diseñan los elementos para crear el curso en línea tomando en cuenta los requerimientos de una formación digital.		
Acción	¿Cuáles son esos requerimientos que se tienen que tomar en cuenta?		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	Tomar en cuenta que los alumnos online están geográficamente dispersos		
Reflexión	Un elemento muy importante al momento de coordinar el contenido y actividades en el curso en línea.		
Acción	¿Qué elementos a nivel comunicación se requieren tomar en cuenta?		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	El alumno está aislado, se encuentra solo con su computadora		
Reflexión	Se tiene que tomar en cuenta para el diseño instruccional, pues las instrucciones y todo el contenido debe ser claras.		
Acción	Elabora bien un mensaje para lo digital.		
<b>MEMO 07</b>			
Categoría	El curso debe estar perfecta y absolutamente claro y organizado		
Reflexión	Así se puede evitar las confusiones en la forma de ingresar al contenido, así como la redacción y las instrucciones de todo el curso.		
Acción	¿Qué habilidades y conocimientos requiere un profesionista?		
<b>MEMO 08</b>			
Categoría	“necesita sentido común, hay que ser un poco TOC, para poder atender esto, es una habilidad que se requiere”		
Reflexión	Se requieren de habilidades un poco más de personalidad que profesionales		
Acción	¿Qué perfil de personalidad podría hacer correctamente esta actividad?		
<b>MEMO 09</b>			
Categoría	Pasé toda mi formación sin internet, la carrera me ofreció el uso de aparatos dedicados sólo a una actividad		

Reflexión	El empleador tiene una formación en Ciencias de la Comunicación y en su programa de estudios no se contempló nada de lo tecnológico, sin embargo, él actualmente es experto en las dinámicas de aprendizaje a través de lo digital.
Acción	¿Cómo adquirió esas habilidades y conocimientos?
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Yo lo he aprendido en la marcha por interés y necesidad
Reflexión	El interés y la necesidad lo orilló a buscar la forma de resolver problemas y aprender en el uso y manejo de la tecnología
Acción	¿El interés es la base para ese aprendizaje?
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Si te quedaste con las categorías pasadas estás fuera
Reflexión	Se requiere de una actualización constante, ir con forme lo que va exigiendo el mercado.
Acción	¿Cómo se logra esa actualización constante?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Se requiere entender los nuevos hábitos y usos de la tecnología por parte de los usuarios
Reflexión	Tomar en cuenta el usuario final del servicio o producto en el que estás trabajando.
Acción	¿Qué tanto a cambiado la tecnología esas dinámicas de uso?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Comprender el modo de las cosas desde el punto de vista del usuario
Reflexión	La tecnología se basa en la usabilidad, por lo que es muy importante que todos los cambios que se realicen en el diseño de los cursos, se piensen en este sentido.
Acción	¿Qué otro elemento, además de la usabilidad, se requiere tomar en cuenta al elaborar contenido para lo digital?
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Cuando sale algo nuevo en lo digital, hay como un proceso de adaptación
Reflexión	Uno logra adaptarse a lo nuevo, en este caso a las actualizaciones digitales.
Acción	¿Cómo se lleva a cabo ese proceso de adaptación?
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Son cosas que tienes que usar, no puedes rechazarlas y así las vas usando y aprendiendo a usarlas
Reflexión	Uno aprende en la marcha, por necesidad. No puedes decir “no” en el campo laboral.
Acción	¿Cuál sería el tiempo en que tarda ese proceso de aprender a usar algo nuevo? (curva de aprendizaje)
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Uno se va adaptando a lo que puedes usar
Reflexión	Dependiendo de las oportunidades, presupuesto y situaciones es lo que uno aprende a usar.
Acción	¿Qué tanto apoyo se recibe por parte del campo laboral- empresa?
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	En mi caso siempre he tenido interés y por eso no se me ha hecho difícil
Reflexión	El entrevistado siempre se ha mostrado interesado en lo tecnológico, ese interés lo lleva a investigar y aprender.
<b>MEMO 18</b>	
Categoría	“tal vez va sonar injusto, pero de qué me sirvió para lo que yo hago hoy, una licenciatura, una especialidad en educación, una maestría en educación, para darme una sensibilidad y ya, tan tan”

Reflexión	Las actividades que actualmente realiza no las aprendió durante un aprendizaje formal.	
Acción	¿Qué otros elementos le aportó una formación en la universidad?	
<b>MEMO 19</b>		
Categoría	La universidad me dio una sensibilidad	
Reflexión	La universidad me aportó una sensibilidad social.... Y eso me hace ser mejor en mi trabajo.	
Acción	¿Cómo se desarrolla esa sensibilidad?	
<b>MEMO 20</b>		
Categoría	Todo mi conocimiento viene de mi trabajo más que de mis estudios	
Reflexión	La experiencia laboral ha sido un factor básico para el desarrollo del perfil profesional del entrevistado	
Acción	¿Qué sí aportó la universidad para ese desarrollo del perfil laboral?	
<b>MEMO 21</b>		
Categoría	Teoría de la comunicación, análisis de contenido fueron materias que me marcaron	
Reflexión	Materias que son la base para el desarrollo profesional del entrevistado	
Acción	¿Cómo desarrolló la sensibilidad de la que habla?	
<b>MEMO 22</b>		
Categoría	Actitud de vida basada en generar una sensibilidad	
Reflexión	Los actos diarios son básicos para desarrollar esa sensibilidad, actos basados en valores.	
Acción	¿Cómo se puede hacer para llevarlo a todos los profesionistas?	
<b>MEMO 23</b>		
Categoría	Para el área de comunicación educativa, el profesionista debe ser rico en humanidad	
Reflexión	Que sea abierto, comprensivo y empático con los demás.	
Acción	¿En qué parte del programa educativo se puede desarrollar eso?	
<b>MEMO 24</b>		
Categoría	Que tenga valores humanos	
Reflexión	Los valores básicos que los hagan un buen profesionista	
Acción	¿Qué valores son básico en el perfil ético del comunicólogo?	
<b>MEMO 25</b>		
Categoría	"con mucho sentido común, las habilidades técnicas son menos importantes que las habilidades humanas, las habilidades técnicas se aprenden rápido"	
Reflexión	El empleador le da mayor peso a las habilidades humanas que a las habilidades técnicas, pues la parte técnica se aprende rápido con una capacitación.	
<b>MEMO 26</b>		
Categoría	Los problemas que tenemos es que la gente es técnicamente muy buena pero humanamente no.	
Reflexión	Es necesario complementar la formación profesional con este enfoque.	
<b>Entrevista en Profundidad Empleadores</b>		
Janeth		EEP-E-CS-003
<b>MEMO 01</b>		
Categoría	Antes era prensa escrita y espacios físicos, ahora es digital	
Reflexión	Se presentan modificaciones en los canales de comunicación y difusión para cumplir con el objetivo de informar a los estudiantes de la facultad	
Acción	¿Cómo se tomó esa decisión?	
<b>MEMO 02</b>		
Categoría	Lo digital nos permite conectar más actividades con otros campus de la facultad	

Reflexión	En la Facultad han encontrado una gran ventaja a nivel “círculo de comunicación” entre los diferentes campus, es un ciclo más activo y se logra cubrir el objetivo de informar a los estudiantes.
Acción	¿Qué otras ventajas tienen la difusión a través de lo digital?
<b>MEMO 03</b>	
Categoría	Anteriormente sólo era enviar correos, pero sin pensar en cómo presentarlos
Reflexión	Sí se hacía uso del “espacio digital” pero no de la mejor forma ni tomando en cuenta las características del nuevo medio.
Acción	¿Qué se tiene que tomar en cuenta cuando el profesionista desea elaborar un mensaje en lo digital?
<b>MEMO 04</b>	
Categoría	Logramos adaptar el trabajo que se tenía, pero con una mejor presentación para el canal digital
Reflexión	Trabajaron en adaptar de una mejor forma el mensaje para hacerlo más atractivo en los correos electrónicos de los profesores y alumnos.
Acción	¿Sólo en el correo electrónico?
<b>MEMO 05</b>	
Categoría	Vínculos con los estudiantes a través de contenido multimedia
Reflexión	A través de un video, se genera más interés por parte de los alumnos en el contenido que se comparte a través de la FanPage
Acción	¿Cómo presentar el contenido dependiendo de la audiencia?
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Lo digital y lo físico deben de ser un complemento para lograr una mejor comunicación
Reflexión	No apostar todo a la comunicación digital, más si se trata de la difusión en una institución educativa en la que se tienen diferentes tipos de audiencias.
Acción	Idea “pensar el mensaje dependiendo de la audiencia”
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Se piensa que por ser digital, es muy fácil de hacer
Reflexión	Muchos piensan que el trabajo de elaboración de contenido para espacios digitales, se realiza de una forma rápida.
Acción	¿Cómo quitar esa idea que se tiene en mente?
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Implica mucho trabajo, pero para la mayoría es invisible
Reflexión	No sólo se trata de postear el contenido, sino hay atrás de esto un proceso de elaboración
Acción	¿Por qué se hace un trabajo invisible?
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Habilidades escritas y ortográficas
Reflexión	Son básicas para desempeñarse en cualquier área de la comunicación
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Buscar una posibilidad para proponer otra forma de hacer las cosas
Reflexión	Tener una actitud de proponer, de mejorar en los espacios laborales
Acción	¿Cómo se desarrolla esto? ¿Depende de la personalidad?
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	“porque creo que justamente lo digital te obliga a estar aprendiendo todo el tiempo de las tendencias”
Reflexión	Lo digital nos ha orillado a una dinámica constante de aprendizaje e innovación

Acción	Encaminado a la sociedad del conocimiento
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Las competencias son otras cuando te centras en lo digital
Reflexión	Trabajar en lo digital requiere de otras habilidades profesionales
Acción	¿Cuáles son esas? ¿Cuáles son las básicas?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Las habilidades no digitales pueden ser las mismas
Reflexión	Existen habilidades “base” para el profesionista de la comunicación
Acción	¿Cuáles son esas habilidades?
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Los profesionistas digitales como todólogos
Reflexión	Se piensa que los profesionistas que trabajan en los espacios digitales pueden y deben hacer todo el trabajo que se tiene que hacer alrededor.
Acción	¿Cómo se puede cambiar esa idea?
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Es tiempo que uno tiene que ocupar para enseñarles
Reflexión	Cuando los integrantes del equipo carecen de ciertos conocimientos o habilidades, se requiere tiempo y esfuerzo para enseñarles
Acción	La mayoría de los empleadores lo perciben así
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Primero se vive un proceso de adaptación al campo laboral
Reflexión	Es una etapa por la que pasan todos los empleados
Acción	¿Cómo brindar a los profesionistas herramientas para que sea una etapa más fácil?
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	“el creer que ya aprendiste todo es un error muy grave, nunca se deja de aprender y las tendencias cambian”
Reflexión	La empleadora expresa que ha tenido la experiencia de encontrar a profesionistas muy cerrados y eso no ayuda para nada en el campo laboral.
Acción	Actitud abierta y flexible
<b>MEMO 18</b>	
Categoría	Tener el gusto y el interés por aprender, hace una gran diferencia en el profesionista
Reflexión	Es muy marcada la diferencia entre quien quiere aprender y tiene la actitud a quien sólo sigue instrucciones.
Acción	¿Qué interviene en que algunos tengan esa actitud de aprender?
<b>MEMO 19</b>	
Categoría	La carrera se encuentra en un proceso de adaptación y de especialización
Reflexión	Si se están dando cambios, cambios muy notorios pero la entrevistada cree que es para bien
<b>MEMO 20</b>	
Categoría	Tenemos que dejar de ser todólogos
Reflexión	Especializarnos en un área en la cuál seamos buenos.
Acción	¿Cómo transmitir esta idea a los próximos a egresar y todos los profesionistas?
<b>MEMO 21</b>	
Categoría	Que se vuelvan hábiles en cualquier herramienta y no esperen a que alguien les enseñe

Reflexión	La actitud de aprender, de que cada quien pueda crear su perfil profesional y no esperarse a egresar para empezar a buscar el “qué hacer”
Acción	¿En qué parte del programa de formación se podría incluir esto?
<b>MEMO 22</b>	
Categoría	Aprendizaje continuo y práctica
Reflexión	Se requiere de un proceso de aprendizaje y autoaprendizaje y sobre todo aterrizarlo a la práctica
Acción	Vínculos en las materias teóricas y prácticas

Entrevista en Profundidad Empleadores	Fabian	EEP-E-CS-005
<b>MEMO 01</b>		
Categoría	Generar contenido y mensajes para agenda pública	
Reflexión	Es una agencia de comunicación política, dentro de los servicios se encuentra el generar contenido y mensajes para construir agenda pública de sus clientes.	
Acción	¿Qué buscan en un profesionalista de la comunicación?	
<b>MEMO 02</b>		
Categoría	Definir mensajes y definir audiencias	
Reflexión	Definen los mensajes y las audiencias a los que van dirigidos sus clientes políticos, elaboran estrategias de comunicación política	
Acción	¿Qué conocimientos base requiere un profesionalista de la comunicación para cubrir con esa actividad?	
<b>MEMO 03</b>		
Categoría	Trabajo complementario entre medios tradicionales y digitales	
Reflexión	Al tratarse de una agencia de comunicación política en la que trabajan con diferentes audiencias, tienen que diseñar el canal ideal para el mensaje que el cliente les solicita transmitir, por lo que trabajan bajo la convergencia digital.	
Acción	¿Son diferentes las bases de comunicación al trabajar con medios tradicionales que con medios digitales?	
<b>MEMO 04</b>		
Categoría	Monitoreo y sistematización de información	
Reflexión	Uno de los servicios que ofrece la agencia son carpetas de información para los clientes	
Acción	¿Qué habilidades debe tener el profesionalista que desempeña esas actividades?	
<b>MEMO 05</b>		
Categoría	Construcción de contenidos digitales	
Reflexión	Los profesionalistas encargados de esa actividad son comunicólogos	
Acción	¿Qué tipo de contenidos? ¿De qué forma los llevan a cabo?	
<b>MEMO 06</b>		
Categoría	Construcción de contenidos periodísticos	
Reflexión	Elaboración de notas periodísticas para diferentes medios locales	
Acción	Esta actividad no requiere de conocimientos y habilidades digitales	
<b>MEMO 07</b>		
Categoría	Uso de dispositivos tecnológicos y herramientas digitales propias de la empresa	
Reflexión	La empresa cuenta con una herramienta digital propia y es la que los profesionalistas de la comunicación utilizan para cumplir con su trabajo.	
Acción	¿Qué conocimientos base necesitaron para comprender esa herramienta?	

<b>MEMO 08</b>	
Categoría	La empresa cuenta con una herramienta digital a medida de sus necesidades
Reflexión	La empresa diseñó una herramienta especial para optimizar sus actividades internas de monitoreo y creación de contenido.
Acción	¿La empresa capacitó a sus empleados con esta herramienta?
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Se percibe una vinculación natural hacia las plataformas digitales
Reflexión	El empleador percibe una facilidad por el uso y manejo de las plataformas y dispositivos digitales en los profesionales de la comunicación.
Acción	¿Qué les brinda esa sensibilidad o esa facilidad del uso y manejo?
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Percepción sobre pocas habilidades en la deconstrucción de contenido
Reflexión	El empleador percibe pocas habilidades en la conceptualización y en la deconstrucción de ideas para desarrollar contenido.
Acción	¿Cómo se adquiere ese conocimiento y habilidad?
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Aquí reconocemos la importancia de aprender a comunicar y de construir contenidos para cualquier plataforma
Reflexión	El empleador busca profesionistas que sepan comunicar y construir contenidos para cualquier plataforma.
Acción	Conocimientos y habilidades para comunicar
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Es muy importante, la capacidad de poder identificar lo que es la comunicación
Reflexión	Para el empleador, tiene más peso el que el profesionista sea capaz de comunicar eficazmente un mensaje que el manejo de dispositivos tecnológicos.
Acción	¿Qué es la comunicación?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	El ejercicio de la escritura que te da la práctica cotidiana
Reflexión	También es importante poder cubrir la parte práctica en el caso de la escritura, sin embargo, el empleador percibe que esto es algo que se desarrolla con la práctica cotidiana.
Acción	¿El desarrollo de las habilidades a través de la práctica?
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Más allá de las habilidades de diseño o de programación, el ejercicio fino de la comunicación es lo que buscamos aquí
Reflexión	Para el empleador y con base en las actividades que requiere desempeñen los profesionistas de la comunicación, es más importante la capacidad de comprender qué, por qué y cómo se quiere comunicar.
Acción	¿Cuáles son los conocimientos y habilidades para desarrollar esa capacidad?
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Puedes tener un video "bien hecho" pero si no supiste qué comunicar, no vale de nada
Reflexión	Se debe trabajar en desarrollar un contenido claro y con un objetivo para poder lograr la meta de comunicar adecuadamente.
Acción	Al final si es importante un video bien editado, pero si no tiene un buen contenido, no se cumple con la principal función de comunicar.
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Con medios digitales se tiene una comunicación dialógica

Reflexión	Es una idea que se tiene que tener en cuenta al momento de estructurar un mensaje.
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	Necesario el reconocimiento de las nuevas plataformas
Reflexión	El reconocimiento de nuevas plataformas como herramientas para generar comunidades
Acción	¿Cómo generar comunidades con el contenido que se comparte?
<b>MEMO 18</b>	
Categoría	Entender a la tecnología como una herramienta de diálogo
Reflexión	La habilidad que se requiere es generar identidad comunicativa en las comunidades
Acción	¿Qué conocimientos se requieren?
<b>MEMO 19</b>	
Categoría	Administradores de comunidad, crear identidades a través del contenido que se publica
Reflexión	Al tener una comunidad con identidad, se puede después vender, convencer, transmitir ideas...
Acción	¿Cómo entender esta nueva lógica?
<b>MEMO 20</b>	
Categoría	Es un reto empatar lo que ofreces con lo que el mercado necesita
Reflexión	La gran capacidad está en cómo insertar tu servicio o actividad profesional a la dinámica económica de tu entorno.
Acción	¿Qué se requiere para desarrollar esa habilidad?
<b>MEMO 21</b>	
Categoría	Existe "freelancers" haciendo el trabajo y es complicado articular las actividades a cadenas económicas
Reflexión	El concepto o dinámica de freelance no aporta al desarrollo de un valor en conjunto de las actividades del profesionalista de la comunicación.
Acción	¿Cómo se podría insertar?
<b>MEMO 22</b>	
Categoría	Se requieren "competencias económicas-de mercado" para saber vender las actividades
Reflexión	Más que preocuparse por adquirir herramientas y competencias digitales, se requiere saber "vender tu trabajo"
<b>MEMO 23</b>	
Categoría	Puedes tener la capacidad de hacerlo, pero el desafío está en cómo venderlo
Reflexión	No sólo debes de hacerlo, sino de entender la necesidad del mercado y adaptar tu servicio a eso.
Acción	Se requiere de un aprendizaje y actualización continua
<b>MEMO 24</b>	
Categoría	Hay un plus en egresados que ya han laborado, la curva de aprendizaje ya no la absorbe la empresa
Reflexión	Las empresas muchas veces tienen que esperar a que los egresados aprendan todo lo que implica insertarse en el campo laboral.
Acción	¿El servicio social y las prácticas?
<b>MEMO 25</b>	
Categoría	Los profesionistas deben de tener la capacidad de adaptarse. Lo que saben hacer a lo que el mercado necesita
Reflexión	La principal capacidad es entender el contexto en el que uno se encuentra para comprender la forma en que la actividad profesional puede aportar.
Acción	¿Sensibilidad por el entorno?
<b>MEMO 26</b>	

Categoría	“para que tu profesión sea asertiva tienes que partir de reconocer a tu contexto”
Reflexión	Reconociendo el contexto es más fácil posicionarse como profesionalista, es tener un plus
Acción	¿Qué elementos se tienen que reconocer para comprender esta lógica?

## MEMORANDOS CODIFICACIÓN ABIERTA PROFESIONISTAS DE LA COMUNICACIÓN

Entrevista en Profundidad a Profesionistas		Andrea	EEP-PC-CD-001
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Gestión de Redes Sociales		
Reflexión	La informante trabaja en una agencia de publicidad que se dedica a gestionar las redes sociales de diferentes clientes		
Acción	¿Cómo aprendió a hacerlo?		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Tengo que crear desde cero las estrategias de las marcas		
Reflexión	Además de gestionar las redes sociales y todo el contenido de éstas, la informante también diseña estrategias de posicionamiento de las marcas		
Acción	No hay claridad en los roles y puestos		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	El trabajo creativo se da en colaboración con otras profesiones		
Reflexión	EL trabajo creativo se realiza en colaboración con mercadólogos, diseñadores y publicistas		
Acción	Exigencia de trabajo en equipo y multidisciplinario		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	En la UAQ tienes posibilidad de trabajar como becario en varias áreas de la comunicación		
Reflexión	Son diferentes áreas, la mayoría están enfocadas a la labor periodística		
Acción	¿Le ayudó esa experiencia para redes sociales?		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Experiencia como community manager y gestión de sitio web en periódico de la UAQ		
Reflexión	Al principio, la informante entró como reportera, pero al no tener el periódico un profesionalista que desarrollara actividades digitales, le dio el nombramiento a ella.		
Acción	¿Cómo vivió ese cambio?		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	La experiencia antes de salir me ayudó a ahorita estar un poco más enfocada a lo que quiero.		
Reflexión	Una de las ventajas de ganar experiencia antes de egresar fue que la informante pudo tomar decisiones para poder enfocarse más en el área que ella quería desarrollar y ejercer.		
Acción	Perfilar a los estudiantes a definir su especialización antes de salir		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	Al tener experiencia antes de egresar aprendí lo que nos estaban enseñando y lo que realmente nos pedía el campo laboral		
Reflexión	La informante pudo comparar su desarrollo dentro del aula y lo que le exigía en ese momento el campo laboral		
Acción	¿Qué otras ventajas les pueden dar a los profesionistas el insertarse al campo laboral antes de egresar?		
<b>MEMO 07</b>			

Categoría	Mi primer empleo fue complicado porque entré a un campo del que no había aprendido mucho (Digital)
Reflexión	La informante pudo desarrollarse como community manager antes de egresar, sin embargo, al tomar su primer empleo en el campo laboral de lo digital fue complicado por la nula formación en esta área de la comunicación.
Acción	¿Cómo enfrentó esta situación?
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Lo poco que sabía era porque lo busqué, pero me di cuenta que no era suficiente
Reflexión	A la informante le dieron tareas digitales en su experiencia antes de egresar, ella buscó la forma de realizarlas. Al entrar al campo laboral se dio cuenta que no era suficiente su conocimiento en lo digital.
Acción	¿Cómo resolvió esta situación?
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Fue como entrar a trabajar, pero yo estaba aprendiendo realmente
Reflexión	La informante siente que fue una experiencia mala, no se sentía con los conocimientos necesarios para desempeñar su trabajo.
Acción	¿Cuánto tiempo lleva la curva de aprendizaje en los profesionistas que recién entran a una empresa?
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Tuve que aprender desde el lenguaje, muchos tecnicismos
Reflexión	El área de comunicación digital exigía varios tecnicismos que la informante no conocía, fue aprendiendo poco a poco. “no era que no supiera nada, sino la forma de presentarlo y plantearlo era diferente”
Acción	¿Sólo se presenta eso en el área de la comunicación digital?
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Tuve que aprender a usar herramientas para el trabajo diario
Reflexión	La agencia en donde entré a trabajar, usaba herramientas muy específicas para desarrollar el trabajo.
Acción	¿Qué elementos la informante tenía para que este proceso se facilitara?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Cuando me dan las redes sociales, el chico que se iba me explicó todo
Reflexión	Su primer conocimiento de cómo administrar las redes, lo recibió del chico que las había administrado.
Acción	¿De qué otra forma complementó esta capacitación?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Recibí un curso por el departamento de informática para la administración de la página web.
Reflexión	El curso consistía en aprender cómo acceder a la plataforma, cómo acomodar el contenido, las imágenes...
Acción	Eso en la parte “técnica” pero en cuanto al diseño de contenido, ¿Cómo resolvió?
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Es mucho trabajo el que se requiere para tener una página web actualizada
Reflexión	Se piensa muchas veces que lo digital es muy sencillo o no se requiere tanto trabajo
Acción	¿Cómo se puede reconocer ese trabajo “detrás de bambalinas”?
<b>MEMO 15</b>	

Categoría	Te enfrentas a los cambios en las mismas redes sociales
Reflexión	A la informante le tocaron cambios muy notorios, sobre todo en el uso de imágenes, videos y gifs
Acción	Es una actualización constante para comprender "lo nuevo"
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	El curso fue más de "gestión" de página web y cómo usar la plantilla
Reflexión	El curso no fue de programación sino de cómo usar la plataforma y la plantilla de la página web.
Acción	¿Qué conocimientos básicos se requieren para comprender el curso?
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	Yo tenía como nociones básicas de cómo funcionaba y eso fue lo que me ayudó
Reflexión	A la informante se le facilitó el curso porque tenía ya bases informáticas
Acción	¿Cuáles son las nociones que tenía? ¿Dónde las aprendió?
<b>MEMO 18</b>	
Categoría	De las que más me ayudaron, son el saber leer y escribir correctamente
Reflexión	Conocimientos y habilidades en el uso del lenguaje.
Acción	¿Cuáles otros?
<b>MEMO 19</b>	
Categoría	Me ayudó lo básico de fotografía que me enseñaron
Reflexión	Los conocimientos básicos en fotografía le ayudaron cuando las actividades eran de cubrir eventos.
<b>MEMO 20</b>	
Categoría	Mis clases de software no fueron tan completas
Reflexión	Lo que me orilló a que yo egresará sin saber cómo usar los programas. Me sentí en desventaja porque mis compañeros sí sabían.
Acción	¿Cómo resolvió esta situación?
<b>MEMO 21</b>	
Categoría	Sentía un hueco, así que busqué cómo llenarlo y tomé un diplomado en adobe
Reflexión	Se presentó la oportunidad del diplomado y la tomé.
Acción	¿Por qué buscar un diplomado y no de otra forma?
<b>MEMO 22</b>	
Categoría	Mi motivación, porque fue manera de titularme y por obtener los conocimientos formales.
Reflexión	Fue por modalidad de titulación y también por aprender bien a usar la paquetería adobe.
<b>MEMO 23</b>	
Categoría	Uso laptop, cámara y teléfono
Reflexión	La computadora portátil la usa para elaborar contenido, la cámara para cubrir eventos y el teléfono para monitorear las redes sociales.
Acción	¿Qué motiva a usar esos tres dispositivos?
<b>MEMO 24</b>	
Categoría	Aprendí a usarlos en la universidad, por el diplomado y más que nada por la práctica en el trabajo
Reflexión	También la forma de aprender a usar los dispositivos es por el saber cómo resolver los problemas en el campo laboral.
Acción	Al enfrentarse a diferentes problemas y tener que resolverlos, se desarrollan las competencias.

<b>MEMO 25</b>	
Categoría	Mi problema principal fue el manejo de software de adobe
Reflexión	No lo aprendí en la universidad al 100% y cuando salí al campo laboral si me lo exigían.
Acción	La práctica es una buena forma de reforzar el aprendizaje del software.
<b>MEMO 26</b>	
Categoría	Las certificaciones y el aprendizaje por experiencia son muy importantes
Reflexión	Es la combinación de un aprendizaje formal y también el llevarlo a la práctica.
Acción	¿De qué forma se puede combinar este aprendizaje y reforzamiento dentro de las actividades escolares?
<b>MEMO 27</b>	
Categoría	No importa cuántas certificaciones tengas, sino que sepas hacer las cosas
Reflexión	Lo que realmente les interesa a los empleadores es que se hagan las cosas.
Acción	¿Cómo llegar a un equilibrio para que el alumno tenga los conocimientos y la práctica?
<b>MEMO 28</b>	
Categoría	Me ayudó el saber leer, conocer las formas de comunicación, de comunicación no verbal.
Reflexión	Conocimientos que adquirió en la universidad
Acción	¿Cómo desarrollar esas habilidades?
<b>MEMO 29</b>	
Categoría	Tenemos que saber de todo y al mismo tiempo especializarnos en algo
Reflexión	El perfil de la carrera es muy amplio, los empleadores quieren que el profesionista conozca de todo pero que también tenga una especialización.
Acción	¿Cómo lograr esto?
<b>MEMO 30</b>	
Categoría	Saber escribir y hablar es básico
Reflexión	Son dos elementos básicos para el perfil profesional del comunicólogo
<b>MEMO 31</b>	
Categoría	Recomiendo que jamás se queden solamente con las clases
Reflexión	Debe existir una actualización continua en el profesionista de la comunicación
Acción	¿Cómo educar esta actitud?

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>		<b>Gabriela</b>	<b>EEP-PC-CPM-002</b>
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Tuve experiencia antes de salir como becaria en el departamento de prensa		
Reflexión	Realizaba tareas y actividades de monitoreo y síntesis de noticias relacionadas a la universidad.		
Acción	¿Qué beneficios obtuvo por esta experiencia?		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	No fue tan complicado porque me ofrecieron dar clases donde hice mis prácticas		
Reflexión	No tuvo que salir a buscar trabajo ya que pasó de las prácticas profesionales a obtener un trabajo como docente en la universidad indígena en Michoacán.		
Acción	¿Cómo vivió la experiencia de la docencia?		
<b>MEMO 03</b>			

Categoría	Cuando sales de la universidad te das cuenta que tienes que aprender a hacer las cosas
Reflexión	La universidad te brinda algunos conocimientos, pero hasta que egresas y entras al campo laboral te das cuenta que tienes que aprender a hacer las cosas.
Acción	¿Cómo motivar a los alumnos a aprender a hacer las cosas?
<b>MEMO 03</b>	
Categoría	Yo preparaba mis clases y me sirvió mucho Youtube
Reflexión	"Todas esas clases que daba de diseño gráfico, o sea yo veía un montón de tutoriales de youtube para poder dar la clase"
Acción	Los tutoriales de youtube como formas de aprendizaje para cosas técnicas
<b>MEMO 04</b>	
Categoría	Mi motivación para consultar Youtube es la practicidad
Reflexión	Por la facilidad de acceso, de tiempo y de poderlo hacer desde el celular o la computadora.
Acción	¿Qué tipo de contenido está en youtube?
<b>MEMO 05</b>	
Categoría	La universidad me enseñó "cómo aprender"
Reflexión	La universidad brinda las herramientas de cómo aprender y cómo manejar la información. El alumno es capaz de buscar la información si es que no cuenta con ella.
Acción	¿Qué elementos le brindó la universidad para desarrollar la capacidad de aprender?
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Te enseñan a buscar, a saber, dónde buscar y saber qué hacer con la información
Reflexión	Las clases te orillan a desarrollar esas habilidades de acceso y manejo de la información
Acción	¿En qué momento? ¿De qué forma se desarrollan las habilidades?
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Te sientes capaz de hacer las cosas y dices "si claro" no sabes cómo hacerlo, pero buscas cómo hacerlo
Reflexión	La universidad te da ese soporte de conocimientos y habilidades que te hacen sentir seguro(a) de hacer las cosas
Acción	¿Cómo se desarrolla esa seguridad?
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Egresas con un perfil muy general, de todólogo
Reflexión	No se tiene claro qué es lo que realmente puedes hacer cuando egresas, hasta que te empiezan a pedir las cosas y te das cuenta que sí sabes hacerlo.
Acción	¿Cómo solucionar este problema desde antes de egresar?
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Me ayudó mucho el tener tronco común de ciencias sociales.
Reflexión	Le brindó un perfil crítico y una sensibilidad ante el entorno social.
Acción	La carrera de comunicación se piensa en la mayoría de los casos, una carrera dentro de las ciencias sociales.
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Llevé un tronco común ya de comunicación
Reflexión	La universidad en la que estudió la informante, divide la preparación profesional: primero un tronco común de ciencias sociales, luego tronco común para los de comunicación y para los semestres finales, ya un área de énfasis.
Acción	¿Cómo ha funcionado esta división en la preparación de los profesionistas?
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Yo sentí que lo que me hace diferente a otros profesionistas es tener el sustento social

Reflexión	Eso le ayudó a comprender la estructura social, el cómo se construye una teoría y brindo pensamiento crítico.
Acción	Las nuevas generaciones ¿están recibiendo esa preparación de teoría social?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Cambios en la forma de mandar la información
Reflexión	Antes se escaneaba ahora lo mandan a través de whatsapp y toman la foto con el celular.
Acción	¿Cuáles son los motivos por los que ahora se hace así?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Modificaron la forma en que almacenamos la información y compraron grabadoras digitales
Reflexión	Anteriormente se hacían carpetas con los recortes de los periódicos, ahora hacen archivos PDF con las imágenes escaneadas. Los audios que se graban se almacenan en discos duros extraíbles y también cambiaron las grabadoras para facilitar la edición y la transcripción.
Acción	En el área en la que se encuentran laborando, se hace uso de las herramientas tecnológicas para facilitar el trabajo y beneficiarse por el almacenamiento digital.
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Me enteré de la aplicación, la descargué y la empecé a usar
Reflexión	Por necesidad se interesó en la aplicación, la descargó y a través del uso continuo aprendió a usar todas las herramientas de la app.
Acción	El profesionista también debe interesarse por buscar las herramientas que le ayuden a facilitar su trabajo.
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	En el día a día aprendes a trabajar con las herramientas que te dan en el trabajo
Reflexión	No siempre las empresas o instituciones brindan las herramientas actuales o de tecnología de punta y el profesionista debe ser capaz de adaptarse a éstas y cumplir con su trabajo.
Acción	¿Cómo se logra esta capacidad de resolver problemas?
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	A veces no sabes hacer las cosas, pero sabes dónde buscar.
Reflexión	En la informante existe el pensamiento que no todo se puede saber, pero lo que es importante es ser capaz de buscar lo que no se sabe.
Acción	Qué habilidad y cuáles conocimientos se necesitan para saber “dónde buscar”
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	Yo me siento capaz de resolver cualquier problema
Reflexión	La informante tiene muy claro la lógica: Si no sé hacerlo, busco cómo hacerlo y lo puedo hacer, tiene una consciencia de la gran ventaja que el acceso a internet puede traer en su desempeño laboral y aprovecha esto.
Acción	La cuestión es, si con el simple hecho de tener acceso a internet, cualquier profesionista puede desarrollar nuevas habilidades y conocimientos
<b>MEMO 18</b>	
Categoría	Si debes de saber cómo buscar la información
Reflexión	Tener nociones de cómo acceder a la información que está en internet. Saber distinguir las fuentes, incluso qué palabras usas en el buscador.
Acción	¿Cómo logras tener esos parámetros?
<b>MEMO 19</b>	
Categoría	Debemos ser sensibles a los cambios, estar abiertos y aprovechar la ventaja del acceso a la información
Reflexión	El profesionista actual debe estar abierto y sensible a los cambios, saber cómo se están modificando los espacios y ver cómo resolver con ayuda de la información.
Acción	La actitud abierta es base para desarrollar las competencias.

<b>MEMO 20</b>	
Categoría	Las universidades deben de centrarse en formar un sujeto sensible al entorno
Reflexión	Con esa sensibilidad, el profesionista será capaz de resolver problemas de una forma más integral.
Acción	Premisa de la socioformación
<b>MEMO 21</b>	
Categoría	El profesionista debe de estar dispuesto a interactuar con los cambios
Reflexión	Debe de tener una actitud abierta para poder adaptarse a todos los cambios del entorno, esto le permitirá adaptar también la profesión para responder a las exigencias del mercado.
Acción	Cómo enfrentarse a los cambios.
<b>MEMO 22</b>	
Categoría	En la parte técnica, nos pone vulnerables el hecho que existan tutoriales de youtube o certificaciones en línea.
Reflexión	El tener más habilidades técnicas que conocimientos ya no es un plus para los profesionistas. Con la posibilidad de aprender a través de tutoriales o cursos en línea, cualquiera puede desarrollar esas habilidades técnicas.
Acción	¿Cuál es el plus para los profesionistas actuales?
<b>MEMO 23</b>	
Categoría	Desde mi opinión, no se puede abandonar la formación universitaria, porque te da elementos como un pensamiento crítico.
Reflexión	La universidad si brinda herramientas y conocimientos básicos, sobre todo en la parte teórica.
Acción	El reto es adaptar a los cambios actuales, las habilidades del alumno para poner en práctica los conocimientos y la parte teórica.
<b>MEMO 24</b>	
Categoría	Al egresar te das cuenta que lo que aprendiste ya no sirve. Ya no hay ese programa o el mercado ya no quiere eso.
Reflexión	Sobre todo, en aspectos como edición y software. Es importante aprender cómo hacerlo, pero más importante el saber cómo adaptar ese conocimiento a las nuevas exigencias.
<b>MEMO 25</b>	
Categoría	Materias en la universidad muy útiles
Reflexión	Semiótica, lingüística, tópicos de ciencias sociales
Acción	Son materias básicas para la comprensión de las diferentes funciones del lenguaje.
<b>MEMO 26</b>	
Categoría	Recomiendo tener experiencia desde antes de egresar
Reflexión	La informante recomienda en primer punto, buscar el obtener la experiencia antes de egresar de la universidad.
Acción	Esa posibilidad brinda una consciencia del campo laboral y ayuda a saber cómo enfrentarlo.

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>	<b>Jessica</b>	<b>EEP-PC-CD-003</b>
<b>MEMO 01</b>		
Categoría	Hice prácticas profesionales en el departamento de prensa de la UAQ	
Reflexión	Tuvo la oportunidad de poner en práctica habilidades y conocimientos de manejo de información al estar en el área de monitoreo y síntesis de noticias.	
Acción	¿Qué beneficios la informante pudo obtener al hacer sus prácticas en esta área?	
<b>MEMO 02</b>		
Categoría	Mi primera experiencia laboral fue en una revista, cubría eventos sociales	

Reflexión	En ese rol laboral, la informante se sintió muy competente. Una razón, la línea terminal de periodismo que cursó y por la experiencia en prensa.
Acción	Cómo fue la experiencia al momento de hacer comunicación digital
<b>MEMO 03</b>	
Categoría	Innové la forma de enviar la síntesis informativa y si lo aceptaron
Reflexión	Tuvo muy buena aceptación la propuesta que la informante hizo. Ella tuvo una lógica de “ahorro de acciones” para que los lectores tuvieran una facilidad en el acceso a la información.
Acción	¿Cómo se le ocurrió esta idea?
<b>MEMO 04</b>	
Categoría	Ahora lo digital te exige presentar tu contenido con inmediatez
Reflexión	Es necesario poder distinguir los cambios que la cultura digital ha traído para poder presentar el contenido de una forma atractiva
Acción	¿Cómo logró identificar los cambios?
<b>MEMO 05</b>	
Categoría	El periodismo también tiene que evolucionar, ahora la gente es más visual
Reflexión	Lograr entender lo que ahora quiere la gente para poder presentar el contenido de esa forma y que se atractivo.
Acción	¿Esta lógica ha influido en la calidad del periodismo?
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Ponerse en los zapatos de la persona que quieres que te lea para saber cómo presentar la información.
Reflexión	El profesionalista debe tener esa sensibilidad al entorno para saber cómo presentar la información y que ésta sea atractiva para el lector.
Acción	¿Qué materia o qué elementos te brinda esa empatía o esa sensibilidad?
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Para saber cómo hacerlo, acudí al departamento de informática a que me ayudaran
Reflexión	La informante logró identificar el problema y pensó en acudir por ayuda con el departamento que sabía cómo resolverlo.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	A veces no tienes los recursos y lo tienes que solucionar
Reflexión	La mayoría de los profesionistas mencionan que ha sido un gran reto, no tener los recursos y aun así tener la responsabilidad de entregar el trabajo.
Acción	Resolución de problemas --- Socioformación
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	La universidad te da las herramientas, pero hasta que sales y te enfrentas al problema es a como desarrollas la habilidad
Reflexión	Los profesionistas perciben la competencia hasta que se enfrentan a resolver los problemas del día a día.
Acción	Socioformación – desarrollo de competencias a través de la resolución de problemas del contexto próximo.
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Yo me siento preparada por mis bases teóricas, no sólo es vender sino poner algo de calidad.
Reflexión	A diferencia de otros profesionistas, la informante considera que el perfil profesional de la UAQ está muy bien fundamentado desde la parte teórica y social, lo que les permite no sólo vender o presenta el producto de “forma bonita” sino con un buen contenido.
Acción	¿Cómo lograr un equilibrio entre la parte técnica sin descuidar el contenido de calidad?

<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Aprendo mucho viendo tutoriales o videos de YouTube.
Reflexión	Consulta los tutoriales para cosas técnicas y los videos para identificar las tendencias y formatos para presentar el contenido.
Acción	¿Qué la motiva para hacerlo a través de los tutoriales de YouTube?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	También sigo mercadólogos y comunicólogos en redes sociales.
Reflexión	La informante sigue a los líderes de áreas que le pueden indicar cuáles son las tendencias y así complementar su trabajo.
Acción	Aprendizaje informal--- por imitación
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	La universidad te enseña el "autoaprendizaje".
Reflexión	La universidad le brindó las herramientas para buscar la forma de seguir aprendiendo.
Acción	Cuál es su principal motivo para hacerlo a través de videos y tutoriales
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Mi principal motivación de hacerlo con tutoriales es que es gratis
Reflexión	El hecho de que los tutoriales sean gratis es un motivo principal para la informante, además el fácil acceso y la explicación.
Acción	Que está en internet es sinónimo de producto o servicio gratis
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	El seguirte preparando de una manera formal, te da más credibilidad.
Reflexión	No es lo mismo, cursar capacitaciones o certificaciones de manera formal en la UAQ que hacerlo en línea y sin una institución que lo avale.
Acción	De qué forma los cursos en línea pueden aumentar su credibilidad

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>		<b>Itzel</b>	<b>EEP-PC-CD-004</b>
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Curación y programación de contenido para facebook		
Reflexión	Consiste en seleccionar el tipo de contenido y la forma de presentarlo dependiendo de los objetivos de comunicación.		
Acción	Qué herramientas utiliza para desempeñar su trabajo.		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Contacto a las personas para entrevistas, cubrir eventos, videos, entrevistas, parte creativa, diseño.		
Reflexión	La informante realiza varias actividades de diferentes áreas.		
Acción	Da la impresión que hace el trabajo de diferentes personas. "todóloga"		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Antes de egresar estaba como becaria en prensa.		
Reflexión	Realizaba monitoreo, síntesis y seguimiento de redes de la UAQ		
Acción	¿Qué beneficios le trajo el hecho de entrar al campo laboral antes de egresar?		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	También antes de egresar estuve como reportera en un proyecto de cultura		
Reflexión	Salir a hacer reportajes, entrevistas y videos para el contenido del proyecto de cultura		
Acción	¿Qué competencias pudo desarrollar en esta experiencia?		

<b>MEMO 05</b>	
Categoría	Primero entré como editora de videos, después me pusieron a hacer lo digital pero pues la universidad no me había enseñado
Reflexión	La informante entró en la revista como editora de videos y poco a poco le fueron dando más actividades digitales.
Acción	Al parecer no existe una definición clara de los roles y puestos
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Tuve que aprender a manejar las redes sociales para una empresa.
Reflexión	La informante entró a la empresa desempeñando otro rol laboral, cuando llega el boom de lo digital, le piden que administre las redes sociales. Ella aunque tenía cuenta personal en esas redes sociales, tuvo que aprender a usarlas para lograr objetivos diferentes que quería la empresa.
Acción	El hecho de haber tenido un "conocimiento bajo" sobre las redes sociales, al tener cuenta personal, ¿Ayudó a hacer más rápido el proceso de aprendizaje?
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Necesitas aprender a usar herramientas para medir tu desempeño digital (estadísticas).
Reflexión	Los empleadores exigen un conocimiento y manejo de softwares o sitios web que te permiten medir tus estadísticas de desempeño digital.
Acción	No sólo es saber usar el programa sino también saber interpretar los resultados.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Aprendí mucho con los compañeros.
Reflexión	Existía ya un área que se dedicaba al manejo de cuentas de la agencia, la informante se acercó para aclarar dudas y saber cómo manejar las redes sociales de la revista.
Acción	El aprendizaje entre pares es muy común en los espacios de trabajo, sobre todo cuando lleva una dinámica de trabajo en equipo.
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	También leíamos muchos artículos.
Reflexión	Es importante el mantenerse informado, más sobre las tendencias y los cambios que el mercado está presentando.
Acción	El interés es un elemento básico para desarrollar este tipo de acciones.
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Nos dieron un pequeño taller sobre informática para la página web.
Reflexión	Las empresas en la mayoría de los casos, se hacen responsables de la curva de aprendizaje para enfrentar cualquier cambio.
Acción	La actitud por parte del profesionista y las ganas que expresa, son elementos para que esa curva de aprendizaje se más rápida.
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	No me enseñaron como tal "a curar contenido" pero si te pones a pensar son elementos básicos del periodismo y eso sí lo vi.
Reflexión	Parte del proceso de adaptación que tiene que tener el profesionista, es ser capaz de retomar los conocimientos y habilidades previas para solucionar los problemas actuales.
Acción	¿Todos los conocimientos se pueden adaptar de la misma forma?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Géneros periodísticos me ayudó mucho porque aprendí a escribir

Reflexión	Existen materias base que, aunque no tengan el concepto “digital” brindan los conocimientos y habilidades básicos que al profesionalista le ayuda a enfrentar las exigencias actuales.
Acción	¿Sería buena idea que estas materias se rediseñaran con base en el concepto digital?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Materias en la universidad muy útiles.
Reflexión	Edición audiovisual, análisis narrativo, habilidades de aprendizaje y epistemología
Acción	Materias como habilidades de aprendizaje y epistemología deberían ser base de la educación encaminada a la sociedad del conocimiento.
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Uso el smartphone, laptop, cámara y micrófono.
Reflexión	En la mayoría de los espacios laborales, los profesionistas que están desempeñándose en tareas digitales, hacen uso recurrente al celular para facilitar el acceso a las plataformas.
Acción	¿Qué los motiva? ¿Qué beneficios obtienen?
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Empecé a usar el celular por el WhatsApp, todos lo usaban menos yo
Reflexión	El uso del celular inteligente fue por necesidad, la dinámica de comunicación que tenía el equipo de su trabajo la orilló a comprar un celular nuevo para poder descargar la aplicación y estar comunicada.
Acción	El entorno te va orillando y la necesidad te va guiando hacia qué usos darle a la tecnología.
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Siento que sí necesito más capacitación para cumplir al 100% con mi trabajo digital.
Reflexión	Existe una consciencia sobre la capacitación constante en los entornos digitales, un proceso de aprendizaje que en la mayoría de los casos se lleva a la par del desarrollo de las actividades.
Acción	Es una dinámica de “ir aprendiendo mientras lo hago”
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	Hay cosas que se pueden resolver "en la marcha" pero otras que si se requiere una capacitación.
Reflexión	En algunas situaciones, los problemas se pueden resolver al instante, pero algunas otras si requieren de una capacitación más profunda.
Acción	¿Cuál sería la diferencia entre esas dos situaciones?
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	“pues yo creo que, si existe un cambio, pero tampoco creo que las personas que son de la vieja escuela no pueden aprenderlo”
Reflexión	La informante si percibe cambios en el perfil del profesionalista, pero lo ve como algo normal, como un proceso mismo de la adaptación de la carrera al nuevo entorno.
Acción	¿Cómo logran adaptarse los profesionistas?

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>	<b>Hermes</b>	<b>EEP-PC-CPM-005</b>
<b>MEMO 01</b>		
Categoría	Mi primera experiencia laboral fue en radio y entré a los 18 años	
Reflexión	El informante empezó a trabajar en una radiodifusora desde los 18 años por una oportunidad que se le presentó, se encargaba de la parte de producción a nivel técnico.	
Acción	¿Qué ventajas competitivas adquirió el informante por haber entrado desde temprana edad a un ámbito de medio de comunicación?	

<b>MEMO 02</b>	
Categoría	Hago levantamiento de tomas.
Reflexión	Se encarga de todo el proceso de creación audiovisual. Preproducción, producción y postproducción.
Acción	¿Cuál es su principal problema?
<b>MEMO 03</b>	
Categoría	Tienes que aprender a usar varias cámaras
Reflexión	No sólo es saber usar una cámara digital sino aprender a usar las diferentes cámaras que te da el campo laboral.
Acción	¿Cómo logran adaptarse a las herramientas que les brinda el campo laboral?
<b>MEMO 04</b>	
Categoría	Yo empecé a editar desde la secundaria, y poco a poco fui aprendiendo más.
Reflexión	Las habilidades técnicas se desarrollan sin necesidad de estar en un campo ideal de aprendizaje, se desarrollan por interés y a través de la práctica.
Acción	Qué tipo de conocimientos se le tiene que brindar a los alumnos para que puedan desarrollar estas habilidades en un entorno de aprendizaje no formal.
<b>MEMO 05</b>	
Categoría	En la universidad aprendes como las bases.
Reflexión	El conocimiento adquirido en la universidad es poco, funciona como base para después seguir desarrollándolo en el campo laboral.
Acción	Qué otros elementos influyen en el desarrollo de las competencias fuera del aula.
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Es fácil aprender a usar los programas porque la mayoría son muy intuitivos.
Reflexión	La mayoría de los programas son muy intuitivos y no cambian tanto entre las versiones. Debes de aprender la "lógica de la edición".
Acción	Qué conocimientos básicos tiene que tener el alumno para aprender a usar los programas.
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Aprendí a editar en la secundaria y prepa por gusto.
Reflexión	El informante desarrolló las competencias digitales por gusto, acercándose a los programas y aprendiendo con base de "acierto-error"
Acción	El interés como un factor base para el desarrollo de las habilidades técnicas
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	En la universidad no te motivan para hacer cosas prácticas o para hacer proyectos reales.
Reflexión	El informante identifica la necesidad de recibir más motivación por parte de los docentes para el desarrollo de proyectos prácticos.
Acción	La socioformación propone una educación basada en proyectos reales para el desarrollo de las competencias.
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Materias en la universidad muy útiles
Reflexión	Lingüística, semiótica, análisis del discurso pues te ayuda a tener una noción de lo que tú quieres poner en práctica.
Acción	Las materias teóricas aportan una base para que el profesionista sea capaz de desarrollar un producto o presentar un proyecto completo.
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	No sólo es aprender a usar la cámara sino debes aprender también el lenguaje audiovisual.

Reflexión	El informante está consciente de la importancia de una preparación teórica que le brinda un sustento a los videos que él edita. La parte teórica-social le permiten tener una noción de lo que quiere comunicar, cómo lo va a comunicar y sobre todo el para qué lo va hacer.
Acción	Lo ideal es tener una preparación equilibrada, 50% teórica – 50% práctica para lograr una educación integral. (La socioformación al presentar los proyectos éticos de vida y trabajar bajo la resolución de problemas, busca el desarrollo de una lógica integral en cada proyecto).
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	En las materias de edición nos hizo falta teoría, por ejemplo, más teoría del lenguaje audiovisual.
Reflexión	El informante siempre ha tenido mucho interés en toda la parte audiovisual, al cursar las materias y talleres enfocadas a eso, percibió brechas o huecos importantes, lo que lo orilló a buscar complementar su formación por cuenta propia.
Acción	El interés como elemento base de una formación continua.
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Yo he conocido más sobre autores de audiovisuales por tutoriales de youtube
Reflexión	Los autores y realizadores de audiovisuales que tienen una trayectoria importante, cuentan con un canal de YouTube, comparten libros e ideas que ayudan al informante a ir construyendo conocimientos que la universidad no brindó.
Acción	Con el internet se desarrolla una lógica de “compartir el conocimiento y la información” ¿Cuál sería la competencia?
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	En lo audiovisual siempre te encuentras con problemas, pero he sabido resolverlos.
Reflexión	Te encuentras con muchos problemas, pero al final lo tienes que resolver... El informante no sabe cómo se desarrolla esta habilidad, pero al tener de por medio el interés y el compromiso de cumplir con el trabajo, te orilla a buscar la forma de resolver la situación.
Acción	Los profesionistas todo el tiempo se enfrentan a problemas que deben de resolver en el campo laboral. La socioformación trabaja bajo el enfoque de resolución de problemas del contexto real para el desarrollo de las competencias en el alumno.
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Si sabes algo tienes que aprender a venderlo y eso nos falta.
Reflexión	El informante percibe la necesidad de desarrollar competencias para vender el trabajo ya en el mercado. Desde que uno ingresa al campo laboral hasta la posibilidad de innovar o crear tu propio negocio.
Acción	Se presenta un bajo perfil “emprendedor” en los profesionistas de la comunicación, la mayoría, aspira a la idea de emplearse en un rol definido por el campo laboral más que innovar y aprender a desarrollar sus propias ideas.
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Hay un problema con el perfil porque ahora cualquier persona con las nociones básicas del programa lo puede hacer.
Reflexión	El perfil del comunicólogo está en crisis pues con el desarrollo de varios programas y aplicaciones, pareciera que cualquier persona con las nociones básicas para usarlos puede hacer el trabajo del profesionista de la comunicación.
Acción	Se debe trabajar en diferenciar el trabajo del profesionista de la comunicación, un sello profesional en el trabajo y profesionalizar los espacios digitales.
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	El comunicólogo debe apostarle a ser el creador de ideas, de proponer cultura y conceptos.
Reflexión	El comunicólogo como un constructor de cultura a través de la presentación de ideas y conceptos. No como un “talachero” sino como un gestor de la información.
Acción	Se debe repensar el rol del comunicólogo dentro de la sociedad del conocimiento y de la información.

Entrevista en Profundidad a Profesionistas		Angie	EEP-PC-C0-006
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Desde tercer semestre entré al campo laboral.		
Reflexión	Desde antes de graduarse, la informante tuvo la oportunidad de entrar al campo laboral en una agencia de comunicación política. Estuvo ahí durante 2 años.		
Acción	¿Cómo fue esa experiencia, al tratarse de un espacio laboral fuera de la universidad y con actividades para un sector muy específico como lo es la política?		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Me siento muy afortunada de tener experiencia en varias áreas diferentes.		
Reflexión	La posibilidad de entrar a ejercer en diferentes áreas de la comunicación (política, periodismo y comunicación organizacional) le brindó la oportunidad de “comparar” cada campo laboral y la posibilidad de desarrollar habilidades específicas de cada área.		
Acción	¿Qué ventajas competitivas le brindó esta oportunidad?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Siento que aprendí muchas cosas, porque es distinto la teoría a ya la práctica.		
Reflexión	El poder ejercer desde antes de egresar le dio la oportunidad de enfrentarse a la realidad laboral, darse cuenta de los retos a los que un profesionista de la comunicación se debe enfrentar diariamente para realizar su trabajo.		
Acción	¿Cómo ayudó a su desarrollo profesional?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Siento que me dio mucha ventaja competitiva, además que me ayudó a definir hacia dónde me quería ir al salir de la universidad.		
Reflexión	De los beneficios que mejor puede observar la informante, menciona que siente que adquirió mucha ventaja en cuanto a la experiencia laboral y la posibilidad de “probar” las diferentes áreas de la comunicación para poder tomar una decisión más segura al salir de la universidad.		
Acción	Varios profesionistas han mencionado la importancia de especializarse en un área de la comunicación, la posibilidad que tuvo la informante le brindó ese “extra” al momento de elegir hacia dónde quiere especializar su perfil profesional.		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Me sentía preparada en toda la parte de comunicación, pero en la parte administrativa yo estaba en ceros.		
Reflexión	La informante estuvo en el puesto de Coordinadora del área de comunicación dentro de una Asociación Civil. En cuanto a los conocimientos y habilidades de la comunicación ella se sintió muy preparada al momento de ingresar, sin embargo, no se sintió competente en la parte “administrativa” que por las actividades y jerarquía del puesto tenía que desarrollar.		
Acción	Se percibe una poca preparación por parte de las universidades para el desarrollo de competencias que le permiten al profesionista ocupar puestos altos dentro de la pirámide jerárquica de una empresa.		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	Primero tuve que mejorar mi inglés.		
Reflexión	Al ser una Asociación con donantes extranjeros, la informante tuvo que prestar atención en mejorar y practicar su inglés.		
Acción	El profesionista debe tener una consciencia que vivimos en una sociedad globalizada, por lo que el manejo del idioma inglés ya no es un extra sino una competencia básica.		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	Tuve que investigar todo sobre las asociaciones y tomar a varias como ejemplo.		

Reflexión	La informante desconocía sobre la forma de operar de una asociación en todos los sentidos, tuvo que investigar desde la estructura y actividades de cada área. Tomó como ejemplo otras asociaciones para poderse guiar.
Acción	En este caso, la informante tenía claro los conocimientos y habilidades de comunicación, se sentía segura. Pero al carecer de las herramientas administrativas para desarrollar su función como coordinadora, tuvo que prepararse.
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	También tomé talleres para cubrir esa parte que me faltaba.
Reflexión	Empezó a buscar diferentes formas de cubrir las competencias que no tenía y desarrollar lo necesario para cumplir con su trabajo.
Acción	¿Cómo surge ese interés?
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Investigué en internet, con la dueña y con los compañeros de trabajo
Reflexión	No sólo consultó una fuente, sino también consideró otros elementos importantes. Se percibe mucha sensibilidad social en la informante.
Acción	Capacidad de identificar y comprender los elementos que intervienen en el funcionamiento de la asociación. Tomó en cuenta varias cosas que influían en su trabajo.
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Tuve que pedir ayuda a mis profesores de la universidad.
Reflexión	La informante también consultó a los profesores de su universidad, les pidió recomendaciones de libros o fuentes que ella podía consultar para seguirse preparando.
Acción	Se percibe un gran compromiso por parte de la informante, responsabilidad para desempeñar su rol laboral y complementar su perfil profesional.
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Los talleres los tomé con otras organizaciones con las que trabajábamos
Reflexión	Recibió apoyo de la directora de la asociación (su jefa) para complementar su capacitación.
Acción	Los empleadores presentan interés por preparar a sus empleados, apoyarlos para que éstos desarrollen las competencias que les permitan cubrir con sus actividades laborales. (¿De qué depende?)
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Me ayudó el ritmo de trabajo y de estudio que siempre he tenido, he sido muy dedicada la verdad.
Reflexión	La informante siente que lo que más le ayudó fue el ritmo de estudio y la dinámica que siempre ha tenido. La responsabilidad y el compromiso con lo que ella realiza.
Acción	Se percibe una gran responsabilidad profesional y un sentimiento de "si voy a hacer las cosas, las tengo que hacer bien".
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Materias en la universidad muy útiles.
Reflexión	Periodismo, investigación, diseño gráfico, diseño editorial.
Acción	Materias que más le ayudaron a desarrollar la parte de comunicación.
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	No existe una cultura de comunicación en las empresas.
Reflexión	La informante percibe que no existe aún una cultura de comunicación en la sociedad ni en las empresas, no se considera como un área importante ya que se confunde en la mayoría de los casos con la parte administrativa.
Acción	Necesidad de una definición de roles y actividades de un comunicólogo.
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	La mejor manera de convencer y demostrar que es algo importante es haciéndolo.
Reflexión	La informante tiene una postura de demostrar la importancia del comunicólogo a través del trabajo.

Acción	Se percibe por parte de otros profesionistas que, en la mayoría de los casos, el trabajo es “invisible”
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Me tuve que acoplar a usar ciertas herramientas, algunos programas que usaban ya.
Reflexión	No todos los escenarios son ideales, se enfrentó a que ella sabía usar otros programas, pero en la asociación hacían las actividades con otros.
Acción	Adaptación al contexto laboral y sus herramientas.

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>		<b>Daniela</b>	<b>EEP-PC-CS-007</b>
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	En la carrera te enseñan de todo, pero también eso te deja un perfil muy amplio con algunos conocimientos básicos.		
Reflexión	La informante percibe ciertos vacíos en su formación por el perfil general con el que egresa.		
Acción	Se coincide con otros profesionistas la idea de “se hacer de todo, pero poquito”		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Al salir uno elige en qué especializarse y sobre todo si quieres seguirte preparando.		
Reflexión	Se percibe que la decisión es personal de cada profesionista sobre hacia dónde dirigir su perfil y cómo seguirse preparando.		
Acción	¿sólo depende del profesionista?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Yo trabajo mucho en la logística de eventos y siento que el saberme expresar ha sido básico.		
Reflexión	Llevar los conocimientos adquiridos en la universidad a un área personal para ir formando de mejor forma su perfil profesional. Aplicar los elementos de comunicación en su imagen como profesionista.		
Acción	La facilidad para desenvolverse de la informante, ¿Tiene que ver con su preparación profesional o por las características personales y de personalidad?		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Las nuevas generaciones aprenden a usar las herramientas tecnológicas desde muy temprana edad, no necesitan ir a la universidad.		
Reflexión	La informante se ha enfrentado a la nueva dinámica de las generaciones más jóvenes, no se requiere de estudios formales dentro de un programa universitario para adquirir las habilidades de uso y manejo de los dispositivos digitales.		
Acción	¿cómo estar en una actualización constante?		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	Hay cosas en las que te vas rezagando por no ejercerlas tal cual.		
Reflexión	Los profesionistas egresan con la idea de “tengo que saber de todo”, sin embargo, al enfocarse a un área específica en el campo laboral, se descuidan otras.		
Acción	No hay necesidad de actualizarse constantemente en todo... sino en el área de interés o en la que están ejerciendo.		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	Me pidieron un video, pero yo no sé cómo hacerlo, le pagué a uno de mis compañeros para que lo hiciera.		
Reflexión	La informante tiene una formación más hacia un perfil de comunicación organizacional, la parte de edición audiovisual no la tiene tan desarrollada. Para solucionar el problema, acudió a un compañero de generación que se ha especializado en el área.		
Acción	Un comunicólogo organizacional desarrolla habilidades diferentes a las otras áreas de énfasis de la comunicación.		
<b>MEMO 07</b>			

Categoría	Quiero aprender y bajé varios tutoriales, de edición principalmente.
Reflexión	La informante está segura de querer aprender por cuenta propia para adquirir las habilidades de esa área, buscó tutoriales y los programas, pero el tiempo no le permite dedicarle horas a aprender.
Acción	Para llevar a cabo un aprendizaje autodidacta se requiere de muy buena organización de las actividades y el tiempo.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Lo busqué y le "piqué" en todas las herramientas hasta que salió.
Reflexión	La informante cumplió con un trabajo de diseño que su jefe le estaba pidiendo, dedicó tiempo para estar "investigando" las herramientas del programa.
Acción	Cumplió con las exigencias de una forma intuitiva al usar el programa.
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Yo he aprendido mucho más, uno tiene que aprender a solucionar problemas.
Reflexión	La informante considera que la experiencia laboral le ha permitido aprender y mejorar muchas habilidades que en la universidad no hubiese podido desarrollar.
Acción	La solución de problemas, el enfrentarse a una realidad es lo que desarrolla las competencias en el alumno.
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Nadie sabe lo que hacemos, entonces uno se tiene que adaptar a lo que están pidiendo.
Reflexión	El campo laboral de un profesionista de la comunicación está indefinido, los comunicólogos se han adaptado a las exigencias de los empleadores.
Acción	Trabajar en la identidad del profesionista y los roles laborales que puede desarrollar.
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Minimizan el trabajo, y creen que uno puede hacer el trabajo de cinco.
Reflexión	Existe una percepción en el valor que se le brinda a la profesión dentro del campo laboral.
Acción	El uso de tecnologías ha facilitado la simplificación de los roles dentro de los espacios laborales de la comunicación.
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Tomé un diplomado en ejercicio de gobierno.
Reflexión	La informante complementó su desarrollo laboral a través de cursos y un diplomado totalmente enfocado a la parte de ejercicio de gobierno.
Acción	Cada profesionista va diseñando su perfil propio.
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Desde la universidad, yo fui como "muy esponja" aprendía de todo.
Reflexión	La informante tuvo una actitud abierta y demostrando mucho interés en todo su desarrollo universitario.
Acción	La actitud y la postura "abierta" ayudan a desarrollar mejor las competencias.
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	la principal razón es la economía y luego el tiempo.
Reflexión	Una gran motivación para la educación en línea es el costo, en la mayoría de los casos es gratuita o a un bajo costo. También el tiempo es un factor que los profesionistas toman en cuenta para seguir su preparación.
Acción	Alfabetización digital.

Entrevista en Profundidad a Profesionistas	Eduardo	EEP-PC-CD-008
<b>MEMO 01</b>		

Categoría	Era algo que ya estaba haciendo desde la universidad, sólo cambió la forma de dirigirlo a los lectores del periódico.
Reflexión	El informante tenía las habilidades para desarrollar un trabajo periodístico, sólo vivió un proceso de adaptación al estilo del medio al que entró a trabajar.
Acción	En cualquier área laboral y espacio, los profesionistas se enfrentarán a un proceso de adaptación.
<b>MEMO 02</b>	
Categoría	Necesitas aprender a trabajar a prisa.
Reflexión	Lo que más marcó al informante fue la necesidad de desarrollar competencias laborales, por ejemplo, trabajar a prisa al hacer una cobertura de algún evento.
Acción	Cómo desarrollar esas habilidades desde la universidad
<b>MEMO 03</b>	
Categoría	Como periodista necesitas una sensibilidad al contexto
Reflexión	La sensibilidad al contexto te ayuda en la labor del periodista.
Acción	En qué consiste esa sensibilidad
<b>MEMO 04</b>	
Categoría	En lo digital se tiene más la libertad de expresión
Reflexión	El informante ve como principal ventaja la libertad de expresión en los espacios digitales.
Acción	Cómo esto puede beneficiar o perjudicar a la carrera de comunicación.

Entrevista en Profundidad a Profesionistas	Bere	EEP-PC-CD-009
<b>MEMO 01</b>		
Categoría	Administrar redes sociales y escribir artículos para la revista.	
Reflexión	La informante está trabajando en una agencia de marketing y tiene dos roles principales. Uno implica habilidades digitales y el otro no tanto.	
Acción	Cómo percibe su desempeño en cada área	
<b>MEMO 02</b>		
Categoría	Creo contenido visual para redes, entrevisto a los informantes y tomo fotografías	
Reflexión	El perfil de la informante es muy general, desarrolla diferentes tareas dentro de la empresa.	
Acción	¿Qué prefieren los empleadores? Perfil general y a medias o un perfil específico.	
<b>MEMO 03</b>		
Categoría	Aprendí varias cosas en la universidad, pero en la práctica es distinto entonces te adaptas.	
Reflexión	La informante considera que tuvo las habilidades y conocimientos necesarios para su desarrollo profesional, sin embargo, al llegar al campo laboral algunas cosas cambiaron y se tuvo que adaptar.	
Acción	Cómo vivió ese proceso de adaptación	
<b>MEMO 04</b>		
Categoría	Cambian mucho las tendencias en las redes sociales.	
Reflexión	El profesionista necesita estar al día en cuanto a tendencias digitales, más cuando su rol laboral se encuentra en esta área.	
Acción	Cómo comprender esas nuevas lógicas	
<b>MEMO 05</b>		
Categoría	La necesidad me obliga, pero también la curiosidad.	
Reflexión	Debe existir un poco de curiosidad e interés para mantenerse actualizado en las tendencias digitales.	
Acción	Qué diferencias existen entre un profesionista que sólo lo hace por obligación y el que se interesa y demuestra curiosidad.	
<b>MEMO 06</b>		

Categoría	Me costó mucho trabajo hacer análisis de mercados o cosas de estadística.
Reflexión	Algunas actividades laborales le demandaban hacer análisis estadísticos.
Acción	¿Es una tarea de un comunicólogo o es más de un mercadólogo?
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	A veces trato de experimentar, lo intento y lo pruebo
Reflexión	La innovación es importante para aumentar las competencias laborales dentro de un espacio de trabajo.
Acción	Cómo enseñar a los alumnos a ingeniar la forma de mejorar los procesos.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Siempre busco que las cosas salgan bien, trato de tener esa actitud.
Reflexión	El tener una buena actitud, positiva ayuda al profesionista a desarrollar otras habilidades.
Acción	Cómo fomentar el tener una actitud positiva si es algo que involucra muchos elementos

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>		<b>Marilu</b>	<b>EEP-PC-CO-010</b>
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Hice prácticas profesionales en radio y televisión Querétaro.		
Reflexión	La informante tuvo experiencia en un campo laboral antes de egresar como prácticas profesionales.		
Acción	¿Qué actividades realizaba?		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	No tuvo experiencia laboral antes de egresar porque no la querían contratar por ser estudiante.		
Reflexión	Dentro de los espacios laborales solicitan cierto nivel de experiencia en la mayoría de los casos.		
Acción	¿Cómo se puede adquirir esa experiencia que requieren los empleadores desde la formación universitaria?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	La parte teórica si la tenía, sólo que no conocía el software que ocupaban ahí.		
Reflexión	La informante se sentía segura en la parte teórica, pero al momento de ver el software que usaban en la radiodifusora se dio cuenta que la parte técnica se sentía competente.		
Acción	El brindarle una educación enfocada al manejo de software a los alumnos, no garantiza una buena competencia digital. Ya que existen varios programas para editar y no sabemos cuál usarán en el espacio laboral.		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Al no saber del programa, me apoyé mucho de mis jefes.		
Reflexión	La informante ni si quiera tenía conocimiento del programa de edición que utilizaban en esa radiodifusora, para poder cumplir con lo solicitado se apoyó mucho de sus jefes.		
Acción	¿Cómo solucionó el problema?		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	Me enseñaron con un tutorial y moviéndole y picándole.		
Reflexión	Los jefes se dieron un poco de tiempo para explicarle a la informante, le compartieron un tutorial y le explicaron lo básico para que ella pudiera cumplir con las tareas que le solicitaban.		
Acción	Realmente la informante no tuvo un aprendizaje significativo del programa, sólo lo básico para cumplir con sus tareas.		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	No me acordaba de muchas cosas porque no lo practiqué por mucho tiempo.		
Reflexión	Eran conocimientos y habilidades que había adquirido en segundo semestre, cuando llegó a las prácticas se dio cuenta que ya no se acordaba de muchas cosas.		
Acción	La práctica constante es un elemento básico para desarrollar una competencia digital.		

<b>MEMO 07</b>	
Categoría	En esa área aprendí más con el diplomado que en la carrera
Reflexión	El diplomado era un curso más específico y le ayudó más a la informante a desarrollar las competencias digitales.
Acción	Fue durante más tiempo y totalmente enfocado al manejo del software de diseño.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Fue difícil enfrentarme a la dinámica de trabajo, al estrés y presión.
Reflexión	Lo que más trabajo le costó a la informante fue adaptarse al ritmo de trabajo que le solicitaba la televisora.
Acción	Como competencia también es importante considerar el manejo a la frustración, manejo de estrés y dinámica laboral.
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	La parte teórica y de autores si te ayuda porque entiendes el proceso de comunicación, lo vas a estar aplicando.
Reflexión	La formación teórica del profesionista de la comunicación les brinda herramientas para comprender en sí la comunicación y poder aplicarlo a la vida diaria.
Acción	¿Cómo se construye este pensamiento?
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Ya cuando eres egresado tienes que buscar por tu cuenta.
Reflexión	No te puedes quedar con los conocimientos que la universidad te brindó, al estar en el campo laboral debes buscar la forma de estar actualizado por tu cuenta.
Acción	En la mayoría de los profesionistas existe esta lógica, ya sea por necesidad o por gusto, pero buscan las formas de complementar su formación.
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Cada área de trabajo tiene su terminología y códigos. Uno las aprende hasta estar ahí.
Reflexión	Son varios los elementos que el profesionista aprende o adquiere al momento de ingresar al campo laboral y que desde la universidad no se tienen contemplados.
Acción	¿Qué se requiere para que el profesionista enfrente de mejor forma esta curva de aprendizaje y adaptación?
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Mi principal problema fue conseguir trabajo. Yo tenía un poco de experiencia, pero no me contrataban.
Reflexión	La informante tenía experiencia en medios tradicionales de comunicación, pero no en social media o roles digitales. Se enfrentó a la problemática de encontrar trabajo.
Acción	El profesionista de la comunicación debe ser capaz de encontrar la forma de adaptar su perfil en los espacios laborales y exigencias del mercado.
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Aprendí por mi cuenta y preguntando a mis compañeros que se habían especializado en eso.
Reflexión	La informante tuvo que aprender por ella misma, investigando y apoyándose en los compañeros que al egresar se especializaron al área digital.
Acción	Los profesionistas deben buscar una manera de especializar su perfil en el área de la comunicación de su interés.
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Yo creo que la práctica y el poder apoyarme en alguien fue lo que más me ayudó.
Reflexión	Las competencias digitales se refuerzan con la práctica, el aprender entre pares es un factor que motiva a los profesionistas a desarrollar estas competencias.
Acción	La socioformación considera el trabajo en equipo y el llevar a los estudiantes a la resolución de problemas reales.

<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Si es importante la teoría, pero más la práctica porque llegas al trabajo y si no lo sabes hacer... no te contratan.
Reflexión	Los empleadores están enfocados en contratar a los profesionistas que resuelvan problemas, que sepan hacer las cosas.
Acción	No se trata de enfocarte completamente en lo práctico sino en desarrollar la capacidad de llevar la parte teórica conceptual y saber hacer las cosas.
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	No nos debemos quedar sólo con lo que ofrece la universidad.
Reflexión	La informante cree que es importante empezar a buscar otras fuentes de aprendizaje desde la universidad, no confiarse en la formación que brindan sino en cómo complementarla
Acción	Lógica de capacitación constante desde la formación universitaria.
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	El perfil de la carrera va totalmente a lo digital
Reflexión	Lo digital como redes sociales, manejo de la información
Acción	Exigencias de la sociedad del conocimiento

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>		<b>Yuriria</b>	<b>EEP-PC-CD-011</b>
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Primera experiencia profesional en recursos humanos		
Reflexión	La informante estaba a cargo de los recursos de comunicación del corporativo.		
Acción	Definición del perfil ideal para esas actividades.		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Desarrollé producciones independientes durante la carrera		
Reflexión	Compartió el proyecto con unos compañeros e hicieron un programa deportivo, después de un tiempo una cadena de televisión de paga los apoyó y les impulsó el programa.		
Acción	Proyectos que inician en la escuela y se posicionan ya como proyectos en el campo laboral.		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Un amigo por hobby desarrolló una productora y me invitó a colaborar		
Reflexión	Lo que le asombra a la informante es que su amigo no tiene una formación de comunicólogo o cineasta sino una carrera de negocios. Por hobby, decidió emprender con una casa productora.		
Acción	¿Por qué los comunicólogos no se animan a emprender?		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Trabajé en los proyectos y además empecé a dar clases de inglés		
Reflexión	La informante estuvo trabajando como freelance durante un tiempo hasta que se dio cuenta que no era bien pagado.		
Acción	¿Por qué los profesionistas no se animan a entrar al mercado solos?		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	Entré a una agencia y le hacía de todo, aprendí muchas cosas que ni sabía		
Reflexión	En la agencia se hacía cargo de actividades de comunicación, de diseño y de todo un poco, aprendió mucho y le gustaba su trabajo, pero la paga era muy mala y por eso renunció la informante.		
Acción	No se tiene un rol laboral o un perfil ideal de un comunicólogo.		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	La verdad sentí que me hizo falta el hacer proyectos más vinculados a la realidad		
Reflexión	Durante su formación universitaria desarrolló proyectos que le ayudaron, sin embargo, esos proyectos no estaban tan vinculados a la realidad.		

Acción	La socioformación busca vincular los proyectos a través de la resolución de problemas reales.
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Tec de Monterrey busca proyectos retadores, que resuelvan problemas reales.
Reflexión	algo que se está buscando mucho ahorita es que haya proyectos que sean retadores, que se resuelvan en el transcurso de un semestre, a través de una o varias materias y que estos proyectos provengan de las necesidades del entorno, sociales, económicas, técnicas, ya sea de una empresa, de una ONG, de gobierno, o sea de de todos los actores una sociedad
Acción	Coincide con los principios de la socioformación.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Falta mucho enfoque de dónde puedes ejercer, somos como un comodín
Reflexión	Se brindan conocimientos y habilidades de varias áreas de la comunicación, el reto es saber cómo y dónde ejercer como profesionista.
Acción	"Perfil de todólogos"
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Los proyectos reales creo que te ayudarán a descubrir qué es lo que quieres hacer
Reflexión	Llevar a los alumnos a resolver situaciones reales ayudará a guiarlos a una especialización del perfil.
Acción	Hasta que punto la falta de oportunidades en el área que uno elige es un factor que te orilla a trabajar en un área que no te interesaba desde el principio.
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Al no saber dónde trabajar, sientes que estudiaste una "carrera inútil"
Reflexión	Un factor importante en el que se debe de trabajar es en la definición del perfil del comunicólogo dentro de los espacios laborales. Ser más claro en qué se puede trabajar al salir de la universidad.
Acción	¿A quién le compete este trabajo? (universidades, empresas o profesionistas)
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	La universidad me brindó más habilidades "blandas" más que habilidades técnicas
Reflexión	La universidad brindó a la informante habilidades básicas para "sobrevivir" a la dinámica laboral.
Acción	Competencias genéricas
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Falta trabajar en la conexión de principios teóricos y la práctica
Reflexión	Debe existir un vínculo desde la universidad para la parte técnica y teórica. De esta forma será más fácil desarrollar las competencias profesionales antes de egresar.
Acción	La socioformación--- trabajo por proyectos reales, multidisciplinarios y transdisciplinarios.
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	La semiótica te desarrolla un pensamiento diferente y es básico
Reflexión	La mayoría de los profesionistas entrevistados ha mencionado a la semiótica como materia básica en su desarrollo como comunicólogos.
Acción	Algunos programas ya no la contemplan.
<b>MEMO 14</b>	
Categoría	Las tecnologías han facilitado muchas cuestiones de la comunicación
Reflexión	El uso de la tecnología en los procesos de comunicación ha traído ventajas en cuanto al alcance del mensaje, la interacción por parte de los elementos del proceso y la forma en que nos comunicamos.
Acción	¿Qué aspectos se han modificado?
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Las tecnologías y herramientas digitales han cambiado la forma en que nos comunicamos.
Reflexión	El uso de los dispositivos digitales ha modificado las formas en que nos comunicamos. Las dinámicas entre los participantes del proceso de comunicación y el alcance de los mensajes.
Acción	Se requieren de profesionistas que describan y expliquen estos cambios.

<b>MEMO 16</b>	
Categoría	Siempre existirá la necesidad de estudiar la comunicación, las instituciones formadoras deben de seguirse transformando.
Reflexión	La comunicación al ser una actividad nata y totalmente humana, siempre estará presente. La carrera se debe de renovar para poder cumplir con las expectativas de los sectores económicos y campo laboral.
Acción	¿En qué debe consistir ese proceso de adaptación? ¿Qué papel juega el profesionista de la comunicación en estos cambios?
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	Necesitamos profesionistas que se cuestionen, que solucionen problemas reales
Reflexión	No formar profesionistas para “picar botones” o sólo hacer las cosas, sino que busquen innovar, proponer solucionar problemas reales, que puedan impactar positivamente en el entorno.
Acción	La socioformación expone la importancia de trabajar bajo un proyecto ético de vida.

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>		<b>Isa</b>	<b>EEP-PC-CS-012</b>
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Experiencia antes de egresar en monitoreo de medios, periódico de la UAQ y área audiovisual.		
Reflexión	La informante buscó el trabajar antes de egresar primero por la necesidad económica y en segundo lugar para adquirir experiencia.		
Acción	¿Qué ventajas competitivas ella identificó?		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Al principio no sabía hacer nada, pero vas aprendiendo y puliendo la forma de hacerlo		
Reflexión	Al entrar al campo laboral, percibió como si no “supiera hacer nada”, sin embargo, con la práctica del día a día fue puliendo esas brechas.		
Acción	La práctica de las habilidades es importante para desarrollar la competencia.		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	El tener experiencia laboral durante la carrera, siento que me dio un plus ante todos mis compañeros		
Reflexión	El estar “practicando” a través de las actividades laborales que le solicitaban le brindaron una ventaja ante los compañeros que no laboraban durante la carrera.		
Acción	La práctica constante ayuda al desarrollo de las habilidades.		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	El trabajo no cambia, más bien yo fui puliéndome		
Reflexión	El trabajo que le exigían no cambiaba o aumentaba sino ella aprendía otras formas de hacerlo, podía innovar para hacerlo de mejor forma		
Acción	La innovación es importante para desarrollar competencias profesionales dentro de los espacios laborales.		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	En la universidad no me enseñaron a editar, más bien fue prueba-error a como aprendí		
Reflexión	La parte técnica no la aprendió en la universidad, por necesidad fue desarrollando esas habilidades.		
Acción	El interés de usar los programas es importante para acelerar la curva de aprendizaje		
<b>MEMO 06</b>			
Categoría	Voy aprendiendo y mejorando con tutoriales de YouTube		
Reflexión	YouTube es un espacio en el que los profesionistas han encontrado información útil para las dudas que surjan. Sobre todo, en la parte técnica.		
Acción	¿Qué motiva al profesionista a visitar este espacio?		

<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Busco también las tendencias en youtube, instgram o facebook
Reflexión	No sólo es usar el programa sino también estar abierto a las nuevas tendencias audiovisuales.
Acción	La mejor forma de saber las tendencias es estar al tanto, informarse y tener una actitud abierta.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	En animación yo no aprendí nada, tuve la motivación de empezar a estudiar en otras escuelas cursos o por tutoriales
Reflexión	No tuvo una formación en animación digital durante su preparación universitaria, sin embargo, el mercado se lo exigía y tenía interés en aprenderlo, así que buscó cursos y diplomados para adquirir esos conocimientos.
Acción	Es necesario una actualización del perfil profesional y un diseño encaminado a la especialización.
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Necesitas una capacitación constante para aprender las nuevas tendencias
Reflexión	La capacitación constante es básica sobre todo en temas de edición y desarrollo de contenido audiovisual.
Acción	El internet y el acceso a la información es una buena opción para lograr esa capacitación constante
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Te forman como todólogo, pero necesitas especializarte en algo
Reflexión	La universidad te brinda los conocimientos y habilidades básicas del perfil del comunicólogo, sin embargo, es tarea del profesionista el buscar especializarse en algún área de la comunicación.
Acción	¿Esa especialización sirve ante las exigencias de los empleadores?

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>		<b>Javier</b>	<b>EEP-PC-CS-012</b>
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Hacemos comunicación institucional		
Reflexión	Se encargan de manejar las páginas oficiales, página web, redes sociales y crear contenido.		
Acción	Toda la comunicación del área para audiencias externas a través de sitios digitales.		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	Hice Servicio Social en prensa UAQ		
Reflexión	En los informantes de la UAQ se presenta una constante en la búsqueda de obtener experiencia laboral antes de egresar.		
Acción	¿A qué se debe este suceso?		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Fue difícil al principio por la gran responsabilidad administrativa de ser el coordinador		
Reflexión	El informante subió de puesto. Al enfrentarse a las actividades de la coordinación sintió un hueco en las habilidades administrativas que le demandaba el nuevo cargo.		
Acción	Las habilidades administrativas se desarrollan en el campo laboral.		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Lo vi como primera etapa, una etapa de aprendizaje		
Reflexión	La actitud positiva por parte del informante ante el cambio de cargo, fue un factor importante que ayudó a acelerar la curva de aprendizaje.		
Acción	La actitud de cada profesionista es un elemento que les brinda la posibilidad de adaptarse a los cambios que se presenten.		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	Ayuda mucho el estar practicando... practicando hasta que lo aprendes		
Reflexión	La práctica ayuda al desarrollo de las habilidades tecnológicas		

Acción	Al momento de llevar los conocimientos y habilidades adquiridas en la universidad a la práctica diaria, es cuando se presentan las competencias.
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Las habilidades de redacción si te lo enseñan muy bien en la carrera
Reflexión	Dentro de las áreas en las que el informante se siente más capaz está la de redacción y expresión escrita. El informante la considera como una materia base en su proceso de formación durante la carrera.
Acción	Se requiere de trabajar en el perfil del comunicólogo. Al parecer en ocasiones olvidamos las habilidades básicas con las que debe contar ese profesionista.
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Lo importante es tener voluntad para aprender
Reflexión	Una categoría fuerte durante la entrevista con este informante es la de "actitud de aprender", es un factor indispensable para la inmersión al campo laboral.
Acción	¿Cómo se puede forjar las actitudes en los alumnos dentro del aula?
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Al final todos nos especializamos en algo.
Reflexión	Los profesionistas de la comunicación al salir se especializan en algo, ya sea por interés propio o porque el mismo campo laboral se los exige.
Acción	

Entrevista en Profundidad a Profesionistas		Memo	EEP-PC-CD-014
<b>MEMO 01</b>			
Categoría	Si, antes de egresar estuve trabajando para el periódico Plaza de Armas		
Reflexión	El informante decidió comenzar a trabajar desde el segundo cuatrimestre, comenta que el principal motivo fue "el ganar experiencia" para desarrollar		
Acción	¿Qué beneficios o ventajas le brindó esa experiencia al informante?		
<b>MEMO 02</b>			
Categoría	La verdad si se aprende más estando en el campo laboral desde antes de egresar		
Reflexión	El informante asegura que el aprendizaje que adquirió en el campo laboral le es de gran ayuda para su desarrollo profesional.		
Acción	Una propuesta de la socioformación es el trabajo a través de proyectos reales. (llevar el campo laboral al aula)		
<b>MEMO 03</b>			
Categoría	Te empiezas como abrir más campo laboral		
Reflexión	Al tener experiencia, aprender de todas las áreas y al elegir especializarte logras ingresar de mejor forma al campo laboral.		
Acción	La socioformación propone		
<b>MEMO 04</b>			
Categoría	Te empiezas a interesar más en tu área, saber las tendencias		
Reflexión	Al momento en que se llega a una especialización, el profesionista se enfoca más en las habilidades que tiene que desarrollar en esa área y el interés de informarse sobre las tendencias y cambios que se presentan.		
Acción	¿La especialización debería de presentarse dentro de la formación universitaria?		
<b>MEMO 05</b>			
Categoría	El mayor cambio que he notado es la rapidez de la información		
Reflexión	EL cambio que más ha notado el informante es el manejo y generación de la información, principalmente en la parte de noticias.		

Acción	Aquí se presenta el problema de “periodismo ciudadano”
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	En internet tienes la información en segundos, pero no sabes realmente si tiene veracidad
Reflexión	Es un problema que afecta a la audiencia y también a los profesionistas de la comunicación.
Acción	Se vive una “desprofesionalización” de las actividades digitales.
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Tener en cuenta que no por tener un medio libre puedes ser comunicador, se requiere de una preparación
Reflexión	Se requiere de una profesionalización en las actividades digitales. Al ser un medio de acceso público y libre, se piensa que cualquiera lo puede hacer.
Acción	¿Cuáles serían los factores diferenciadores que los profesionistas deben desarrollar ante las personas que realizan las actividades digitales?
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Si no sabes las teorías no sabrás qué hacer en la práctica
Reflexión	La teoría es un elemento básico para el desarrollo laboral de profesionista
Acción	Debe existir un equilibrio entre la parte teórica y motivar al alumno a llevarla a la práctica.
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	La semiótica es una materia básica
Reflexión	La semiótica es una materia base para los profesionistas de la comunicación, les brinda conocimientos para interpretar y crear mensajes.
Acción	Algunos programas de estudio están dejando a un lado esta materia.
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Te puedes volver experto en lo digital, pero eso en un mes ya no sirve, te tienes que actualizar
Reflexión	Ejercer en un área de comunicación digital implica una actualización diaria, las tendencias y formas de presentar los mensajes cambian muy rápido.
Acción	¿Qué necesitaría el profesionista para actualizarse de forma continua?
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Al final lo que no te enseñaron en la universidad te lo enseña el señor que lleva años en la empresa
Reflexión	En el campo laboral se presentan otro tipo de aprendizajes, la mayoría adquiere habilidades con ayuda de sus compañeros de trabajo.
Acción	El profesionista debe ser capaz de adaptarse a la forma de trabajo en el espacio laboral.
<b>MEMO 01</b>	
Categoría	Mi problema es el cliente, piensan que lo que hacemos es fácil y no lo valoran
Reflexión	Existe una continua minimización hacia el trabajo de los comunicólogos.
Acción	¿Por qué se desarrolla ese pensamiento en los empleadores?
<b>MEMO 01</b>	
Categoría	En la universidad yo creo que aprendes el 10% todo lo demás lo aprendes afuera
Reflexión	El aprendizaje que se presenta en los espacios de trabajo es de gran utilidad para el profesionista.
Acción	Es necesario llevar al estudiante a tener contacto con la realidad.

<b>Entrevista en Profundidad a Profesionistas</b>	<b>Cristina</b>	<b>EEP-PC-CO-015</b>
<b>MEMO 01</b>		
Categoría	Hice prácticas profesionales en el área de producción teatral de mi universidad	
Reflexión	Durante las prácticas profesionales y el servicio social se desarrollan competencias personales.	

Acción	La idea de estos requisitos es ayudar al estudiante a ingresar al campo laboral, en la mayoría de los casos no se enfrentan a una responsabilidad real.
<b>MEMO 02</b>	
Categoría	Mi primera experiencia laboral fue en una empresa que ofrecía comunicación interna para otras empresas
Reflexión	En su primera experiencia laboral, la informante considera que tuvo un buen desempeño, percibió una gran preparación en los conocimientos y habilidades de comunicación.
Acción	¿Qué materias le ayudaron a sentir esa seguridad?
<b>MEMO 03</b>	
Categoría	En el campo laboral, aprendes a lidiar con muchos tipos de gente
Reflexión	Lo que más le impactó a la informante, fue el hecho de tener que lidiar con muchos tipos de gente. En el campo laboral uno aprende a enfrentar frustraciones, pleitos o desacuerdos por parte de los compañeros.
Acción	Habilidades interpersonales ¿Cómo se desarrollan?
<b>MEMO 04</b>	
Categoría	Yo me sentía segura porque cualquier duda podía ir a preguntar a mi jefe.
Reflexión	Sintió mucho apoyo por parte de su jefe, su jefe entendía que era su primera experiencia laboral y fue un poco paciente en el proceso de adaptación de la informante.
Acción	La informante mostró una actitud positiva y abierta al aprendizaje.
<b>MEMO 05</b>	
Categoría	Siento que es importante generar una empatía con todas las personas
Reflexión	La informante menciona que la mejor forma de desarrollar las habilidades interpersonales es siendo empático, pensar que todos podemos aprender algo de alguien más.
Acción	¿Dónde adquirió esta idea la informante? Parece que intervienen muchos otros elementos que pueden estar fuera del alcance de las universidades, por ejemplo, la educación y costumbres de casa.
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Aprendí a usar el programa leyendo el manual
Reflexión	La informante tenía interés de aprender a usar el programa y decidió leer el manual, adquirió los conocimientos básicos para desarrollar las habilidades en el programa.
Acción	Existen herramientas e información que permiten a los profesionistas adquirir conocimientos y nuevas habilidades para su "educación continua".
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	Aprendí a usar el programa porque lo descargué y lo empecé a usar
Reflexión	El acercamiento al software o al dispositivo tecnológico es importante, la práctica y el uso continuo ayudan a desarrollar las habilidades de una forma más rápida.
Acción	El uso constante del dispositivo tecnológico desarrolla las habilidades digitales.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	Aprendí a usar el programa por tutoriales
Reflexión	Los tutoriales son una opción de consulta para los profesionistas, por la facilidad de acceso, el costo y la simplicidad.
Acción	¿En qué se basan para elegir el tutorial que van a consultar?
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	Materias muy útiles en universidad
Reflexión	Métodos de investigación, lectura y redacción, semiótica, producción audiovisual, formación teórica
Acción	Existe una formación social básica para los profesionistas de la comunicación.

## MEMORANDOS CODIFICACIÓN ABIERTA FOCUS GROUP

Focus Group	
<b>MEMO 01</b>	
Categoría	Problema al buscar trabajo por perfil amplio
Reflexión	El principal problema al egresar y querer entrar al campo laboral fue contar con un perfil muy general, no sentir que uno es bueno para algo. Las empresas no dicen “se busca comunicólogo” y al principio uno no sabe cómo aterrizar lo que uno sabe.
Acción	Es un problema del campo laboral-empresas o desde la academia
<b>MEMO 02</b>	
Categoría	Al egresar no sabía hacia dónde dirigirme por el perfil amplio
Reflexión	La egresada no estaba segura de poder cumplir con un perfil específico que le solicitaba la empresa debido al perfil tan general con el que salió de la universidad.
Acción	Cómo encaminar los perfiles hacia un área especializada dentro de la universidad
<b>MEMO 03</b>	
Categoría	La empresa me pedía un porcentaje alto de especialización y yo no lo tenía
Reflexión	La egresada dudaba de su capacidad por no sentirse segura de la especialización que le solicitaba la empresa.
Acción	¿En qué momento de la preparación profesional se puede dar esa especialización?
<b>MEMO 04</b>	
Categoría	Terminé trabajando en algo que no es de mi carrera, no sabía hacia dónde dirigirme
Reflexión	Al no tener una dirección clara del perfil que quería desarrollar, la egresada terminó trabajando en un puesto que no tiene nada que ver con el área de la comunicación.
Acción	Educar a los profesionistas bajo una lógica de “inmersión en el campo laboral” ¿Cómo vender lo que pueden hacer?
<b>MEMO 05</b>	
Categoría	Se desconoce mucho por parte de los empleadores cual es el perfil del egresado
Reflexión	Existe una percepción por parte de los informantes en que las empresas desconocen las actividades que puede realizar un comunicólogo y la forma en que los profesionistas pueden aportar en su empresa.
Acción	Se debe trabajar en una definición del perfil “general” y dividir en los diferentes perfiles específicos.
<b>MEMO 06</b>	
Categoría	Yo me enfrenté a que ya estaba preparada profesionalmente pero ya no tenía un espacio para ejercer
Reflexión	La informante trabajaba en el área de comunicación de la institución, sin embargo, pidió permiso para terminar su preparación profesional y cuando regresó, la movieron a un área educativa.
Acción	Tener en claro las actividades que un comunicólogo especializado en comunicación institucional puede realizar.
<b>MEMO 07</b>	
Categoría	El problema de los comunicólogos es que no sabemos darle valor a nuestro trabajo
Reflexión	La falta de valoración al trabajo de los comunicólogos, por una parte, está en el desconocimiento por parte de las empresas y por el otro lado una falta de conocimiento para darle valor al trabajo de los profesionistas.

Acción	Educación de cómo valorizar el trabajo, al ser muchas veces un trabajo intangible, se presenta el problema de “cómo darle valor y cómo hacerlo visible”.
<b>MEMO 08</b>	
Categoría	El profesionalista se tiene que dar su valor, saber cuánto cuesta su trabajo y eso no te lo enseñan en la universidad
Reflexión	El campo laboral suele ser injusto para el trabajo del comunicólogo, sin embargo, éste debe tener la capacidad de darle un valor y un costo justo al momento de ingresar a trabajar.
Acción	¿Cómo se puede enseñar esta lógica dentro de la universidad?
<b>MEMO 09</b>	
Categoría	No se sabe cuánto cuesta la comunicación, pero sí cuánto se pierde con la mala comunicación.
Reflexión	Un problema que se percibe es el pensar en tener una comunicación es “algo natural” en las empresas, no se valoriza la importancia de implementar acciones para mejorarla hasta que se presentan situaciones derivadas de una mala comunicación.
Acción	¿Cómo darle valor a algo que “todos hacemos desde que nacemos” y en teoría sería “algo natural”?
<b>MEMO 10</b>	
Categoría	Mi problema principal fue que querían que hiciera varias cosas, aprovechando mi perfil amplio
Reflexión	La empresa le exigía hacer muchas cosas por un sólo salario, el informante se sentía seguro y competente en varias áreas y las podía hacer, pero no estaba de acuerdo que fuera sólo por un salario.
Acción	Un problema que se presenta mucho, el hacer el trabajo de 5 colegas por un solo salario.
<b>MEMO 11</b>	
Categoría	Actividades que obvio no van a pagar lo de los tres profesionistas sino sólo el de uno
Reflexión	Las empresas consideran a un comunicólogo como todólogo, exigen conocimientos especializados y al mismo tiempo un perfil profesional que les permita desarrollar varias cosas de diferentes áreas por un solo salario.
Acción	¿Dónde está realmente el origen de este problema? En las empresas, en la academia o en los mismos profesionistas.
<b>MEMO 12</b>	
Categoría	Tu habilidad al egresar es "saber comunicar" pero el reto es ¿Qué? ¿en qué contexto?
Reflexión	Se tiene claro el para qué de un profesionalista de la comunicación, pero el reto es saber cómo incluirlo en las actividades de un campo laboral específico. En la mayoría de los casos todo lo que tiene que ver con la comunicación se lo dejan al profesionalista “haz de todo”
Acción	Se necesita de un trabajo en conjunto, empresas, academia y profesionistas para definir las actividades y el cómo aplicar los conocimientos y habilidades en un campo laboral específico.
<b>MEMO 13</b>	
Categoría	Luchar con la gente que no sabe comunicar pero que no acepta que le digas cómo hacerlo.
Reflexión	Al ser la comunicación una actividad “natural” del ser humano, todos piensan que la saben hacer y las decisiones las toman bajo lo que más le gusta o el color favorito, no dejan que los profesionistas (que en realidad son los que saben comunicar correctamente) les guíen. Esto hace que la carrera pierda valor y no se tome como algo esencial dentro de las empresas.
Acción	¿Cuál sería una posible solución para los profesionistas?
<b>MEMO 14</b>	

Categoría	El profesionalista debe de ir perfilándose a un área específica "ser bueno en algo"
Reflexión	Aprovechar el perfil general de egreso para poder elegir cada uno su perfil específico, si saber de todas las áreas, pero llegar a una especialización en algo que permita entrar a la empresa y decir "yo te hago esto y te cobro tanto"
Acción	Algunos profesionistas mencionan que esa especialización te la da la carrera dentro del campo laboral, la experiencia profesional y las actividades u oportunidades que se te presentan.
<b>MEMO 15</b>	
Categoría	Los profesionistas podríamos proponer la solución
Reflexión	Finalmente, el profesionalista es el que está luchando diariamente contra estos problemas, es el adecuado para proponer las soluciones
Acción	¿Y las soluciones por parte de la empresa y la academia?
<b>MEMO 16</b>	
Categoría	La solución también en las universidades, pues sales sabiendo "poquito de todo", que no necesites un posgrado para "especializarte"
Reflexión	La mayoría de los planes universitarios te forman en varias áreas de la comunicación, pero no lo suficiente como para "especializarte" y salir más competente en esa área que elegiste para ejercer.
Acción	¿De qué forma se puede diseñar diferentes perfiles dentro de la universidad?
<b>MEMO 17</b>	
Categoría	La universidad no te enseña a emprender, a buscar uno solo el espacio para desarrollar.
Reflexión	Buscar la forma de desarrollarte profesionalmente es una habilidad que deberían tener los profesionistas sobre todo en el marco de la cultura digital y sociedad del conocimiento.
Acción	Educar y fomentar desde la universidad la lógica de "solución de problemas"
<b>MEMO 18</b>	
Categoría	Falta un "modelo de comunicación" que enseñe a cómo se tendría que intervenir desde la comunicación en cualquier ámbito.
Reflexión	Uno de los retos más grandes a los que se enfrentan los profesionistas al entrar al campo laboral es comprender la forma de adaptar los conocimientos y habilidades a las exigencias del campo laboral.
Acción	Una necesidad es diseñar un modelo de comunicación que permita comprender una manera más fácil.
<b>MEMO 19</b>	
Categoría	Es imposible que la universidad te de todas las herramientas para enfrentar los cambios actuales.
Reflexión	Los cambios son muy rápidos y las universidades no pueden responder a esos cambios de manera inmediata.
Acción	Se requiere de una formación más integral para enfrentar los cambios
<b>MEMO 20</b>	
Categoría	Más que preocuparse por enseñar los softwares, se tiene que enseñar el contenido
Reflexión	Al final, aunque las universidades enseñen el manejo y uso del software al alumno, al salir ya habrá cambiado todo, mejor enseñar la manera de estructurar un contenido y entender el cómo hacer un buen mensaje.
Acción	Cuáles son los conocimientos y habilidades que permiten editar un video, es necesario que los egresados salgan con esas bases para no empezar de cero y sólo adaptarse al software de la empresa.

<b>MEMO 21</b>	
Categoría	Sirven de mucho materias como semiótica, lingüística y metodología de la investigación.
Reflexión	Cuando uno las lleva en la universidad no dimensionas la manera en que te van a ayudar en el campo laboral. Ya al salir y empezar a trabajar, uno entiende esa lógica del por qué te lo enseñaron.
Acción	¿Cuáles serían las materias indispensables en la formación del comunicólogo?
<b>MEMO 22</b>	
Categoría	La universidad te da una base para que tú sigas formándote.
Reflexión	La universidad te brinda las herramientas para una formación base en cuanto a lo social y específicamente de la carrera de comunicación, durante la formación profesional el alumno desarrolla habilidades y capacidad para al salir enfrentarse al campo laboral e idear la forma de permanecer y adaptarse a éste.
Acción	¿Cuáles deben de ser las competencias genéricas que requiere un universitario para egresar con esta lógica?
<b>MEMO 23</b>	
Categoría	Las universidades que enfoquen al estudiante a salir y generar mercados nuevos.
Reflexión	Egresar con la lógica de aportar al desarrollo de mercados nuevos, por ejemplo si te gusta el cine, no buscar un lugar o moverte de ciudad sino emprender en eso de forma local.
Acción	Educar bajo un enfoque dirigido a responder a las necesidades del entorno.
<b>MEMO 24</b>	
Categoría	Reconocer los problemas que se viven y verlos como oportunidades para desarrollar nuevos mercados.
Reflexión	El ámbito laboral de la comunicación está mal pagado y con mucha exigencia en cuanto al tiempo y dedicación, sin embargo, es necesario el surgimiento de nuevos espacios para ejercer y hay que aprovechar los beneficios que brindan las nuevas tecnologías de la información.
Acción	Educar para resolver problemas.
<b>MEMO 25</b>	
Categoría	Tenemos acceso a información por todos lados
Reflexión	Características de nuestro presente y eso impacta en todo.
Acción	Sociedad del conocimiento
<b>MEMO 26</b>	
Categoría	Acceso a la información desde tu celular, desde tu computadora
Reflexión	Los dispositivos tecnológicos personales, son herramientas para el acceso a la información.
Acción	Educar en cómo utilizarlas para aprovechar de mejor forma las ventajas que nos brindan al acceder a la información.
<b>MEMO 27</b>	
Categoría	Las empresas líderes están en otras ciudades y a nosotros sólo nos dejan la "talacha"
Reflexión	Es un problema local, que limita el desarrollo y propuesta de los comunicólogos. Sólo se encargan de hacer el trabajo rudo para sacar un producto, pero no las ideas que lo generan.
Acción	¿Cómo cambiar esa visión global para generar un desarrollo local?
<b>MEMO 28</b>	
Categoría	En la sociedad de la información se tiene que utilizar ésta para un bien común
Reflexión	La habilidad de aprovechar la información para hacer un cambio.

Acción	¿de qué forma se debe educar para que los alumnos desarrollen esta lógica?
<b>MEMO 29</b>	
Categoría	El cambio va a que se paga más por la idea y no por el desarrollo de ésta
Reflexión	El profesionista que recibe más dinero, reconocimiento y desarrollo es aquel que genera ideas, hay otros que las ejecutan, hacen el trabajo más pesado, pero no son recompensados.
Acción	Habilidades para desarrollar ideas.
<b>MEMO 30</b>	
Categoría	La realidad es que los comunicólogos estamos con habilidades técnicas, de saber editar... y nos quedamos en hacer esa parte de una idea que alguien más piensa.
Reflexión	El comunicólogo percibido como el profesionista que hace la ejecución de las ideas de otros profesionistas.
Acción	¿Cómo motivar a los alumnos a la creación y propuesta de ideas?
<b>MEMO 31</b>	
Categoría	Cómo estamos utilizando ese conocimiento y para qué, cómo aprendemos de una forma digital no formal.
Reflexión	Las nuevas generaciones no están preparadas para identificar el tipo de información que consume en espacios como las redes sociales por lo que no se le puede dar un buen uso.
Acción	Las universidades necesitan considerar los aprendizajes informales que los alumnos tienen, sobre todo en aspectos digitales.
<b>MEMO 32</b>	
Categoría	Difícilmente las universidades se hacen cargo de preparar a los alumnos en alfabetización digital.
Reflexión	Más que cambiar los planes a cumplir con las habilidades técnicas digitales, se necesita que se instruya a los alumnos al uso de las principales herramientas digitales de una forma responsable y consciente del contenido.
Acción	Una alfabetización digital necesaria para el desarrollo de competencias digitales.
<b>MEMO 33</b>	
Categoría	La parte técnica y la tecnología va muy rápido.
Reflexión	No se puede estar cien porcientos actualizados en este ámbito. Avanza muy rápido.
Acción	LA educación debe estar orientada a desarrollar capacidades para enfrentar esos cambios.
<b>MEMO 34</b>	
Categoría	Las dinámicas de trabajo se han modificado por espacios como "la nube"
Reflexión	Espacios digitales que te permiten trabajar en colaboración o compartir todo con todos han modificado las dinámicas de trabajo y forma de relacionarnos.
Acción	Cómo se vive este proceso de adaptación por parte de los profesionistas
<b>MEMO 35</b>	
Categoría	Se les educa en habilidades tecnológicas y uso de dispositivos
Reflexión	La informante da clases y comenta que los libros ahora se brindan a través de dispositivos tecnológicos como ipads.
Acción	Las habilidades se desarrollan en el uso cotidiano de los dispositivos.
<b>MEMO 36</b>	
Categoría	Es muy importante que los que estamos en este sector, ayudemos a que el acceso a la tecnología se expanda.

Reflexión	No todos los sectores de la población tienen acceso a las tecnologías de la información, se requieren de propuestas para una alfabetización digital
Acción	¿De qué forma se puede resolver esta situación?
<b>MEMO 37</b>	
Categoría	Debemos hacer uso del conocimiento para aportar mejoras en nuestro contexto.
Reflexión	Los informantes tienen actitud y noción de la sociedad del conocimiento
Acción	Se requiere una dinámica de propuesta ante los cambios que se están presentando, tal como lo propone el enfoque socioformativo.
<b>MEMO 38</b>	
Categoría	¿Para qué el uso de la tecnología? ¿Para hacer tu trabajo?
Reflexión	Repensar el uso de la tecnología, no usarla sólo por moda o porque se debe usar...
Acción	Desarrollar una crítica hacia la tecnología también es importante.
<b>MEMO 39</b>	
Categoría	La tecnología no sólo es una herramienta, ahora también forma parte del discurso
Reflexión	La tecnología es el canal y también la forma de presentar el mensaje da un significado.
Acción	¿Qué elementos o referentes orilla al informante hacer una afirmación así?
<b>MEMO 40</b>	
Categoría	Que el uso de la tecnología no vaya en función de la "moda" sino de lo que se quiere comunicar.
Reflexión	Hacer un uso responsable de la tecnología, valorar los beneficios que traerá en la presentación o desarrollo de tu trabajo.
Acción	Una postura crítica a la tecnología
<b>MEMO 41</b>	
Categoría	El lenguaje también se tiene que adaptar al uso de las tecnologías
Reflexión	La forma de comunicar con las tecnologías está cambiando, el lenguaje se tiene que adaptar a estos cambios.
Acción	¿De qué forma se tiene que adaptar? ¿A las audiencias? ¿Al número de caracteres?
<b>MEMO 42</b>	
Categoría	Hay una falta de identidad del comunicólogo y esto le quita fuerza al gremio profesionalista.
Reflexión	Empezando por diferentes nombres para referirse a la misma carrera, no se tiene una identidad, el mismo profesionalista entonces no sabe cómo posicionarse y la sociedad no sabe qué hace un comunicólogo.
Acción	Trabajar en la formación de la identidad de los profesionalistas de la comunicación.
<b>MEMO 43</b>	
Categoría	No sabemos nuestro perfil específico, cuál será nuestro campo laboral al salir de la universidad.
Reflexión	Al tener un perfil muy general y cambiante dependiendo de la universidad de egreso, el profesionalista difícilmente tiene claridad en las actividades que puede desempeñar en el campo laboral.
Acción	¿Cómo se puede definir los perfiles? ¿Se tiene que homologar los programas de las diferentes universidades?
<b>MEMO 44</b>	
Categoría	Lo digital ha fraccionado aún más el perfil profesional de la comunicación.

Reflexión	El boom y desarrollo de la comunicación digital ha abierto oportunidades para ejercer, sin embargo, ha sido de forma muy espontánea y sin tener bases sólidas.
Acción	Definir el perfil de un comunicólogo digital.
<b>MEMO 45</b>	
Categoría	La universidad no te da la preparación suficiente y la tecnología avanza muy rápido
Reflexión	Si se presentó con problemas pues no se sentía actualizado ni preparado suficiente al salir de la universidad.
Acción	¿Se necesita cambio de planes de estudio? O ¿Desarrollar más las habilidades tecnológicas?
<b>MEMO 46</b>	
Categoría	Los empleadores tampoco están actualizados o incluso están muy en el pasado
Reflexión	Algunos empleadores formados a la vieja escuela, se resisten a los cambios, por muy preparado que esté el profesionista de la comunicación, si los empleadores piden hacerlo como antes se hacía, se tiene que hacer así.
<b>MEMO 47</b>	
Categoría	Yo he buscado, usar tutoriales, buscar cómo hacerle, ir a talleres o congresos
Reflexión	Al final, el profesionista busca resolver los problemas y retos a los que se enfrenta en el campo laboral.
Acción	Recurren al aprendizaje informal
<b>MEMO 48</b>	
Categoría	Mi carrera no tenía clases de redes sociales y trabajé un tiempo en eso
Reflexión	Aunque no tuvo una preparación formal en redes sociales, la informante utilizó conocimientos de diferentes clases para poder cumplir con un trabajo que le exigía el manejo de una cuenta de twitter.
Acción	La forma en que aplicamos los conocimientos y habilidades que poseemos es importante en el proceso de adaptación y resolución de problemas.
<b>MEMO 49</b>	
Categoría	Tuve que leer libros, ver otros casos, hacer una investigación
Reflexión	A pesar de que no tenía la preparación, la informante supo solucionar el problema.
Acción	Una competencia importante para la actualidad es el saber acceder a la información y saber qué se puede hacer con ésta.
<b>MEMO 50</b>	
Categoría	Estarle moviendo a las redes sociales y ver cómo le puedo hacer
Reflexión	La forma de adquirir las habilidades es reconocer el dispositivo o sitio digital.
Acción	Necesario considerar el uso de herramientas digitales para actividades escolares.
<b>MEMO 51</b>	
Categoría	Al buscar los libros, le pregunté a mis maestros, en internet y en Amazon.
Reflexión	Acudió con sus maestros para preguntar sobre los libros que podía consultar, a sitios especializados, blogs serios en internet.
Acción	Las habilidades en investigación y acceso a la información le ayudaron a saber qué y cómo consultar.
<b>MEMO 52</b>	
Categoría	Fueron diferentes materias que me dio la licenciatura lo que me ayudó a trabajar en las redes sociales
Reflexión	historia del arte, semiótica, producción de radio, producción de cine, ciencia política, teorías de la comunicación, comunicación intercultural,

Acción	Materias base en la formación de los profesionistas de la comunicación
<b>MEMO 53</b>	
Categoría	Me ayudó mucho estar interesado y tener un ojo observador
Reflexión	me ayudó mucho como este pensamiento crítico, como este ojo como muy bservador, en el tema de “a ver estoy está pasando”, me fui metiendo tempranamente a las redes y fui viendo esto funciona así, esto otro así, por qué este tweet tuvo más follows o más retweets o más favs,
Acción	Tener el interés de observar los cambios y buscar comprenderlos desde los conocimientos que se posee.
<b>MEMO 54</b>	
Categoría	Yo tomé un curso de redacción para la web
Reflexión	Al tener que desempeñar un trabajo ligado a lo digital, la informante decidió tomar un curso de redacción para la web. Eso le permitió entender las nuevas lógicas de intercambio de la información y de comunicación.
Acción	La actualización representa una adaptación de los conocimientos y habilidades que se tienen a un nuevo escenario o proceso de comunicación.
<b>MEMO 55</b>	
Categoría	Tengo mi círculo de comunicólogos y nos ayudamos
Reflexión	Pertenece a un grupo de colegas que platican e intercambian constantemente experiencias e información sobre comunicación en los entornos laborales.
Acción	Aprendizaje colaborativo
<b>MEMO 56</b>	
Categoría	Yo siempre hui a lo técnico en mi licenciatura, pero al salir lo tuve que hacer y lo aprendí rápido en internet con tutoriales de youtube.
Reflexión	La informante no tenía interés en el aspecto técnico de la licenciatura, al salir se enfrentó al reto de desarrollar y diseñar videos en el campo laboral. Todo lo aprendió en internet a través de tutoriales de youtube.
Acción	¿Qué elementos poseía la informante que le permitieron comprender el lenguaje de los tutoriales?
<b>MEMO 57</b>	
Categoría	Materias en la universidad muy útiles
Reflexión	Teoría de la investigación, Ciencia política, Literatura, mercadotécnica, lingüística, retórica, semiótica, producción audiovisual, periodismo, ciencia política, redacción
<b>MEMO 58</b>	
Categoría	La carrera te da un plus de saber adaptarte, al final del día lo tienes que resolver
Reflexión	El profesionista se siente capaz de resolver problemas por los conocimientos y habilidades base que recibe en la universidad
Acción	¿Qué le permite desarrollar esa capacidad dentro de la universidad?
<b>MEMO 59</b>	
Categoría	Si quieres seguir aprendiendo, es aventarte tutoriales
Reflexión	Consultar tutoriales donde te muestran cómo hacer las cosas que te permiten resolver un problema.
Acción	¿Qué motiva hacerlo a través de los tutoriales y no buscar otra forma?
<b>MEMO 60</b>	

Categoría	Una actitud abierta es la base de un aprendizaje constante
Reflexión	El profesionalista debe estar abierto al aprendizaje continuo
Acción	¿Cómo se desarrolla esa actitud? ¿De qué depende?
<b>MEMO 61</b>	
Categoría	Debemos tener autoaprendizaje
Reflexión	Buscar los espacios para una actualización constante
Acción	Lo digital brinda muchos espacios y posibilidades para llevarlo a cabo
<b>MEMO 62</b>	
Categoría	Debemos entender el proceso de la comunicación
Reflexión	Es lo básico para un profesionalista de la comunicación, de ahí parte su labor
Acción	Pudiendo entender esto, es fácil adaptarlo a las diferentes áreas, como lo es lo digital
<b>MEMO 63</b>	
Categoría	Debemos tener sensibilidad al contexto
Reflexión	Ser capaces de entender nuestro entorno
Acción	Para poder aportar soluciones y resolver problemas