

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS					  	
	CARTA DE AUTORIZACIÓN						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 1

Neiva, 17 de enero del 2021

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El suscrito:

HERNANDO ALFONSO CERÓN CARLOSAMA, con C.C. No.1.082.776.549, autor de la tesis y/o trabajo de grado titulado “FORMACIÓN PROFESIONAL AUDIOVISUAL Y DESEMPEÑO OCUPACIONAL DE LOS PRIMEROS GRADUADOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA USCO EN LA SEDE PITALITO (2018 – 2020)” presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar al título de MAGISTER EN EDUCACIÓN; autorizo al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.

- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.

- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE: HERNANDO ALFONSO CERÓN CARLOSAMA

Firma: 

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS				  		
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO:

FORMACIÓN PROFESIONAL AUDIOVISUAL Y DESEMPEÑO OCUPACIONAL DE LOS PRIMEROS GRADUADOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA USCO EN LA SEDE PITALITO (2018 – 2020)

AUTOR:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
CERON CARLOSAMA	HERNANDO ALFONSO

ASESOR:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
ACEBEDO RESTREPO	JUAN CARLOS

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: MAGISTER EN EDUCACIÓN

FACULTAD: EDUCACIÓN

PROGRAMA O POSGRADO: MAESTRÍA EN EDUCACIÓN

CIUDAD: NEIVA

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2021

NÚMERO DE PÁGINAS: 109

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas___ Fotografías___ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general__**X**_ Grabados___
Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas
o Cuadros_**X**_

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento: N/A

MATERIAL ANEXO:

N/A

PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):

N/A

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS						   
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 3

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Egresados	Graduates	6. Desempeño	performance
2. Comunicación	communication	7. Ocupacional	Occupational
3. Periodismo	journalism	8. Formación	Training
4. Laboral	labor	9. Profesionales	professionals
5. Audiovisual	Audiovisual	10. Regionalización	Regionalization

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

Las dinámicas en la educación superior buscan renovar constantemente sus campos de acción, dejándose permear con estrategias de ampliación y presencia en el territorio Nacional, con apertura de programas de pregrado en zonas estratégicas descentralizadas de las sedes principales. La Universidad Surcolombiana no es ajena a estas coyunturas. Por lo anterior, hace presencia con sedes en los tres principales municipios del departamento del Huila: Pitalito, Garzón y la Plata.

En Pitalito, a partir del año 2014 la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas dio apertura al pregrado en Comunicación Social y Periodismo. Con el ánimo de consolidar profesionales en esta área, el programa surge como un apéndice ligado académicamente a la sede principal de Neiva. Trascurridos más de 6 años de la apertura del pregrado, sus egresados empiezan a tomar parte importante de las oportunidades laborales y profesionales en el contexto. Es necesario, entonces, preguntarse por la pertinencia formativa de la apuesta educativa al desarrollar profesionales en las que se involucra la Universidad Surcolombiana con su presencia en las sedes. Esta investigación arroja un análisis estructurado, consciente y necesario al abordar la formación profesional audiovisual y desempeño ocupacional de los primeros graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la USCO en la sede Pitalito entre los años 2018 y 2020.

	GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS						  
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	3 de 3

ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

The dynamics in higher education seek to constantly renew their fields of action, letting themselves be permeated with expansion strategies and presence in the national territory, with the opening of undergraduate programs in decentralized strategic areas of the main headquarters. The Surcolombiana University is no stranger to these situations. Therefore, it is present with offices in the three main municipalities of the department of Huila: Pitalito, Garzón and La Plata.

In Pitalito, as of 2014, the Faculty of Social and Human Sciences opened the undergraduate program in Social Communication and Journalism. With the aim of consolidating professionals in this area, the program emerges as an appendix academically linked to the main office in Neiva. More than 6 years after the opening of the undergraduate program, its graduates begin to take an important part in the job and professional opportunities in the context. It is necessary, then, to ask about the educational relevance of the educational commitment to develop professionals in which the Surcolombiana University is involved with its presence in the venues. This research provides a structured, conscious and necessary analysis when addressing the audiovisual professional training and occupational performance of the first graduates of the USCO Social Communication and Journalism program at the Pitalito headquarters between 2018 and 2020.

APROBACION DE LA TESIS

Guillermo Bustamante z.

GUILLERMO BUSTAMANTE

Angela Urrego Tobón
Angela urrego tobon

ÁNGELA URREGO TOBÓN

**FORMACIÓN PROFESIONAL AUDIOVISUAL Y DESEMPEÑO
OCUPACIONAL DE LOS PRIMEROS GRADUADOS DEL PROGRAMA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA USCO EN LA SEDE PITALITO
(2018 – 2020)**

HERNANDO ALFONSO CERÓN CARLOSAMA

Asesor de Tesis:

JUAN CARLOS ACEBEDO RESTREPO

Doctor en Comunicación. Magister en Historia. Profesor Tiempo Completo de la
Universidad Surcolombiana

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN EDUCACIÓN
NEIVA
2021**

TABLA DE CONTENIDO

LISTADO DE TABLAS	4
1. INTRODUCCIÓN	5
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.2 OBJETIVOS	12
<i>1.2.1 Objetivo general:</i>	12
<i>1.2.2 Objetivos específicos:</i>	12
1.3 DISEÑO METODOLÓGICO	13
1.4 UNIDAD DE ANÁLISIS (POBLACIÓN) Y UNIDAD DE TRABAJO (MUESTRA)	19
<i>1.4.1 Unidad de análisis (Población)</i>	19
<i>1.4.2 Muestra</i>	20
1.5 DESCRIPCIÓN DE LOS PASOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LOS DATOS	21
1.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	23
2. ASPECTOS TEÓRICOS	24
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	24
2.2 CATEGORÍAS Y CONCEPTOS TEÓRICOS	30
<i>2.2.1 Formación Profesional Audiovisual</i>	30
<i>2.2.2 Desempeño ocupacional</i>	38
<i>2.2.3 Currículo</i>	42
3. CARACTERÍSTICAS OCUPACIONALES	46
4. DEMANDAS COMUNICACIONALES	54
5. CARACTERÍSTICAS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL AUDIOVISUAL	62
6. FORMACIÓN PROFESIONAL AUDIOVISUAL, DESEMPEÑO OCUPACIONAL Y DEMANDAS COMUNICATIVAS DE LA REGIÓN SUR DEL HUILA	70
6.1 AUDIOVISUAL, EMPRENDIMIENTO Y REGIÓN	75
6.2 AUDIOVISUAL: OCUPACIONES LABORALES Y FORMACIÓN	79
7. CONCLUSIONES	85
7.1 RECOMENDACIONES	90
REFERENCIAS	92
ANEXOS	95
ANEXO A; PLAN DE ESTUDIOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA USCO SEDES NEIVA Y PITALITO	95
ANEXO B; PROTOCOLOS (INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN)	98

ANEXO C; TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS CON EGRESADOS
..... 106

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1	14
Tabla 2	19
Tabla 3	20
Tabla 4	22
Tabla 5	46
Tabla 6	54
Tabla 7	55
Tabla 8	55
Tabla 9	59
Tabla 10	63
Tabla 11	63
Tabla 12	63
Tabla 13	64
Tabla 14	95
Tabla 15	95
Tabla 16	96
Tabla 17	97

1. INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La educación, ha trascendido por diferentes etapas en su propio desarrollo hasta consolidar la educación profesional en las Universidades, principales centros para la consolidación profesional en los diferentes campos del conocimiento. El palmarés de centros de educación superior se ha incrementado de forma importante, pues tal como lo afirma Tunnerman (2011) “Se acentúa la diversificación de las instituciones de educación superior: universidades públicas o estatales, privadas de servicio público, privadas con ánimo de lucro, empresariales y corporativas, colegios universitarios, universidades tecnológicas, institutos tecnológicos, universidades especializadas, institutos universitarios, etc.” (p. 99).

Con el creciente en el número de universidades, América Latina no escapa a esta tendencia con la cual se agudizan algunas y empiezan a ser evidentes algunas problemáticas inherentes a las dinámicas de formación actual.

Es evidente que las tendencias innovadoras que hoy día se observan en la educación superior no pueden sustraerse de la influencia de los dos fenómenos que más inciden en su desempeño: la globalización y la emergencia de las sociedades del conocimiento. (Tunnerman, 2011, p. 95)

El devenir de la educación superior se extiende a nivel mundial de forma importante, llegando a la totalidad de los países del mundo. El panorama en términos de cobertura continúa en aumento con la apertura de universidades y centros de estudios superiores. Según el ranking mundial de universidades “existen 19.403 centros universitarios en todo el orbe, de ellos 3466 están en Norteamérica, 5102 en Europa, 6177 en Asia, 168 en Oceanía, 3941 en Latinoamérica (solo Brasil tiene 1449 y México 899), el mundo Árabe 600, y África 398” (Vilchez, 2011).

Con este conglomerado de Universidades, la población que se mueve en los campus crece de manera importante, puesto que en “todo el mundo hay unos 153 millones de estudiantes matriculados en la enseñanza superior. Se prevé que la demanda de enseñanza superior seguirá aumentando. El número de estudiantes en este nivel de enseñanza pasará a más de 262 millones en 2025” (El Espectador, 2009).

El panorama mundial arroja el balance general del continente en los siguientes términos:

La cobertura de la educación superior en América Latina y el Caribe que pasó de 23,4% en el año 2000 a 41% en 2010, al pasar de 11,269 millones de estudiantes a 21,160 en el mismo período con un incremento de 6,64% interanual. El incremento en el primer quinquenio (2000-2005) de la tasa de cobertura fue de 35,8% mientras que en el segundo (2005-2010) el aumento fue de 29%. En términos absolutos, el incremento en el primer quinquenio fue de 41,4% y en el segundo quinquenio de 35,5%. Los incrementos de matrícula se apoyan en los cambios en la regionalización. (Rama & Cevallos, 2016, p. 101)

El término *regionalización* ingresa en los ambientes educativos en las anteriores mediciones, la consolidación en el territorio de las Universidades ha generado el crecimiento en el número de estudiantes, pero antes de seguir consolidando argumentos sobre el término, vale la pena acercar la mirada hacia lo local.

Para Colombia, según el Ranking de U-Sapiens 2019-2 con un análisis de 361 universidades de todo el país “solo 74 clasificaron en este reporte porque cumplen con todos los requisitos que requieren en esta clasificación como tener revistas científicas indexadas, oferta activa de maestrías o doctorados y grupos de investigación categorizados”.

Siguiendo con el acercamiento, “según el Informe “Educación superior 2014 - síntesis estadística departamento de Huila”, en el “departamento ofertan servicios académicos 18 Instituciones de educación superior, de las cuales 5 son del sector oficial y las restantes de carácter privado” (Ministerio de Educación, 2015, p. 2).

Con esto, desde el Ministerio de Educación Nacional (MEN) se han implementado estrategias en busca de consolidar la *regionalización* de la educación superior, definida como:

...un proceso que permite generar condiciones de acceso y permanencia a la Educación Superior a través de mecanismos de concertación y planificación entre las instituciones del orden nacional, entidades territoriales, Instituciones de Educación Superior y demás actores regionales, teniendo en cuenta las condiciones sociales, económicas, políticas, culturales y geográficas que permitan promover el desarrollo equilibrado de las regiones (Ministerio de educación, 2010, p. 3).

El MEN ha buscado estrategias para fomentar la regionalización, una de ellas es la denominada CERES (Centros Regionales de Educación Superior), la cual nació en el año 2003:

Los Centros Regionales de Educación Superior -CERES- son una estrategia del Ministerio de Educación Nacional que busca desconcentrar la oferta en educación superior (hoy centrada en las ciudades) y ampliar su cobertura; de esta manera se hace más equitativo el acceso y se contribuye al desarrollo social y económico de las comunidades. CERES permite reducir las brechas de acceso y permanencia en la educación superior, a través de la oferta de programas académicos pertinentes a las necesidades socioeconómicas de las regiones, incentivando así su desarrollo (Ministerio de educación, 2010).

En esta línea, según el Plan Sectorial “Educación de Calidad el Camino para la Prosperidad” del MEN, se han fijado importantes retos con el ánimo de contribuir al cierre de brechas de acceso y permanencia a la educación superior con un enfoque regional. En este sentido, según el plan “entre el 2010 y 2014 se espera aumentar la tasa de cobertura bruta al 50% e incrementar el porcentaje de municipios con oferta de Educación Superior del 62% al 75%” (Ministerio de educación, 2010, p 2).

Estrategias como el CERES, aunque buscan apostarle a la ampliación de cobertura, se han quedado en plantear convocatorias y ofrecer recursos a establecimientos de educación superior que cumplan con los requisitos establecidos. Pero según la Red de Instituciones

Técnicas Profesionales Tecnológicas y Universidades Públicas de Colombia (REDTTU), no se ha logrado consolidar una política coherente en búsqueda de una regionalización clara, dejando a las universidades creando, por sí mismas, escenarios de presencia en sus regiones:

La respuesta de buena parte de las regiones ante la incapacidad del estado de avanzar en la estructura legal que soporte la regionalización de la educación superior no ha sido paralizante. Las regiones han desarrollado modelos autónomos de desarrollo local – principalmente desde las ciudades capitales- y de allí a otros municipios vecinos, por iniciativa de las IES presentes en el territorio (Red de Instituciones técnicas profesionales y universitarias Públicas, 2018).

El principal claustro de formación de la región, la Universidad Surcolombiana, no es ajena a dichos modelos. Uno de estos escenarios es la presencia de manera directa en el territorio, ésta ruta que pretende la formación de nuevas generaciones con programas académicos pertinentes, ha fortalecido la presencia de la Universidad en el departamento del Huila.

La primera apertura en la región se dio gracias a las solicitudes sociales para que la Universidad diera respuesta a las necesidades de formación profesional en los principales centros urbanos del departamento. De esta manera la organización del sistema de educación a distancia se desarrolló paralelamente:

El modelo Surcolombiano siguiendo en el año 1983 el decreto 3092 del MEN, surgió una forma organizativa dependiente de la vicerrectoría académica que tuvo como función la administración directa de programas académicos y tecnologías educativas que se ofrecieron en las distintas proyecciones de Neiva, Pitalito, Garzón y La Plata, en convenio con otras instituciones públicas de educación superior. El acuerdo No. 027 de 1995 del consejo superior de la USCO, aprueba la creación de las sedes universitarias en los municipios de Garzón, Pitalito y La Plata, con dependencia administrativa de la sede central de Neiva y en lo académico los programas dependerán de las respectivas facultades (Portal Universitario, 2020).

Aunque la Universidad Surcolombiana está presente en los principales centros urbanos del departamento del Huila hace algunas décadas: Garzón (1996), Pitalito (1999), La Plata (1998), muestra una fuerte consolidación a partir de la segunda década del presente siglo. Así lo evidencia el Plan de desarrollo Universidad Surcolombiana 2009 – 2012, en su capítulo de “Planificar el desarrollo de las sedes regionales”, en el que establece lo siguiente:

La USCO tiene que dejar oír su voz frente a la demanda por educación superior de las subregiones de Garzón, Pitalito y La Plata, pero lo debe hacer de manera concertada y planificada para crear comunidad académica que contribuya eficazmente a promover el desarrollo del área de influencia de cada una de las sedes, teniendo en cuenta los ejes contemplados en la Agenda Interna de Competitividad (...) creación de condiciones para la implementación de un “Modelo de Regionalización” que ponga en funcionamiento las sedes (Universidad Surcolombiana, 2009, p. 67).

A partir de la apuesta regional de la USCO, inició la oferta de programas académicos en las sedes, pasando de 1 y 2 programas académicos, a tener en la actualidad una oferta de 6 programas en la sede Pitalito (Administración Turística y Hotelera, Administración de Empresas, Contaduría Pública, Derecho, Comunicación Social y Periodismo e Ingeniería Agrícola). Cuatro programas en la sede Garzón (Administración de Empresas, Contaduría Pública, Ingeniería Agrícola, Derecho. Cuatro programas en la sede La Plata (Ingeniería Agrícola, Administración de Empresas, Contaduría Pública y Psicología).

De este modo se fortaleció a partir de 2010 la oferta académica en las sedes de Pitalito, Garzón y la Plata. En la particularidad de Pitalito (segundo centro urbano más grande del departamento) “el total de estudiantes con matrícula en Educación superior es de 4320 con una tasa de cobertura del 34,7 %, de un total de población de edades entre 17 a 21 años de 12447”(Ministerio de Educación, 2015, p. 3).

Uno de los programas que abrió sus puertas en el año 2014 fue el pregrado en Comunicación Social y Periodismo, adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. El antecedente del pregrado está dado por la apertura del mismo en la ciudad de Neiva (sede central de la USCO) en el año 1995, como respuesta a investigaciones adelantadas por parte de la Especialización en Comunicación y Creatividad para la Docencia que llevaron a formular las siguientes preguntas relevantes: ¿cómo vincular la cultura del entorno con la cultura de la escuela? y ¿Qué escuela construir en un territorio en guerra?, preguntas que evidenciaban el desencuentro de la escuela con su entorno. Asimismo, se diagnosticó la ruptura de los tejidos comunicativos entre los habitantes de la región Surcolombiana y la necesidad de adelantar iniciativas para restablecerlos.

Las conclusiones de los proyectos adelantados por los docentes del Huila , Caquetá y Putumayo, estudiantes de las primeras cohortes de esta Especialización, generaron reflexiones en el equipo de trabajo de docentes y fueron recogidas en 1998 en un documento denominado “Preguntas para construir una nube”, del Profesor William Fernando Torres, el cual ofrece un diagnóstico sobre la región Surcolombiana y deja en evidencia la ruptura de los tejidos comunicativos entre las generaciones y la debilidad de la sociedad civil frente a la guerra que vive la región.

Con lo que se concluye una inexistencia de la formación periodística y la necesidad de fortalecer la comunicación entre estas regiones y otras, con el fin de obtener visibilidad, atención del estado y espacios de diálogo en el conflicto. De igual manera las problemáticas económicas, sociales y ambientales fueron ejes temáticos de los proyectos que pretendieron dar solución a los mismos para generar o fortalecer tejidos comunicativos, empoderar a las comunidades de la herramienta básica para su organización y proyección social con la comunicación como herramienta primordial de análisis e investigación al crear propuestas de desarrollo regional.

Lo anterior fue confirmado por Jesús Martín Barbero al afirmar que las carreras de Comunicación Social y Periodismo son una invención latinoamericana, que mantiene vigencia en nuestras condiciones en la medida que la sociedad requiere un profesional que le ayude a comunicarse, a tejer el lazo social a partir de la construcción colectiva de

sentido sobre lo público, que contribuye al análisis de la información y de los procesos sociales, que propicia la convivencia ciudadana y el diálogo e intercambio de saberes entre la diversidad cultural. (Comunicación Social y Periodismo, 2019, p. 25)

El registro SNIES 3109 le fue otorgado en 1995 al pregrado de Comunicación Social y Periodismo en la sede central de Neiva, con registros calificados por primera vez mediante la Resolución 794 del 20 de enero de 2012, con renovación a través de la Resolución 000404 del 14 de enero de 2016, la cual tuvo vigencia hasta enero del 2021. El programa obtuvo la Acreditación de Alta Calidad por primera vez mediante la Resolución 7465 del 06 de octubre de 2009, con renovación a través de la Resolución 1022 del 24 de enero de 2014, vigente hasta enero de 2020.

Bajo estos parámetros y reconociendo las iniciativas de presencia en el territorio por parte de la USCO, se obtiene el registro SNIES 90518 para la apertura en la sede Pitalito, bajo el registro calificado por primera vez en Resolución 4262 del 31 de mayo de 2010, con renovación en Resolución 17434 del 30 de agosto de 2016, la cual estuvo vigente hasta enero de 2021. En la actualidad se adelanta el trámite de solicitud de renovación del registro calificado para el programa en la sede de Pitalito, al amparo de la renovación de la Acreditación de Alta Calidad del Programa obtenida recientemente. Aunque el primer registro calificado se obtuvo en el año 2010, el programa en la sede Pitalito inició trabajos con la primera cohorte solo hasta el año 2014, puesto que la tasa de estudiantes inscritos para la vigencia 2011 no obtuvo el número mínimo de 40 establecido por la USCO para la apertura de programas académicos (con la aclaración de que el programa es de oferta anual, no semestral). Por lo anterior, desde la Jefatura de Programa se adelantaron procesos de promoción del pregrado por colegios de la Región Sur del Departamento del Huila, lo cual permitió iniciar el proceso académico con 28 estudiantes matriculados en la cohorte 2014. Con la oferta anual (al igual que en Neiva) el pregrado en Pitalito presenta “38 estudiantes matriculados en 2015, 36 en 2016, 42 en 2017, 34 en 2018, 40 en 2019 y 38 en 2020”(Comunicación Social Y Periodismo, 2019, p. 40).

La apertura del programa, implicó un esfuerzo en infraestructura, desplazamiento de docentes y estructuración de mecanismos apropiados para ofrecer una formación acorde al nivel académico del pregrado en la sede central de la ciudad de Neiva.

Sin duda, esta apertura del programa, en términos de cobertura, deja ver a la USCO inmersa en dinámicas de las Universidades de América Latina, que están fortaleciendo la tendencia a la regionalización:

La modalidad de regionalización universitaria dominante en América Latina ha sido la instalación de sedes y subsedes de las universidades tradicionales de las capitales o de las capitales departamentales en el interior de los países. Ello se ha expresado en una desconcentración universitaria con baja diferenciación institucional, escaso empoderamiento local y cuyas ofertas tienden a tener escasa pertinencia regional. (Rama & Cevallos, 2016, p. 104)

Al ingresar la Universidad Surcolombiana en las dinámicas de regionalización, buscando fortalecer la formación profesional en el territorio, trajo consigo una tensión entre la pertinencia

y la apertura de forma dinámica de carreras universitarias. De otro lado, se agudizan las deficiencias que se pueden trasladar de localía en las sedes, como Pitalito. Así lo muestra Segrera (2008):

Las deficiencias de la universidad en servir a la sociedad, su falta de “pertinencia”, el impacto en las instituciones de educación superior y en las universidades de América Latina y el Caribe de las políticas del Banco Mundial y de la visión con ánimo de lucro, son algunas de las razones que llevan a muchos, desde distintas posiciones ideológicas, a plantear su actual crisis. (p. 280)

Con la apertura de programas académicos como el de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana en Pitalito se generan escenarios de incertidumbre sobre el verdadero papel formativo y profesional. Inquietudes frente a la utilidad y pertinencia de los mismos. ¿Seguir la política de apertura de programas académicos en sedes es pertinente?, y si lo es, ¿cuáles son los parámetros para saber que ofertas se establecen?, ¿cuál es la influencia, en términos de beneficios, que traerán los futuros profesionales en este territorio? Son algunos interrogantes que parecieron estar resueltos implícitamente con la apertura de programas con el ánimo de consolidar la presencia en las sedes.

Con este escenario, al lado de todas las implicaciones que genera la formación profesional de los educandos y transcurridos seis años desde el inicio de la primera cohorte de estudiantes del pregrado en la sede Pitalito, se inician a promocionar los primeros graduados en dicha sede, que según la estadística de graduados en Comunicación Social y Periodismo sede Pitalito presenta: 8 graduados en el año 2018, 14 en 2019 y 1 en el primer semestre del 2020, para un total de 23 egresados. Es primordial entonces, empezar a reconocer el camino de formación por el cual transitaron los nuevos profesionales. Es importante reconocer los retos laborales y profesionales en los que el egresado se encuentra, lo cual genera oportunidades de caracterizar fortalezas y debilidades que ayudan a la Autoevaluación de la educación que se está implementando en las sedes de la Universidad. Ayuda, a la vez, a replantear escenarios de diálogo con la región, con los protagonistas de la formación profesional, en este caso los egresados.

En este sentido, la formación profesional adquirida a lo largo de una carrera profesional debe ponerse en interrogante frente al papel laboral y, u ocupacional de los nuevos profesionales. Para eso fue necesario abordar los interrogantes con las mismas ramificaciones de formación:

El Programa de Comunicación Social desarrolla su plan de estudios el cual está organizado en tres ciclos; el ciclo básico que corresponde a el primer y segundo semestre con una asignación de 31 créditos, el segundo es el ciclo profesional correspondiente al tercer, cuarto, quinto y sexto semestre con un total de 62 créditos y el tercero es el ciclo de finalización e inserción laboral con una asignación de 33 créditos. (Comunicación Social Y Periodismo, 2019, p. 22)

En el ciclo profesional el programa establece tres énfasis (Periodismo, Organizaciones y Audiovisual), en el cual los estudiantes se involucran en uno de ellos para desarrollar sus estudios. Es aquí cuando surgen posibilidades de fortalecer el análisis en las competencias

adquiridas a la luz del plano laboral. Para establecer la ruta de la investigación se tomó el ámbito Audiovisual que según el estudio realizado desde la Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarias de Comunicación (AFACOM) en el año 2019 denominado “Trasformaciones de la comunicación según el mundo del trabajo” presenta, en sus conclusiones, las nuevas competencias laborales para los comunicadores: “Comunicación estratégica, audiovisuales para canales Web (producción de contenidos), video juegos, comunicación corporativa, community manager, consultores en relaciones públicas, periodismo Big Data, dominio para inteligencia artificial, gestión cultural, coach, comunicación en la salud y en el sector rural” (AFACOM, 2009). El estudio presenta el Audiovisual como una fuente potencial hacia el plano laboral de los profesionales en comunicación del país.

De otro lado, el programa de comunicación social y periodismo de Neiva, del que depende el mismo de Pitalito, enmarcado en la búsqueda de la reacreditación; pasa por una situación compleja que ha llevado a discusión la viabilidad de continuar con la oferta del pregrado en los próximos años o buscar el abordaje de un proyecto para Pitalito que no dependa del programa en Neiva. Dichas propuestas, al finalizar la investigación, están en discusión. Con lo que la sede de Pitalito buscaría su propio registro calificado y con sus propias dinámicas que generen su plan de estudios.

Egresados que, a la luz de datos estadísticos sobre ocupación, generan nuevos interrogantes en el papel profesional que la formación en la universidad logró consolidar. Así, en Colombia “La tasa de ocupación (TO) para el total de personas entre 14 y 28 años fue 46,2%, en el trimestre móvil diciembre 2018 - febrero 2019 esta tasa se ubicó en 47,3%. Para los hombres fue 56,2%, y para las mujeres fue 36,0%. En el periodo diciembre 2018 - febrero 2019 estas tasas se ubicaron en 57,6% y 36,9%, respectivamente” (DANE, 2020). Por otra parte “la tasa de desempleo de la población joven se ubicó en 18,7%, en el periodo diciembre 2018 - febrero 2019 esta tasa fue 18,9%. Para los hombres la tasa de desempleo se ubicó en 14,2% y para las mujeres en 25,0%. En el trimestre móvil diciembre 2018 - febrero 2019 estas tasas fueron 13,9% y 25,7%, respectivamente.” (DANE, 2020)

De esta manera emerge la pregunta de investigación, con la Maestría en Educación, siguiendo la línea de investigación en “Discurso pedagógico, créditos y Flexibilidad curricular” como la línea de investigación. Con el ánimo de generar una oportunidad para revisar la formación que se ha implantado en los primeros egresados del programa de Comunicación Social y Periodismo sede Pitalito de la Universidad Surcolombiana en relación con sus perfiles ocupacionales, desde una delimitación apropiada en ámbito de las competencias Audiovisuales. En este sentido se presenta la Pregunta Central de la Investigación:

¿Cuáles son las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Usco (sede Pitalito) y cómo se relacionan con las demandas comunicativas del entorno y con su desempeño ocupacional, en el lapso 2018 - 2020?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general:

Analizar las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Usco (sede Pitalito) y su relación con las demandas comunicativas del entorno y con su desempeño ocupacional, en el lapso 2018 a 2020.

1.2.2 Objetivos específicos:

1. Describir los escenarios ocupacionales en los que se han desempeñado los graduados del programa de CSP Usco, sede Pitalito, en el lapso 2018 - 2020.
2. Caracterizar las demandas comunicacionales de las comunidades, los medios y las organizaciones de Pitalito y el sur del Huila en el lapso 2018 - 2020.
3. Describir las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) en el periodo 2018 - 2020.
4. Analizar la pertinencia de la formación profesional audiovisual en relación con las características del desempeño ocupacional de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito), y con las demandas comunicativas del entorno de la región sur del Huila, en el periodo 2018 – 2020.

1.3 DISEÑO METODOLÓGICO

En la presente investigación se “reconocieron y analizaron las características de la formación en competencias audiovisuales de los graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Usco (sede Pitalito) y el modo como se relacionan con las demandas comunicativas del entorno y con su desempeño ocupacional, en el lapso 2018 - 2020”, para lo cual se utilizó una metodología de tipo mixto, que combinó técnicas cualitativas y cuantitativas, con predominio de las primeras.

Para el cumplimiento de los objetivos específicos se establecieron técnicas de construcción de los datos que se apoyaron en el enfoque cualitativo, preferentemente, pero que además incluyó una técnica cuantitativa: la encuesta.

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

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

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

Por lo anterior, el propósito investigativo se enmarca en la funcionalidad de una investigación de metodología mixta, que integra técnicas fundamentalmente cualitativas, con un componente cuantitativo complementario. Con lo cual se logró una construcción de datos de datos de distinto orden que afianza el proceso investigativo.

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

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

Un factor adicional que ha detonado la necesidad de utilizar los métodos mixtos es la naturaleza compleja de la gran mayoría de los fenómenos o problemas de investigación

abordados en las distintas ciencias. Éstos representan o están constituidos por dos realidades, una objetiva y la otra subjetiva. (Sampieri et al., 2018, p. 536)

De otra parte, siguiendo los lineamientos del tipo de investigación que soporta algunas técnicas de recolección de datos, es importante señalar las técnicas con las cuales se recolectaron los datos en relación con cada uno de los objetivos específicos planteados.

Tabla 1

Selección de técnicas y herramientas a partir de cada objetivo específico

Objetivos específicos	Técnicas de investigación	Herramientas	Observaciones
OE1 Describir los escenarios ocupacionales en los que se han desempeñado los graduados del programa de CSP Usco, sede Pitalito, en el lapso 2018 a 2020.	- <i>Grupo focal</i> con egresados. - <i>Entrevista semiestructurada</i> con egresados claves. - <i>Revisión sistemática</i> de sitios Web de escenarios ocupacionales. - <i>Revisión documental</i> sobre escenarios ocupacionales específicos.	-Protocolo de grupo focal con egresados. -Guía de entrevista semiestructurada con egresados claves. -Matriz de revisión sistemática de sitios web. -Matriz de revisión documental.	
OE2 Caracterizar las demandas comunicacionales de las comunidades, los medios y las organizaciones de Pitalito, en el lapso 2018 a 2020.	- <i>Encuesta virtual</i> a líderes de medios, comunidades y organizaciones. - <i>Entrevista semiestructurada</i> con algunos líderes de medios, comunidades y organizaciones - <i>Revisión sistemática</i> de sitios Web de las organizaciones. - <i>Revisión documental</i> de las organizaciones	-Cuestionario para la <i>encuesta virtual</i> y Formulario google de encuesta. -Base de datos de contactos con líderes de medios, comunidades y organizaciones de Pitalito y el sur del Huila para aplicar la encuesta virtual.	
OE3 Establecer las características de la formación profesional	- <i>Revisión documental</i> de micro diseños del Área audiovisual en el periodo de formación	-Protocolo de grupo focal con egresados. - Guía de entrevista semiestructurada.	

<p>audiovisual de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) en el periodo 2018 - 2020.</p>	<p>universitaria de los egresados; informes de práctica profesional y productos. <i>-Grupo Focal</i> con egresados. <i>-Entrevista semiestructurada</i> con algunos egresados claves. <i>-Entrevista semiestructurada</i> con docentes del área audiovisual y directivos del programa; <i>-Análisis de productos comunicativos</i> audiovisuales de los egresados.</p>	<p>-Matriz de Análisis de productos comunicativos.</p>	
<p>OE4</p> <p>Analizar la pertinencia de la formación profesional audiovisuales en relación con las características del desempeño ocupacional de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito), y con las demandas comunicativas del entorno de la región sur del Huila, en el periodo 2018 – 2020</p>	<p><i>-Grupo de discusión</i> con docentes y egresados del Programa en Pitalito.</p>	<p>-Protocolo de Grupo de Discusión.</p>	<p><u>Grupo de discusión</u> por medio de plataformas virtuales como meet o zoom.</p> <p>Actores participantes: egresados, docentes, empleadores o empresarios o emprendedores.</p>

Nota: Elaboración del autor.

En primer lugar, para describir los escenarios ocupacionales en los que se desempeñan los graduados del programa de CSP Usco sede Pitalito en el lapso 2018 a 2020 (OE 1) se establecieron cuatro técnicas de recolección de datos: Los grupos focales, entrevistas semiestructuradas, revisión sistemática de sitios web de escenarios ocupacionales y revisión documental sobre escenarios ocupacionales específicos.

Los grupos focales son útiles en la medida en que podemos abordar a un grupo significativo de egresados para conseguir la información requerida. Una sola pregunta puede ser propuesta para varios participantes y a modo de entrevista colectiva van surgiendo los datos. Los grupos focales establecen como “una reunión con modalidad de entrevistas grupal abierta y estructurada, en donde se procura que un grupo de individuos seleccionados por los investigadores discutan y elaboren, desde la experiencia personal, una temática o hecho social que es objeto de investigación” (Monje Álvarez, 2011, p. 152).

El instrumento para el grupo focal viene determinado por el mismo objetivo abordado hasta el momento:

El investigador recurre a las mismas técnicas de la entrevista no-estructurada, partiendo de una guía general de discusión y suscitando respuestas más profundas por medio de preguntas exploratorias. Los participantes deben ser seleccionados teniendo en cuenta la heterogeneidad del grupo donde proviene. (Monje Álvarez, 2011, p. 152)

El protocolo o Guía de grupo focal fue (Ver anexo B) el instrumento utilizado en este caso, soportado en la grabación de audio en grabadora periodística o celular digital, al igual que los apuntes en la guía de grupo focal.

La entrevista semiestructurada fue fundamental para la recolección de datos con los egresados, quienes son los actores involucrados en la investigación (En el apartado de unidad de análisis y unidad de trabajo se muestra lo respectivo). Aquí se reconocieron las descripciones de los escenarios ocupacionales para su respectiva caracterización.

Reconociendo esta modalidad de la la entrevista, en los siguientes términos:

...son semiestructuradas y en ellas se usa una lista de áreas hacia las que hay que enfocar las preguntas, es decir, se utiliza una guía de temas. El entrevistador permite que los participantes se expresen con libertad con respecto a todos los temas de la lista y registra sus respuestas (con frecuencia mediante grabadora). En lugar de hacer preguntas tomadas directamente de un cuestionario, el investigador procede a un interrogatorio partiendo de un guión de tópicos o un conjunto de preguntas generales que se sirven de guía para obtener la información requerida. (Monje Álvarez, 2011, p. 149)

Con la entrevista semiestructurada, la Guía de entrevista (ver anexo) con los temas y subtemas que se propondrán al entrevistado, es el instrumento adecuado que dio paso a la recolección de la información en un soporte audible en grabadora periodística o celular digital.

En la revisión sistemática de sitios web, de escenarios ocupacionales se establecieron parámetros de revisión soportados en la Matriz de Revisión Sistemática de Sitios Web (ver anexo B).

En la Revisión documental sobre escenarios ocupacionales específicos se establecieron parámetros de revisión soportados en la Matriz de Revisión Documental (ver anexo B). Este instrumento se determinó para un número importante de escenarios ocupacionales de la región sur del Huila, archivos de los medios de comunicación, archivos de fundamentos legales de empresas, medios de comunicación u organizaciones.

Adicionalmente, para caracterizar las demandas comunicacionales de las comunidades, los medios y las organizaciones de Pitalito y el sur del Huila en el lapso 2018 a 2020 (OE 2) se establecieron cuatro técnicas de recolección de información: la encuesta virtual, la entrevista semiestructurada, la Revisión sistemática de sitios Web y la Revisión documental de las organizaciones.

En la encuesta virtual se llevó a cabo mediante un formulario de Google, en torno a tópicos referidos a las características de las comunidades, medios u organizaciones del sur del Huila (ver anexo B).

En la entrevista semiestructurada el protocolo se utilizó como instrumento para cumplir con el objetivo establecido (ver anexo B), y se usó como medio de registro la grabación de audio en grabadora periodística o celular digital.

Con relación a la Revisión sistemática de sitios Web y Revisión documental de las organizaciones se establecieron los protocolos 3 y 4 (ver anexo B)

Para establecer las características de la formación en competencias audiovisuales de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) en el periodo 2018 a 2020 (OE 3), se utilizaron cuatro técnicas de recolección de datos: Revisión documental, Grupos Focales, Entrevista semiestructurada, Observación de productos comunicativos.

La Revisión de documentos, registros, materiales y artefactos, entendidos también como productos comunicativos, permitió la contrastación de los datos con los obtenidos mediante los testimonios de maestros y graduados en términos de formación en competencias Audiovisuales, lo cual dio lugar a la búsqueda de registros en los documentos institucionales del programa de CSP sede Pitalito, con el fin de obtener datos relevantes que reposan en registros curriculares y de formación importantes.

Una fuente muy valiosa de datos cualitativos son los documentos, materiales y artefactos diversos. Nos pueden ayudar a entender el fenómeno central de estudio. Prácticamente la mayoría de las personas, grupos, organizaciones, comunidades y sociedades los producen y narran, o delimitan sus historias y estatus actuales. Le sirven al investigador para conocer los antecedentes de un ambiente, las experiencias, vivencias o situaciones y su funcionamiento cotidiano. (Sampieri et al., 2018, p. 415)

El protocolo de Ficha de revisión de documentos (ver anexo B) fue el instrumento para consolidar los datos adecuados que respondan al cumplimiento del objetivo establecido.

En términos del planteamiento del diseño metodológico en concordancia y orden de los objetivos específicos establecidos, se muestran por separado los dos protocolos de entrevistas semiestructuradas con egresados. Pero en la práctica del trabajo de campo efectivamente realizado, los dos protocolos (2 y 8, ver anexo B) se unificaron y aplicaron en un solo encuentro. Los datos obtenidos se establecieron en su protocolo respectivo para facilitar el análisis de datos. Este instrumento estuvo determinado para el grupo de egresados del programa de CSP, buscando recoger las características frente a su formación en competencias Audiovisuales a partir su plan de estudios por énfasis. Se debe precisar que, aunque varios graduados no pertenezcan directamente al énfasis Audiovisual del programa, durante su formación básica estuvieron inmersos en seminarios de formación en competencias audiovisuales y en materias alternas a su énfasis.

En cuarto lugar, para analizar la pertinencia de la formación profesional audiovisual en relación con las características del desempeño ocupacional de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) y con las demandas comunicativas del entorno de la región sur del Huila, en el periodo 2018 – 2020 (OE 4), se organizó la información recogida de los protocolos 1, 2, 3, 4 y 5 (ver anexo B), lo cual permitió generar un listado de tópicos de competencias más relevantes que han mostrado los graduados frente a los aspectos que dejaron ver los profesores, y la revisión documental. De la relación de los datos obtenidos con los referentes teóricos, se desprendieron análisis y conclusiones acerca de la pertinencia y eficacia de la formación en competencias Audiovisuales.

Con este primer análisis se confrontaron las fortalezas y debilidades mostradas en el ambiente ocupacional de graduados, a la luz de lo que soportan los datos narrados por los empleadores.

Con la organización de la información de los protocolos 6 y 7 (ver anexo B) se consolidó el panorama de las demandas comunicacionales de la región Sur del departamento del Huila que a la luz del análisis anterior corrobora una noción evaluativa de la formación en competencias Audiovisuales de los graduados.

Esto arrojó tópicos de competencias favorables y de mejoría en la formación Audiovisual, a la vez que demuestra la pertinencia de los egresados en la región. En el abanico de posibilidades laborales de los egresados del sur del Huila se deja ver la utilidad de las competencias Audiovisuales aportadas en su formación. Lo anterior sirvió como punto de partida para realizar conclusiones y recomendaciones que aporten a una propuesta de desarrollo curricular en competencias Audiovisuales para el programa de CSP Usco sede Pitalito, que responda a los resultados en términos que arrojó la investigación.

1.4 UNIDAD DE ANÁLISIS (POBLACIÓN) Y UNIDAD DE TRABAJO (MUESTRA)

La Universidad Surcolombiana es el principal centro de educación superior de la Región. Su sede principal se encuentra en la Ciudad de Neiva (Capital del Departamento del Huila), dista de la Capital del País por 313 kilómetros. Esta Universidad, configurando su presencia en el departamento, ha buscado consolidar su infraestructura con sedes en los principales centros urbanos del Huila. Es así como tiene presencia en los Municipios de Pitalito, Garzón y la Plata, siendo la primera una de las más relevantes en términos de oferta académica y capacidad instalada.

En la sede Pitalito, actualmente la Universidad cuenta con 6 programas de pregrado: Administración turística y hotelera, Administración de empresas, Contaduría pública, Derecho, Comunicación Social y Periodismo e Ingeniería Agrícola.

1.4.1 Unidad de análisis (Población)

La investigación abordó el pregrado en Comunicación social y periodismo USCO sede Pitalito, que como se estableció en el planteamiento del problema inició labores académicas en el año 2014, con una oferta anual. La evolución en términos de cobertura se dio de la siguiente manera:

Tabla 2

Evolución estudiantes inscritos y matriculados programa de Comunicación Social y Periodismo sede Pitalito

INSCRITOS/ MATRICULADOS	PERIODO						
	2014 - A	2015 - A	2016 - A	2017 - A	2018 - A	2019 - A	2020 - A
Estudiantes inscritos	43	57	59	51	46	50	48
Estudiantes matriculados primíparos	28	38	36	42	34	40	38

Nota: Fuente, Estadísticas Usco (En informe de autoevaluación para la renovación de la acreditación de alta calidad del programa).

De esta manera se establece el consolidado de población con la que cuenta el programa en la sede Pitalito.

1.4.2 Muestra

La muestra parte del número de graduados en el año 2018 hasta el primer semestre del año 2020.

Tabla 3

Graduados Programa de Comunicación Social y Periodismo sede Pitalito

Graduados comunicación social y periodismo Pitalito	AÑO		
	2018	2019	2020A
Estudiantes inscritos	8	14	1

Nota: Elaboración propia

El total de graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo en Pitalito son 23. Se establece entonces el número de la Muestra, reconociendo que es un número adecuado de trabajo para la investigación.

Como se establece en el planteamiento del problema, el pregrado contaba con ciclos de formación en su plan de estudios. A partir del tercer semestre el estudiante escogía uno de los énfasis de formación (Periodismo, Comunicación Organizacional o Producción Audiovisual). Se precisa que, en la actualidad el programa cambió el plan de estudios (a partir del 2020), dejando de lado los Énfasis. Pero para efectos de la investigación no presentó mayores cambios, puesto que la muestra de trabajo realizó sus estudios con el plan de estudios aprobado mediante el Acuerdo No. 9 del 8 de junio de 2005 por parte del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.

De igual manera la unidad de trabajo está compuesta por 23 graduados del programa en la sede Pitalito, en el periodo estudiado, sin discriminar la escogencia de sus énfasis en el transcurso de la carrera de formación. Lo anterior, reconociendo que durante el primer ciclo (antes de iniciar énfasis) el plan de estudios cuenta con seminarios del orden Audiovisual y además durante el ciclo de énfasis lo estudiantes que no escogieron el énfasis Audiovisual pueden escoger semanarios de éste como opcionales.

De otro lado, se establecieron diálogos con docentes del área Audiovisual que participaron en la formación de los graduados. En el mismo sentido se establecieron acercamientos con un grupo de empleadores, reconociendo al menos un abordaje en comunidades, en medios y en organizaciones de Pitalito y el sur del Huila.

1.5 DESCRIPCIÓN DE LOS PASOS PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LOS DATOS

El trabajo de campo en la investigación se realizó bajo el orden establecido por lo objetivos. En un primer momento, con las técnicas de la entrevista semiestructurada y los grupos focales se abordaron a los graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana. Los diálogos surgieron con relación a las características de los escenarios ocupacionales en los cuales se han desempeñado, posteriormente su posición respecto a su formación, las fortalezas y debilidades en su proceso educativo de pregrado. De igual forma se profundizó en los conocimientos y características ocupacionales con relación al campo audiovisual. Las entrevistas semiestructuradas y los grupos focales se realizaron entre el mes de mayo y el mes de Julio del año 2021.

El segundo escalón en la escalera del trabajo de campo se llevó a cabo con los medios de comunicación, las organizaciones y comunidades que demandan personal en trabajos relacionados con la comunicación. Para tal fin se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas a empleadores, Revisión documental y Revisiones a sitios Web. Dichas búsquedas se realizaron en los meses de mayo y julio de 2021.

Continuando con la recolección de información, en el tercer escalón estuvieron los diálogos con docentes del área Audiovisual que realizaron trabajos en la sede Pitalito; para esto se realizaron entrevistas semiestructuradas y revisiones documentales durante el mes de agosto.

En el último escalón estuvieron las revisiones sistemáticas a documentos, sitios Web y archivos Audiovisuales relacionados o elaborados por egresados del programa. Actividad realizada durante el mes de agosto de 2021.

Para todos los casos en las entrevistas semiestructuradas y grupos focales se realizaron grabaciones en Audio, para el caso de las entrevistas semiestructuradas a docentes y algunos empleadores se utilizaron herramientas digitales como Meet o llamadas telefónicas que posteriormente fueron editadas (archivando sólo el Audio necesario de las entrevistas bajo el protocolo establecido). En la revisión de sitios web, archivos y/o documentos se recogieron datos en matrices previamente establecidas.

Las entrevistas a egresados se realizaron en los municipios de Pitalito, San Agustín y Garzón. El consolidado de egresados con que se realizó la investigación se muestra en la siguiente tabla, donde se relacionan los nombres, año de ingreso al pregrado y año de graduación.

Tabla 4*Egresados programa de Comunicación Social y Periodismo USCO Pitalito entre 2018 y 2020*

AÑO DE INGRESO AL PREGRADO	NOMBRE	AÑO DE GRADUACIÓN
<u>2014</u>	Ana Mileth Collazos Cantillo	2018
<u>2014</u>	Ana Yolima Blandon Gallego	2018
<u>2015</u>	Anyi Mayerli González Nuñez	2019
<u>2014</u>	Brayan Felipe Erazo Ñañez	2018
<u>2015</u>	Cindy Vannesa Cardozo Meneses	2019
<u>2014</u>	Clara Johana Bravo Ortega	2020
<u>2014</u>	Daniela Ceron Valdez	2018
<u>2015</u>	Gloria Aceneth Cuaran Bohorquez	2019
<u>2014</u>	Ingry Julieth Calderon Sterling	2019
<u>2014</u>	Jefferson Andres Arias Martinez	2019
<u>2015</u>	Jose Adaimer Murcia Correa	2019
<u>2014</u>	Jose Omar Peña Muñoz	2019
<u>2015</u>	Karina Andrea Caro Sotelo	2019
<u>2014</u>	Laura Cristina Carrascal Angel	2019
<u>2014</u>	Lina Marcela Sanchez Motta	2018
<u>2015</u>	Lizeth Alejandra Samboni Samboni	2019
<u>2015</u>	Maria Camila Artunduaga Polania	2019
<u>2014</u>	Marly Natalia Noguera Calderon	2018
<u>2014</u>	Martha Cecilia Ordoñez Alvarez	2018
<u>2014</u>	Monica Alejandra Valderrama Losada	2019
<u>2014</u>	Sebastian Giraldo Arboleda	2018
<u>2015</u>	Sonia Alejandra Imbachi Hoyos	2019
<u>2015</u>	Tatiana Alejandra Salamanca Ruiz	2019

Fuente: Registro y Control Universidad Surcolombiana

1.6 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

En un primer momento, los datos cuantitativos se establecieron en la plataforma virtual “Formularios de Google”. Con esta plataforma, a modo de encuesta compartida a los medios de comunicación, empresas u organizaciones sociales o comunitarias de desempeño ocupacional de los graduados, se recabaron los datos para su respectivo análisis. La plataforma ofrece estadísticas de los diferentes parámetros que se requiera establecer en el campo de la investigación, para el caso, el número de entidades laborales en el territorio Surcolombiano, sus características y el número de profesionales de la comunicación que allí laboran.

En un segundo momento, los datos suministrados por la “matriz de revisión sistemática de sitios Web” y la “matriz de revisión documental” permitieron establecer nuevos datos con relación a los lugares en los que laboran los egresados en cuestión. Su organización se determinó por parámetros propios de su naturaleza operativa. De tal manera, los datos cuantitativos muestran el abordaje global desde los cuales se desempeñan en el campo propio laboral, que a su vez sumaron al total de la perspectiva ocupacional que se recogió en los instrumentos de tipo cualitativo. Con esta perspectiva se elaboran las composiciones gráficas a modo de estadísticas con cuadros comparativos, barras y tortas descriptivas.

El tercer momento, está dado por la sistematización de los datos cualitativos propios de los grupos focales y las entrevistas semiestructuradas a egresados del programa de comunicación social y periodismo. Para establecer un consolidado y organización (en primera instancia) de los referentes laborales en el ámbito audiovisual se utiliza la plataforma Atlas.ti, herramienta que favorece la organización sistemática de datos cualitativos.

El cuarto momento está representado por la sistematización de los datos cualitativos obtenidos mediante las entrevistas semiestructuradas a docentes del área audiovisual. con el consolidado y organización de los referentes formativos del área audiovisual se aterrizan las premisas bajo la cuales fueron formados lo egresados.

El quinto momento, trata de la organización de los datos cualitativos obtenidos a través de las entrevistas semiestructuradas a empleadores.

Finalmente, y aunque no está determinado puntualmente como objetivos específicos, pero si está inmerso en las concepciones teóricas de la investigación, se consolida una propuesta bajo las conclusiones y recomendaciones basada en las oportunidades de mejora en términos de la formación audiovisual de los graduados. Es pertinente formular alternativas frente al devenir de la formación profesional, que respondan a la indagación sistemática con todos los actores abordados en la investigación.

2. ASPECTOS TEÓRICOS

Los aspectos teóricos se presentan en dos momentos. En primer lugar, un acercamiento global, regional y local de las investigaciones relacionadas con el tema/problema de la investigación, con el fin de tener en cuenta los antecedentes. En segundo lugar, las categorías o conceptos teóricos centrales que dan soporte a la indagación.

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Es fundamental conocer el panorama global, regional y local sobre procesos investigativos que se relacionan y tienen pertinencia con los temas y problemas que se abordan en el presente proyecto.

En el orden mundial es importante mencionar que se vienen gestando importantes cuestionamientos en relación a la formación en educación superior. Uno de los casos que han generado líneas de investigación está dado por el análisis de la formación de comunicadores y periodistas quienes actuarán como mediadores socioculturales y creadores de contenidos para los medios, las organizaciones y las plataformas digitales. Para el caso de la investigación en cuestión, los antecedentes se centrarán en la línea de la Formación Audiovisual.

Como primer caso, están los análisis y reflexiones en torno a las *competencias mediáticas*, término que en el entorno Europeo y Español suele relacionarse con los contenidos, en su mayoría audiovisuales. Es el caso del referente propuesto por González et al. (2018), quienes muestran la tendencia que han generado las investigaciones sobre los contenidos audiovisuales y su relación con quienes los realizan, mostrando lo prioritario de los análisis sobre la formación de los profesionales que están generando contenidos multimedia, entre ellos los Audiovisuales, que representan la gran mayoría.

La influencia que puede determinar ciertos contenidos, contempla el empezar a preguntarnos por la formación de quienes los realizan, los comunicadores sociales y periodistas.

El contexto familiar y educativo ejerce una gran influencia en los jóvenes de la sociedad del siglo XXI, por lo cual es necesaria una alfabetización mediática para relacionarse crítica y eficazmente con los medios y sus mensajes. Tanto las familias como los educadores precisan ser competentes mediáticamente para poder ser un modelo personal, profesional y social ante los menores y los jóvenes sobre cómo acceder reflexiva y constructivamente a la información y el conocimiento a través de los medios (González et al., 2018, p. 301). De esta manera un referente importante es la formación de los profesionales que están tras la creación de dichos contenidos.

En este estudio sobre contenidos mediáticos y Audiovisuales de docentes se trabajó con una muestra que contaba con “905 profesores de diferentes etapas educativas (Infantil, Primaria, Secundaria y Bachillerato, y Formación Profesional) de diez provincias españolas: Cantabria,

Córdoba, Huelva, Granada, La Rioja, Lugo, Málaga, Murcia, Sevilla y Valencia”(González et al., 2018, p. 307).

Referente importante que muestra el comportamiento hacia una investigación desde los medios y sus formadores, quienes son los que muestran una incidencia importante en la relación de creación y consumidor del orden audiovisual, puesto que, según González et al.(2018) “...se puede afirmar que los docentes ostentan un gran protagonismo en la facilitación y promoción de la alfabetización mediática de los estudiantes, siendo fundamental que asuman acciones formativas que les capaciten mediáticamente” (p.304).

De otra parte, en las reflexiones presentadas por García (2020) en España, después de revelar algunos datos estadísticos sobre los centros de formación profesional en lo Audiovisual, el autor revela cómo se entienden las posibilidades laborales a las que se enfrenta un profesional, para el caso las identifica como catálogo de posibilidades.

De este modo se empieza a visualizar la línea bajo la cual se sustenta esta investigación al relacionar el aspecto educativo profesional con las oportunidades laborales y ocupacionales.

A su vez en las conclusiones del estudio se menciona la relevancia de repensar constantemente la formación profesional en el ámbito audiovisual con el ánimo de actualizar los procesos. Según García (2020) “En todo caso, esta problemática sobre la actualización, tan necesaria para estas enseñanzas, no quita tampoco la necesidad de una profunda revisión del modelo funcional, tal y como está concebido actualmente” (p. 84).

Se muestra, igualmente un panorama alentador con relación a la formación Audiovisual:

Las enseñanzas de audiovisuales de Formación Profesional se encuentran enmarcadas en el ámbito del sistema educativo. Este ámbito en los últimos años se está posicionando mejor dentro del sistema educativo general. Como consecuencia se observa un aumento del número de estudiantes matriculados. Estamos acercándonos a los números que hemos de alcanzar si miramos a la mayoría de los países de nuestro entorno. (García, 2020, p. 82)

De esta manera el panorama Internacional va generando líneas de análisis dadas a partir de la formación audiovisual y su relación con el campo ocupacional.

Acercándonos al contexto latinoamericano, las investigaciones de este tipo también muestran un balance importante en la reformulación de la educación superior y algunas determinaciones surgidas a raíz de la presencia más amplia en los territorios por parte de las universidades, como se mencionó en el apartado del planteamiento del problema.

Como referente se tiene el análisis presentado por Rama & Cevallos (2016). Sobre el creciente número de instituciones de educación superior, como tendencia en el mundo, y por consiguiente el incremento de estudiantes y ofertas de formación. Para el caso de América Latina ha reorientado la presencia de las universidades en más territorios. con lo que también se han generado tensiones sobre la correcta formación para los futuros profesionales.

Según Rama & Cevallos (2016):

Ello muestra un panorama más complejo y diferenciado en el funcionamiento de los sistemas universitarios nacionales en los aspectos asociados a la regionalización y que constituye la base del aumento de la cobertura atendiendo a grupos sociales, nichos y campos disciplinarios. (p.127)

Dicho panorama complejo y diferenciado, también está presente en la formación audiovisual, con lo cual es primordial encontrar escenarios de análisis de situaciones propias de la región. Se encuentran situaciones que reconocen aspectos problemáticos relacionados con las políticas de expansión, cobertura y su pertinencia.

Un resultado mecánico de nuevas demandas políticas y sociales que exigen mayor presencia de ofertas públicas en sus regiones y plantean la creación de nuevas instituciones públicas. Estos elementos se dan junto a un cambio en las lógicas y dinámicas de los sistemas de educación superior para viabilizar esas demandas y nuevas realidades. (Rama & Cevallos, 2016, p. 128)

Una de estas nuevas realidades, que mencionan los autores, se está viviendo en la educación colombiana. Pero antes de pasar al orden nacional, es relevante conocer otra investigación que puntualiza más las tendencias en investigación del orden en formación audiovisual.

Noboa (2011), revela importantes facetas en la formación profesional del comunicador social. Aporta nociones sobre las competencias profesionales entendidas como “todo un conjunto de conocimientos, procedimientos y actitudes combinados, coordinados e integrados, en el sentido que el individuo ha de saber hacer y saber estar para el ejercicio profesional” (p. 19).

El estudio revela lo que debería ser un ideal formativo de un profesional capaz de resolver tareas específicas en distintos ambientes laborales. Reconoce que un buen desempeño ocupacional esta dado por:

La capacidad de realizar las actividades correspondientes a una profesión conforme a los niveles esperados en el empleo. El concepto incluye también la capacidad de transferir las destrezas a nuevas situaciones dentro del área profesional y, más allá, a profesiones afines. Esta flexibilidad suele implicar un nivel de destrezas y conocimientos mayor de lo habitual incluso entre los trabajadores con experiencia. (Noboa, 2011, p. 18)

A si las cosas, el ambiente latinoamericano, también está permeado por las corrientes investigativas en estos nichos. Para el caso de Colombia, las investigaciones en relación al quehacer ocupacional y la formación profesional en el área de las comunicaciones también presentan un conjunto interesante de reflexiones.

Para acercarnos a la región Surcolombiana, Imbáchiz & Zarta (2018) estableció la incidencia en el desempeño laboral de los graduados entre 2007 y 2017 del programa de Comunicación social y periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (regional Girardot).

El estudio muestra una postura general sobre los graduados y su formación, mostrando todos los campos de formación en relación con su desempeño laboral. Es decir, la investigación se centró en aquellos graduados que están laborando para una empresa, entidad, medio de comunicación u organización.

Se revelan algunos aspectos importantes para contrastar con las pretensiones de esta investigación, como es el caso de que:

Los profesionales hombres están devengando mejores salarios y tipos de vinculación en comparación a las mujeres, lo que resulta poco equitativo y también representa un gran problema en el campo laboral de la profesión para la alta demanda que existe de mujeres. (Imbáchiz & Zarta, 2018, p. 91)

De igual manera, el estudio concluye que “frente a la calidad de la formación ofrecida por la institución los graduados sugieren como primera instancia adecuar el plan de estudios en donde se vean asignaturas que fortalezcan las competencias organizacionales y audiovisuales” (Imbáchiz & Zarta, 2018, p. 92).

Observamos entonces que la formación audiovisual se reconoce como una posibilidad importante para mejorar.

De esta manera, es importante ahora, reconocer algunos antecedentes investigativos en el orden local. Para este fin se tomaron tres momentos investigativos en relación al tema planteado. Las investigaciones y reflexiones fueron elaboradas desde el mismo contexto de la Universidad Surcolombiana y el programa de Comunicación Social y Periodismo, solo que desde la centralidad de la sede principal en Neiva.

En primer lugar, la investigación realizada por Muñoz (2016) examina la pertinencia de los perfiles profesionales en relación al perfil ocupacional de algunos egresados, pero la tendencia subyace al contemplar dichos perfiles sobre los requerimientos en el plano de las organizaciones de la región.

De otro lado, concibe que:

En la región se cuenta con una diversa y variada formación de comunicadores sociales y periodistas, los cuales al egresar ejercen en su mayoría en las organizaciones locales. De igual manera, se puede evidenciar que los enfoques de formación en los campos y las disciplinas de la comunicación son distintos y que estos han respondido a sus procesos de generar diálogos con el contexto que las rodea. (Muñoz, 2016, p. 3)

En el estudio se caracterizaron los perfiles del egresado, se identificaron las percepciones frente a la pertenencia de su formación profesional, se determinaron las necesidades de desempeño profesional a la luz de los requerimientos de las organizaciones de la región. De igual manera, el estudio se acercó a las percepciones y perspectivas que tienen las Organizaciones Regionales frente al rol que requieren del Comunicador Social y Periodista egresado de la Universidad Surcolombiana.

En segundo lugar, el análisis Acebedo (2019), muestra un panorama muy actualizado de la situación del pregrado en la Universidad Surcolombiana, en materia de la nueva reforma curricular. Se presentan las condiciones actuales con las cuales el programa de Comunicación Social y Periodismo asume el proceso formativo para las nuevas generaciones. Para efectos del proceso de reforma curricular que se adelantaba en el Programa fue pertinente volver los ojos a todos los actores que hacen parte de la comunidad educativa, para generar dinámicas de participación y análisis desde las diferentes perspectivas de los actores implicados.

La creación de escenarios de participación y diálogo de los actores que componen la comunidad educativa del programa, en especial de egresados, empleadores, estudiantes y docentes, mediante talleres temáticos con cada uno de los actores, ha sido una característica clave de la metodología con la cual se ha venido adelantando la reforma curricular. (Acebedo, 2019, p. 60)

Con lo anterior, las propuestas de diálogo con egresados y empleadores, dejan ver una alternativa fundamental para la reestructuración de cualquier proceso formativo.

En la misma línea, vienen los mecanismos de investigación y reflexión que son el medio por el cual se busca un fin en común, la estructuración adecuada, pertinente y actualizada del currículo. Según Acebedo (2019):

El diseño y la gestión del currículo deben incorporar la suficiente flexibilidad y mecanismos de seguimiento y monitoreo de las transformaciones y demandas del contexto, de modo que pueda adaptarse con mayor agilidad a los diversos y continuos cambios que se presentan. (p. 66)

En tercer lugar, Charry (2014) orientó otro tipo de investigación que se ha generado con el mismo pregrado de la casa de estudios, en la cual se muestran las experiencias curriculares y extracurriculares que los egresados (formados con el primer plan de estudios del Programa) consideran más representativas y que han marcado su quehacer profesional. Según Charry (2014) “se realiza un contraste analítico entre dichas experiencias y la aspiración curricular condensada en el perfil profesional de este programa, en especial en cuanto al desarrollo de un pensamiento crítico en estos profesionales” (p. 3).

Es una perspectiva interesante que genera otros abordajes para comprender los modos y formas de pensamiento de los egresados en función de determinar los aportes sustanciales de algunas prácticas educativas en su formación de pregrado. En el análisis se precisan, caracterizan y jerarquizan las experiencias significativas de los graduados, se sugieren modificaciones para potencializar la formación y el pensamiento crítico en el pregrado. Con esto, nuevamente las posturas orientadas a retroalimentar el currículo, con base en el análisis sobre las dinámicas actuales del desarrollo ocupacional, brotan como línea importante de investigación.

Por otra parte, en el texto se consideran algunas apreciaciones que aportan una característica importante en la formación, para tener en cuenta en la investigación y es el rol desempeñado por los docentes:

Otro elemento que amerita una consideración especial y que por lo general no se toma en cuenta, es la naturaleza académica de los docentes. No hay nada oculto al decir que las Universidades Públicas Colombianas llevan a cabo su labor institucional de la mano de fuertes principios que las lleva a comprometerse con la realidad social y política de su región. (Charry, 2014, p. 106)

Con todo, los antecedentes investigativos muestran una tendencia a comprender aspectos de fondo en la formación profesional, para el caso concreto de los programas en comunicación. Para el caso concreto del pregrado en Comunicación social y periodismo de la Universidad Surcolombiana, las investigaciones han girado en torno al programa impartido desde la sede central en la ciudad de Neiva, y con la apertura del programa en Pitalito no se han abordado investigaciones que respondan a la formación de los graduados de este contexto específico. De tal manera que existe un vacío de conocimiento con la coyuntura formativa en un nuevo territorio que ya ha generado sus primeros (y buen número) de graduados a la fecha de esta investigación.

Es pertinente volver los ojos a los procesos llevados a cabo en la región, que logren desvelar las dinámicas propias de cada territorio. Para el caso en concreto, la formación profesional Audiovisual del graduado en Comunicación social y periodismo de la sede Pitalito.

2.2 CATEGORÍAS Y CONCEPTOS TEÓRICOS

Como sustento teórico se presentan postulados y teorías que recogen aportes importantes para entender el campo de análisis y generaran aportes para indagar sobre los temas en cuestión de esta investigación llevando a realizar los objetivos planteados que a su vez dan respuesta a la pregunta de investigación. Dichos sustentos bibliográficos se dividen en tres (3) aspectos fundamentales que son el soporte para todo el proceso investigativo:

El primero, contempla el sentido de la “Formación profesional Audiovisual”, categoría que a su vez se aborda desde dos perspectivas: Formación profesional y formación audiovisual; Para lograr reconocer la intencionalidad formadora en el marco de sociedad donde se presentan teorías relacionadas con su significado y a continuación abordar el campo donde se explicita el debate teórico sobre lo audiovisual en el marco de contextos cambiantes para la educación, aspecto importante del mismo y tendencias que se mantienen en la actualidad en el país. Aquí, se aborda, como complemento a la discusión teórica el referente de “Educación en comunicación audiovisual – competencias mediáticas”, categoría que se encuentra actualmente en al panorama de las nuevas tendencias abordadas por las escuelas comunicativas.

El segundo, es el “Desempeño ocupacional”, una categoría de análisis determinante en la investigación, mostrando la diferentes concepciones y diferencias entre desempeños profesionales o laborales.

Y el tercer aspecto, es la formulación del campo “Curricular”, sus teorías, formas evaluativas entre otras. Aspecto que, aunque no se establece textualmente en la investigación, si está implícita en cada uno de los objetivos propuestos al pretender reconocer una formación profesional en relación al quehacer de sus graduados. Es de este modo que se convierte en un referente estructural para la propuesta establecida en todos los objetivos de la investigación.

2.2.1 *Formación Profesional Audiovisual*

El primer referente que determina el abordaje para la concepción de esta categoría de análisis esta dado por Casanova (2003) quien, desde la Oficina Internacional del Trabajo (OIT), devela un abordaje global sobre las determinaciones en este concepto.

Cuando se utiliza el término “formación” acompañado del adjetivo “profesional” en una conversación o texto, en general se entiende que se está haciendo referencia a un tipo de formación que tiene por finalidad principal el preparar a las personas para el trabajo. Esta es, seguramente, la definición más simple y más corrientemente utilizada de formación profesional. (p. 9)

En este primer abordaje se observa la iniciativa básica, a partir de la cual el trabajo es el fin de esa formación profesional. Pero no es pertinente limitarnos a una concepción simple del proceso, por eso, en el texto se siguen abordando posturas más profundas sobre el término hasta determinar una amplitud en su determinación. Para el mismo autor, “la formación se orienta no

sólo a la preparación para el empleo asalariado y bajo contrato, sino también a todas las otras formas de trabajo que es dable encontrar en las sociedades actuales”(Casanova, 2003, p. 9).

Continuando con la importancia de profundizar sobre la categoría de análisis, el texto nos permite ampliar el abordaje, por lo menos, bajo la premisa de otro objetivo del mismo. Según Casanova (2003):

...no sólo para el trabajo en todas sus formas y modalidades, sino también para la vida en comunidad, para comprender las relaciones sociales y de trabajo y actuar en forma transformadora. De forma resumida podemos entonces decir que la formación profesional es simultáneamente una formación para el trabajo y una formación para la ciudadanía. (p. 10)

Con lo anterior, el análisis en torno a dicha categoría nos aporta una primera mirada bajo la cual se demarcan dos importantes propósitos de la formación profesional. Por un lado, el abordaje según el orden laboral y, de otro, según el orden de lo ciudadano. Comprendiendo dichos escenarios, iniciamos el abordaje teórico aterrizando las primeras concepciones bajo las cuales se sustenta esta investigación. Conjeturas iniciales recogen aún más la mirada del primer orden teórico. Siguiendo a Casanova (2003) “la formación profesional es una actividad cuyo objeto es descubrir y desarrollar las aptitudes humanas para una vida activa, productiva y satisfactoria” (p. 10).

De igual forma, Arana & Batista (1999) asumen la formación profesional como “aquella calificación que logre la capacitación para la investigación, el desarrollo, la aplicación y la transferencia de tecnologías adecuadas, por lo tanto, una formación que responda a la magnitud de los cambios y, permita un rápido accionar con criterio propio y compromiso social” (p. 11). Responden los mencionados autores, entonces, a la concepción sobre criterios propios del conocimiento y nuevamente rescatan el compromiso social de la formación profesional, con la novedad presentada en los ambientes investigativos y desarrollo tecnológico.

Por su parte, los autores referidos señalan su postulado en el ambiente de educación superior, con lo que generan acercamientos a las líneas de investigación clarificando concepciones en torno al quehacer universitario.

Las Universidades tienen la responsabilidad de identificar con precisión la dirección del cambio, y la transformación a realizar, para proyectarse prospectivamente hacia el futuro y así promover el cambio necesario en la sociedad, tales como: las nuevas profesiones e investigaciones, los modelos de formación de los futuros profesionales, las nuevas formas de colaboración con las empresas...(Arana & Batista, 1999, p. 11)

Se propone volver los ojos hacia el devenir social, para conseguir distinguir las verdaderas necesidades en términos de pertinencia para un sano desarrollo humano. Según Arana & Batista (1999):

La sociedad requiere algo más que personas adiestradas para la función específica del mundo del trabajo. Necesita profesionales con motivaciones y capacidades para la actividad creadora e independiente, tanto en el desempeño laboral como investigativo,

ante los desafíos del conocimiento e información científico-técnica y de la realización de su ideal social y humano. El fortalecimiento de la formación integral de los futuros profesionales es impostergable, porque la sociedad necesita de la ciencia y la tecnología como factores estratégicos del desarrollo. (p. 11)

De esta manera, las determinaciones para la categoría de análisis *formación profesional* adquiere un complejo ámbito de posibilidades y fines. Desde la determinación del fin laboral, hasta la consideración de importantes posibilidades investigativas, científicas, y el aporte a la realización de un desarrollo social.

De otro lado, el referente teórico presenta un modelo de formación del profesional para el siglo XXI, con lo cual aborda, de un lado, “las dimensiones intelectuales, técnicas, éticas, estéticas y político-ideológicas; y de otro lado, los valores que se forman como el saber, eficacia, dignidad, sensibilidad y patriotismo” (Arana & Batista, 1999, p. 14). Insumos importantes y valiosos una vez se establece el análisis de los datos arrojados por las técnicas e instrumentos de investigación.

En relación con las profesiones en las universidades, Arana & Batista (1999) señalan lo siguiente:

Toda profesión existe con el fin de resolver determinado problema o encargo social, que debe ser respondido por un sujeto con capacidades y habilidades para darle solución. Es precisamente a partir de los problemas profesionales que se determinan los propósitos y aspiraciones a alcanzar en el estudiante, de estos se derivan el objeto de la profesión y el objetivo de su formación, expresado en el modelo del profesional, como forma de materializar la relación Sociedad- Universidad. (p. 22)

De igual forma, corresponde a las determinaciones curriculares el abordar las temáticas con lo que se materializará la relación Sociedad – Universidad, como lo relacionan los autores. Esto corresponde con otra de las categorías de análisis de la investigación que más adelante será abordada.

Por su parte López (2001) construye la siguiente definición de formación:

La noción de formación se ve comúnmente como un concepto de bajo orden que refiere generalmente a un conjunto de técnicas, métodos y operaciones de enseñanza y cuyo propósito es transmitir conocimientos, habilidades y destrezas de una disciplina o profesión. La definición de esta noción a un alto nivel de abstracción se refiere a un conjunto de reglas y principios y a un dispositivo que generan diferentes clases de práctica pedagógica y que producen diferentes desarrollos en los sujetos de sus competencias y desempeños (simples y complejas). (p. 82)

La noción del término referido se ve abordado desde diferentes parámetros y para unos fines propios del ámbito educacional con rutas a un desarrollo pleno del ser humano. Algo que el mismo autor reconoce que parece un sueño y una utopía en un país como Colombia, al intentar modificar algunos aspectos arraigados como fines únicos, puesto que, según López (2001)

“Desafortunadamente, ésta no es la realidad colombiana porque todo parece indicar que lo que ha ocurrido es justamente lo contrario. En materia curricular parece que nos inclinamos al siguiente principio “Hay que cambiar para que nada cambie” (p. 82).

De otro lado, es indispensable recoger las interpretaciones desde la Universidad Surcolombiana, puesto que es en esta casa de estudios donde se ejecuta la investigación. Por lo anterior, “El acuerdo 010 de 2016 (11 de marzo), proyecto educativo universitario (PEU)” del Consejo Superior Universitario, presenta los referentes a partir de los cuales comprender el objetivo misional de la educación superior.

En primera medida, en la misión institucional contempla:

La Universidad Surcolombiana orienta y lidera la formación integral, humana y crítica de profesionales e investigadores, fundamentada en conocimientos disciplinares, de las profesiones, interdisciplinares y multiculturales, mediante procesos académicos, sociales y políticos transformadores, comprometidos prioritariamente con la construcción de una nación democrática, deliberativa, participativa y en paz, sustentada en el desarrollo humano, social, sostenible y sustentable en la región Surcolombiana... (Consejo Superior de la Universidad Surcolombiana, 2016, p. 3)

De este modo se consolida la formación universitaria como una integralidad que, a la luz de los anteriores referentes teóricos, generan un sendero coherente para la consecución de los fines educativos, entendidos en su complejidad, y en la búsqueda de un desarrollo humano sustentable y equitativo.

En la visión institucional de la Usco se establece que “la Universidad Surcolombiana consolidará el liderazgo de los procesos de formación integral y crítica de profesionales y será vanguardia en la formación de investigadores, que promuevan los procesos de apropiación, producción y aplicación de los conocimientos...” (Consejo Superior de la Universidad Surcolombiana, 2016, p. 3).

Contemplando los referentes misionales de la Universidad para el tiempo de formación profesional de la población, en este acuerdo se estipulan sus ejes misionales: Formación, docencia, investigación y proyección social. A su vez se cuenta con unas políticas de formación, entre las cuales se señala que “Los lineamientos formativos tienen estrategias que permiten consolidar capacidades y habilidades de las más altas exigencias éticas, ciudadanas, científicas, tecnológicas, humanísticas, culturales, artísticas y sociales” (Consejo Superior de la Universidad Surcolombiana, 2016).

Formación Audiovisual

En cuanto a “Formación Audiovisual” se aborda a Fuentes Navarro (1985) quien presenta la primera mirada en la construcción del referente para la profundización en esta categoría de análisis. Es pertinente recordar que la formación impartida para los estudiantes del pregrado en Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, en el plan de estudios

aprobado en 2005 y que estuvo vigente hasta 2019, contempla en uno de sus énfasis la consolidación del área audiovisual y las nuevas tecnologías. Reconociendo que para un Comunicador Social y Periodista es indispensable el conocimiento de herramientas comunicacionales en distintos formatos adecuados a la actualidad del mundo globalizado, y una de las tendencias importantes es la que promueve la creación de contenidos audiovisuales, pues según Fuentes Navarro (1985):

Lo cultura contemporánea, entre otros muchos característicos específicos, ha provocado una expansión notable de las redes sociales de circulación de mensajes. Lo radio, el cine, la televisión, los medios impresos y el mismo ambiente urbano, conforman un sistema de difusión constante de mensajes comunicativos o los que difícilmente puede evitar el individuo estar expuesto continuamente. De ahí que todo un conjunto enorme de ideas, conceptos, formas y estructuras. (p. 83)

Observando la tendencia hacia la comunicación audiovisual, es perentorio otorgar una formación de este carácter que dé lugar a la formación de capacidades para creación de contenidos audiovisuales adecuados tanto en el plano técnico, artístico, como en el plano ético, al momento de intervenir en procesos de comunicación con la ciudadanía o en relación con públicos específicos.

Antes que especificaciones del contenido, el autor ofrece un primer significado con el cual abordar la investigación para el orden Audiovisual: “Entendemos por medios audiovisuales en general, aquellos sistemas tecno-lógicos de comunicación que emplean canales que afectan a los sentidos de la vista y/o el oído, y que a partir de la tecnología de transmisión diversa que emplean, codifican diferencialmente los mensajes” (Fuentes Navarro, 1985, p. 85).

Para el término en cuestión, los aportes de Tucho *et al.*(2015) presentan un acercamiento más ligado a la formación de comunicadores sociales y periodistas y su relación con los referentes audiovisuales y mediáticos.

Algunas posturas interesantes para la investigación, develan una complejidad adecuada al entender las tendencias en creaciones audiovisuales, tales como la reflexión que implica al crear y observar contenidos de estas disciplinas.

Dominar las capacidades para codificar y decodificar mensajes audiovisuales se ha ido convirtiendo en una alfabetización tan básica y fundamental como la lectoescritura tradicional. Pero la comunicación es un proceso reflexivo que implica interlocución. Por lo tanto, en las competencias comunicativas en el ámbito de la comunicación social debemos incluir no únicamente la capacidad de comprender la estructura y los contenidos de los medios sino también la de crear discurso. (Tucho et al., 2015, p. 691)

Es el discurso de fondo a lo que los autores llaman a tener en cuenta cuando fundamentamos un análisis sobre lo audiovisual, por lo tanto, aún más complejo es el mecanismo utilizado para la formación del mismo. La comprensión misma del audiovisual contempla

análisis que van más allá de lo tecnológico y se enmarcan en la alfabetización que viene en la célula del contenido.

Continuando con la línea que aporta el texto, otro aspecto es la intencionalidad con la que comunicamos situaciones o mensajes prioritarios mediante las nuevas tecnologías y cómo las Universidades se han adaptado a nuevos retos en la formación de comunicadores y periodistas que crearán las audiencias a mediano y largo plazo. Para lo anterior, el texto plantea que ha sido un reto como propuesta de la Unión Europea consolidar una formación integral en la educación superior, sin dejar de lado la perspectiva ética del ser humano.

La necesidad de articular una formación específica para futuros profesionales del Periodismo, la Comunicación Audiovisual y la Publicidad sigue discutiéndose en función de si se apuesta por un carácter netamente profesionalizador en sus contenidos o por un saber complejo y más enraizado a la noción de enseñanza humanística. (Tucho et al., 2015, p. 699)

Estos aspectos relacionan muy bien lo que se puede entender como formación audiovisual para la profesionalización de comunicadores sociales y periodistas.

De igual manera, Ferrés (2007) presenta una postura, inicialmente desde lo conceptual del Audiovisual hasta la relación con la emotividad y la racionalidad al crear los contenidos.

De esta manera para Ferrés (2007) ,el primer abordaje para lo audiovisual está dado por:

Hablamos de comunicación audiovisual para referirnos a todas aquellas producciones que se expresan mediante la imagen y/o el sonido en cualquier clase de soporte y de medio, desde los tradicionales (fotografía, cine, radio, televisión, vídeo) hasta los más recientes (videojuegos, multimedia, Internet...). (p. 102)

Otra perspectiva interesante en el autor es la aparición de dos posturas frente a la formación en lo audiovisual: en lo personal y en lo operativo. En lo personal, el autor hace referencia a:

Interacción entre emotividad y racionalidad: En otras palabras, para que una persona pueda ser considerada competente en comunicación audiovisual no se le ha de exigir que, como espectador, sustituya la emoción por la reflexión, sino que ha de ser capaz de convertir la emoción en reflexión y la reflexión en emoción. (Ferrés, 2007, p. 102)

El segundo aspecto (operativo) hace referencia a:

Interacción entre la lectura crítica y la expresión creativa: Una persona competente en comunicación audiovisual ha de ser capaz a un tiempo de interpretar adecuadamente mensajes audiovisuales y de expresarse con una mínima corrección en este ámbito comunicativo. En otras palabras, ha de ser capaz de realizar un análisis crítico de los productos audiovisuales que consume y, al mismo tiempo, de producir mensajes

audiovisuales sencillos que sean comprensibles y comunicativamente eficaces. (Ferrés, 2007, p. 102)

En síntesis, con base en los aportes teóricos de diversos autores, entre ellos Casanova (2003), Arana & Batista (1999), López (2017), Fuentes Navarro (1985), Adame (2009), Tucho et al. (2015), Ferrés & Piscitelli (2012) y las documentaciones oficiales como el Proyecto Educativo Universitario (PEU) de la Universidad Surcolombiana, en la presente investigación se asume la Formación Profesional Audiovisual como el proceso de la educación superior mediante el cual se prepara a la persona para los ambientes laborales u ocupacionales propios de la Comunicación Audiovisual.

Ahora, bien, es pertinente considerar que, para efectos de la investigación en curso, los ambientes laborales no solo se limitan a la realización de determinadas actividades prácticas, repetitivas y cotidianas; si no que es un proceso complejo de pensamiento crítico y de praxis creativa encaminado al mejoramiento de procesos estructurales desde el campo creativo y humano, a partir de los requerimientos comunicacionales de la sociedad regional.

La formación profesional contempla todos los parámetros que lleven a fortalecer la vida en comunidad e involucren conocimientos específicos que propendan por el buen vivir individual y social de los seres humanos.

La formación profesional es un escenario constante de cambios en las perspectivas que generen en el individuo un conocimiento necesario y actualizado en tecnologías, relaciones, creaciones, comportamiento ético - ciudadano apropiado para su presente y su futuro.

Con esto, la *comunicación audiovisual* se entiende, en primera medida, como toda creación comunicativa que involucre imágenes o códigos específicos propios de la sensibilidad visual y sonidos o códigos específicos propios de la sensibilidad auditiva.

Sin importar el canal por el cual sean transmitidos los contenidos propios de esta materia, la formación Audiovisual contempla el análisis de todo el conjunto de mecanismos, instancias y procedimientos que hacen posible los contenidos Audiovisuales. Asimismo, las formas y procesos por los cuales dichos mensajes son codificados y decodificados.

En segunda instancia la *Comunicación Audiovisual* es todo un proceso de análisis hacia el devenir de las buenas prácticas comunicativas, en el que no solo entran en juego los roles técnicos, sino aquellas relacionados con el diálogo entre sujetos sociales, el intercambio y la construcción de sentidos y de vínculos sociales, y la participación en la discusión de los asuntos comunes en la esfera pública, junto con las capacidades expresivas y creativas propias de los profesionales audiovisuales para realizar piezas comunicativas que se inserten en el diálogo público y fomenten la conversación ciudadana.

Asimismo, la Formación Audiovisual profesional contempla el dominio de conocimientos, capacidades, destrezas y actitudes relacionadas con el uso creativo y dialógico del lenguaje, la tecnología, los procesos de interacción entre sujetos sociales, los procesos de

producción, circulación y reconocimiento de mensajes y piezas comunicativas, las ideologías, valores y estéticas que los acompañan.

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

2.2.1.1 Educación en comunicación Audiovisual – Competencias mediáticas.

Es indispensable plasmar en el documento, algunos diálogos alrededor de terminologías utilizadas en los ambientes internacionales (España) que tienen mucha relación con las categorías aquí analizadas. Es el caso de la “Educación en comunicación Audiovisual” que en ciertos sentidos se determina bajo los análisis de las competencias mediáticas que circulan por las aulas de los centros de educación superior.

Para este abordaje teórico se recogen las apreciaciones reflexivas desde dos autores, uno Español y otro Argentino que debelan algunos diálogos actuales alrededor de los temas que verdeen los objetivos propuestos en esta investigación.

Con Ferrés & Piscitelli (2012) se enmarca las posturas globales a las que se enfrenta la educación comunicativa audiovisual.

Se presentan los cambios en los ambientes mediáticos y por su puesto Audiovisuales en las sociedades y a las cuales la academia debe adaptarse para no quedarse con conocimientos útiles en el pasado, pero que la actualidad va desechando. A si se consolida el panorama actual:

Desde el año 2005 hasta hoy han cambiado mucho las cosas en el ámbito de la comunicación mediática. Se ha producido una importante transformación del paisaje comunicativo, provocada por la aparición de nuevos dispositivos tecnológicos y de nuevas prácticas comunicativas. Estos cambios obligan a introducir modificaciones en la definición de la competencia mediática, ajustando la formulación de las dimensiones e incorporando nuevos indicadores. (Ferrés & Piscitelli, 2012, p. 76)

Las modificaciones de la que hablan los autores debes estar basadas en observaciones sistemáticas sobre el comportamiento en todos los escenarios educativos, uno de ellos es el análisis de las coyunturas ocupacionales de los egresados de las carreras profesionales.

Para el caso de las comunicaciones Audiovisuales, se reconocen algunos escenarios claves que clarifiquen los ámbitos de análisis, según Ferrés & Piscitelli (2012) algunas capacidades fundamentales en comunicación Audiovisual son:

Capacidad de interpretar y de valorar los diversos códigos de representación; Capacidad de analizar y de valorar los mensajes desde la perspectiva del significado y del sentido; Capacidad de comprender el flujo de historias y de informaciones procedentes de múltiples medios, soportes, plataformas y modos de expresión; y Capacidad de establecer relaciones entre textos –intertextualidad–, códigos y medios. (p. 79)

Como segundo abordaje están las apreciaciones de Mercé (2016), quien reconoce lo adecuado de centrarnos en análisis prioritarios de la formación en comunicación audiovisual.

Las claridades indispensables al abordar la temática vienen definidas con diferenciar la educación con y educación de los medios. Según lo define Mercé (2016) “No se trata, por tanto, de educar a través de los medios (educación con medios), utilizándolos como material de apoyo, sino de transformar la comunicación audiovisual en materia de estudio” (p. 30).

Con estas claridades nuevamente surgen las iniciativas de fondo al analizar dichas temáticas, surge el objetivo de fundamentar todos los casos con mecanismos claros de formación profesional, siendo la única manera de realizarlos al plasmarlos, socializarlos y acogerlos en los planes curriculares.

qué se enseña finalmente a los alumnos dependerá de cómo se incorpora la ECA (Educación en comunicación Audiovisual) al currículo: si se trata de una asignatura independiente o si se reparten sus contenidos a lo largo de diferentes asignaturas (así como cuáles son estas asignaturas que incorporan estos contenidos). (Mercé, 2016, p. 34)

Se reconoce entonces que, los planteamientos en dichas terminologías están ligados indudablemente a la línea investigativa de la comprensión en la correspondencia entre la formación Audiovisual profesional y las ocupaciones de los graduados.

2.2.2 Desempeño ocupacional

Es esta una de las categorías teóricas que fundamentan el orden adecuado para poder determinar las características de los actores de la investigación.

Para iniciar, es indispensable plantear las diferencias que existen con algunos términos que a menudo se suelen utilizar como sinónimos y que para efectos de la investigación deben sustentar una claridad oportuna. Son ellos la diferencia entre “desempeño profesional”, “desempeño laboral” y para efectos de la investigación “desempeño ocupacional”

El primero de ellos, desempeño profesional está sustentado en las actividades en un trabajo específico que se relaciona con la profesión a la cual pertenece y fue formado el individuo. Para comprenderlo desde Moreno (2003) expresa que:

Puede intuirse que la profesión es por lo general, un determinado tipo de actividad escolarmente aprendida, lo que no excluye la posibilidad de afirmar que también existen profesiones ejercidas a partir del conocimiento que adquiere el individuo, a través de tradiciones familiares, sin una instrucción formalmente escolarizada” y define como profesional “a aquel individuo que a partir de una instrucción formalmente formalizada o no ejerce una profesión, demostrando en su actividad cuatro cualidades que lo definen como tal: rapidez, exactitud, precisión y cuidado. (p. 6)

Se determina, entonces, que el desempeño profesional está ligado a la actividad que realiza el individuo (sea laboral, por pertenecer a una entidad o empresa o por animo propio) pero que tenga relación con su formación profesional, para el caso de la investigación una formación universitaria.

Para el segundo caso, desempeño laboral según la firma evaluadora Bizneo:

Cuando hablamos de desempeño laboral nos estamos refiriendo a la calidad del servicio o del trabajo que realiza el empleado dentro de la organización. Aquí entran en juego desde sus competencias profesionales hasta sus habilidades interpersonales, y que incide directamente en los resultados de la organización. En definitiva, se trata de cómo se comporta y cómo hace su trabajo un empleado y de cómo impacta eso en el negocio, tanto de manera positiva como negativa. (Bizneo, 2020)

Se determina, entonces, que el desempeño laboral está ligado a la actividad que realiza el individuo dentro de una organización o empresa, que puede tener o no, relación con su profesión.

Y para el caso de desempeño ocupacional:

Es el actuar ocupacional de las personas en ambientes específicos. Es el proceso durante el cual la persona se motiva, inicia y completa distintas ocupaciones; también es una trayectoria individual en la cual intervienen las capacidades personales, las exigencias ocupacionales y las demandas del medio ambiente. (Moreno, 2003, p. 6)

De esta manera, el desempeño ocupacional, puede involucrar un orden laboral y, o un orden profesional. con lo que en ésta última categoría pueden estar involucradas las dos anteriores.

Con lo anterior, para efectos de la investigación se toma el desempeño ocupacional como referente, puesto que el grupo de estudio presenta una variación heterogénea en sus ocupaciones actuales, que puede o no, responder a su formación profesional y a la vez, puede o no responder a un ambiente laboral con una entidad, empresa u organización.

Teniendo claridad en lo anterior, el primer referente teórico para la categoría es Rivera (2016), quien plantea abordajes en el objetivo de la formación profesional para un desempeño ocupacional claro que pueda potencializar al individuo posterior a su educación superior.

Es la oportunidad de observar tendencias en relación con la formación encaminada a fortalecer el devenir ocupacional del educando.

La FP (Formación Profesional), además de ser el motor de las políticas de formación, debe ser el eje en el que la población se asegure permanentemente su formación, cualificación, capacitación y, en una sociedad globalizada, internacionalización del conocimiento. Los centros de FP son nodos de transferencia tecnológica entre el mundo de la empresa y los centros educativos. La FP tiene que ser bidireccional, tratar de

optimizar los recursos existentes y procurar que la sociedad sea más competitiva y, a su vez, más inclusiva. (Rivera, 2016, p. 145)

Siguiendo la línea que plantea el autor, está determinando el acercamiento a buscar una adecuada hermandad entre lo que se formaliza en la educación superior y lo que el individuo realiza con lo que sabe una vez egresa al mundo laboral u ocupacional.

De otra parte, destaca los perfiles del educando en la actualidad, su tarea sobre la cual ha emprendido su formación y que no culmina con la graduación de su pregrado, pues debe ser una constante para el fortalecimiento de sus habilidades y destrezas. A si lo plantea Rivera (2016):

Entre las capacidades de creación de conocimiento, las más importantes son aquellas que les permiten a los alumnos de hoy en día continuar aprendiendo y actualizándose a lo largo de toda su vida laboral. En este sentido, destaca la capacidad para poder establecer objetivos propios, que las personas sean capaces de evaluar sus puntos débiles y fuertes, de establecer un plan de formación, de identificar los recursos de aprendizaje y de monitorizar su progreso y el de la sociedad en general. (p. 146)

Como segundo momento en el acercamiento a las concepciones teóricas sobre el aspecto de desempeño ocupacional con su relación en la formación profesional del individuo, en específico sobre los comunicadores sociales y periodistas, Gárate (2010) plantea un excelente discurso alrededor de las tendencias actuales para la profesión.

Se plasma aquí un análisis sobre las tendencias actuales en relación al profesional de la comunicación social y el periodismo y las dinámicas coyunturales en los ambientes ocupacionales, en primer momento, desde las ofertas de empleo a las que puede acceder el profesional.

En particular, en el caso de la comunicación hay una suerte de incertidumbre en la oferta educativa y en las estructuras de las instituciones y medios que emplean a comunicadores y periodistas. No es un misterio, el hecho muy particular de la aplicación de modelos de cambio, a través de consultorías y reprogramaciones en los medios de comunicación. Las políticas de cambio, parecen obedecer a una modalidad de ajustar el viejo oficio y viejas prácticas a nuevas, variadas y específicas habilidades para afrontar las mismas responsabilidades de antaño. (Gárate, 2010, p. 40)

Con esta incertidumbre las facultades que ofrecen su formación en el campo de la comunicación, como es el caso de la Universidad Surcolombiana, debe replantearse constantemente los retos educativos.

La relación del desempeño ocupacional del egresado en comunicación y periodismo debe propender por guardar una relación con sus posibilidades en el entorno, así lo deja ver el autor al mencionar que:

Así, también, se debe mencionar como nuevas posibilidades de ejercicio profesional para los comunicadores y periodistas aquellas áreas de la comunicación que son susceptibles de inserción profesional en investigación científica y planificación de la comunicación. Y

en áreas específicas como: la comunicación intrapersonal, interpersonal, de grupos pequeños, organizacional, pública retórica, de masas e intercultural. No se debería descartar la posibilidad del comunicador o periodista capaz de realizar o elaborar contenidos educativos y hasta el ejercicio de la docencia en su área. (Gárate, 2010, p. 56)

El autor continúa realizando un aporte importante en el abanico de posibilidades que abarca el referente ocupacional del formado en la comunicación y el periodismo en América Latina.

Siguiendo la línea hacia el reconocimiento de las posibilidades ocupacionales Mellado (2009) trae a colación datos y análisis sustanciales de este campo en América Latina.

El consolidado histórico traído por la autora, debela que las ofertas ocupacionales, en relación con el campo comunicativo no ha tenido buenas perspectivas:

En los 70s, se reconocía que el mercado ocupacional para los egresados de las escuelas de periodismo fue siempre insuficiente: primero porque el número de egresados fue siempre mucho mayor que el número de plazas disponibles; segundo, porque los medios de comunicación colectiva no estaban satisfechos con la formación de los periodistas. (Mellado, 2009, p. 13)

Desde la perspectiva histórica, la deuda desde el ambiente ocupacional del egresado no ha mostrado buenas opciones. Y para el caso de Latinoamérica las ocupaciones de los comunicadores y periodistas han estado ligadas a determinadas tareas o áreas en específico. Sin duda los medios han acaparado en algunos momentos la recepción de egresados, pero nos son los únicos abiertos laboralmente.

Uno de los últimos estudios realizados sobre el tema en la segunda región más grande de Chile, delineó la tipología estructural del mercado laboral del periodista, refiriéndose a cuatro áreas laborales por competencia existentes en el mercado y en la formación universitaria que se otorga a los nuevos periodistas y comunicadores sociales. A saber: producción de contenido institucional producción de contenido de prensa, docencia y producción independiente. Este estudio estableció que sólo el 35% de los periodistas de la zona trabajaba produciendo contenido de prensa en medios de comunicación. (Mellado, 2009, p. 15)

El panorama en Chile, desde las cuatro áreas específicas de las ocupaciones del profesional, generan un importante punto de relación con las posibles áreas que arroje la investigación en cuestión.

En síntesis y en concordancia con los análisis establecidos por Mellado (2009), Gárate (2010), Imbáchiz & Zarta (2018) y Rivera (2016), el *desempeño ocupacional* se entiende como los quehaceres propios del ser humano en su devenir diario para desarrollar sus capacidades en determinado oficio, proyecto, profesión o actividad de realización.

Es de aclarar que el *desempeño ocupacional* puede estar dado con relación a una profesión previamente establecida o no, dependiendo de la formación formal del individuo. De

igual manera, puede estar establecido o no por una relación laboral con alguna entidad, medio de comunicación, empresa u organización social.

El *desempeño ocupacional* es propio de cada individuo, en la delimitación de sus tiempos para realizar las actividades, que pueden o no derivar en una repercusión de un salario con el cual sustenta sus necesidades.

2.2.3 Currículo

El último, pero no menos importante referente teórico, viene dado por la concepción de currículo. Insumo importante para la correcta propuesta en formación profesional que puede ser otorgada a los futuros profesionales de la comunicación social y periodismo.

Como primer referente está el texto de Iafrancesco (2015), quien después de realizar un consolidado histórico por las concepciones de currículo a lo largo de la historia, propone una visión holística de la misma para poder planificar adecuadamente una formación.

Aquí, se estiman algunas características en la formulación del currículo se tiene que debe contener “Realismo y pertinencia, porque el currículo actúa sobre las condiciones que lo rodean y responde a las necesidades del entorno sociocultural, conjugando una reflexión teórica y una aplicación práctica” (Iafrancesco, 2015, p. 219).

Otra de las características de un currículo adecuado a las coyunturas del contexto esta dado por:

Gestión estratégica, porque el currículo responde a una misión y visión institucional, a unos principios, fines y objetivos contextualizados en el proyecto Educativo Institucional, en un marco doctrinal y en un modelo formativo, en torno a los cuales se plantea, se diseña, se programa, se ejecuta, se evalúa, se dinamiza y se rediseña. (Iafrancesco, 2015, p. 219)

Las características antes mencionadas consolidan un sustento para orientar la propuesta curricular con la cual se enmarca uno de los objetivos la investigación.

El autor, también presenta las definiciones sobre currículo desde 1954 hasta lo establecido por el ministerio de educación nacional de la república de Colombia en el artículo 76 del capítulo II de la Ley 115 de febrero 8 de 1994. Donde el Currículum es:

el conjunto de criterios, planes de estudio, programas, metodologías y procesos que contribuyen a la formación integral y a la construcción de la identidad cultural nacional, regional y local, incluyendo también los recursos humanos, académicos y físicos para poner en práctica las políticas y llevar a cabo el Proyecto Educativo Institucional. (Iafrancesco, 2015, p. 216)

Aquí, aterrizamos el concepto con el orden gubernamental y entendido por el autor para apreciar las dinámicas en que se mueve la estructuración de un componente indispensable en la educación actual.

Con el referente, se genera una guía para estructurar la gestión curricular, son indispensables los perfiles personales, académicos y laborales (junto con el enfoque) para estructurar un plan de estudios, Áreas y asignaturas. Esto, a la luz del proceso investigativo que se pretende realizar está fundamentado para abordar la pertinencia del mismo y buscar posibles alternativas de cambio con el ánimo de mejorar. Por otra parte, la previa revisión de un contexto.

Con esto, el segundo autor, López (2014) reconoce algunos aspectos en la formación superior de país, debelando la premura por conseguir una adecuada funcionalidad del currículo.

El pensar la educación en Colombia es el primer referente en el texto de López, quien en su análisis reconoce que:

Inicialmente hay que destacar que la educación en Colombia se caracteriza, entre otros aspectos, por la carencia de un proyecto humano formativo que explicita el tipo de hombre y mujer que se aspira formar; la sociedad que se pretende establecer; la identidad que convoca esfuerzos; los fines y metas por los cuales hay que trabajar. (López, 2014, p. 4)

De esta manera el abordaje para entender el currículo, plasmado en una sociedad sin un proyecto educativo adecuado en la formación de los ciudadanos, establece un viraje de peso para contemplar la elaboración de protocolos necesarios que den luz sobre el futuro pretendido en la educación del ser humano. Recogiendo un contexto de pluralidad para Colombia, cada contexto puede definir sus proyectos formativos para sus ciudadanos, pero sin dejar de lado los sueños e ideales como nación.

En ese sentido, el currículo está destinado a ser un proceso de tipo investigativo, entendiendo que no se agota en establecer parámetros claros de educación, si no reconocer las características de la sociedad para la cual se educa. Según López (2014):

este se asume como un proceso eminentemente investigativo, al cual se accede por aproximaciones sucesivas y resultado de un trabajo de elaboración permanente y colectiva donde la indagación sistemática, la pregunta, la duda, el interrogante y la incertidumbre se convierten en elementos dinamizadores de esa búsqueda. (p. 5)

Es entendible, entonces, que el proceso curricular esté dado por un devenir constante de investigación. A la luz de las dinámicas actuales en el mundo globalizado, donde el presente es amorfo frente a la rapidez de los cambios, es coherente entender el currículo no como fin, si no como proceso constante en el viaje educativo.

Continuando con el mismo Autor, se responde al devenir del currículo con los cambios en la sociedad actual.

Las dinámicas actuales, generan oportunidades de replanteamientos constantes para la educación. Puesto que no es oportuno quedarse con referentes ideales pensadas en coyunturas anteriores a los sueños educativos actuales.

La Globalización de los procesos socioculturales ha generado transformaciones en el orden del conocimiento que han dado origen a nuevos modelos de desarrollo curricular. La globalización es una acepción diferente frente a la interdisciplinariedad. Se podría afirmar que la interdisciplinariedad alude al conocimiento y la globalización hace referencia directa a la cultura y sus diferentes expresiones. (López, 2001, p. 81)

Es aquí donde se dimensionan otras características en el devenir de la educación, siendo el caso mostrado por el autor, desde el referente de interdisciplinariedad. Una tarea interesante para la investigación al reconocer cómo esta conversación entre disciplinas ha impactado la formación profesional para el futuro ocupacional del graduado.

De otro lado, el referente teórico relaciona las posturas sobre currículo con una doble vía en la que se mueve el proceso: las relaciones teoría – práctica y educación - sociedad. “El problema central de la Teoría del Currículo debe ser entendido como el doble problema de las relaciones entre la teoría y la práctica, por un lado, y el de las relaciones entre educación y sociedad, por el otro” (López, 2001, p. 55).

Finalmente, se reconocen las oportunidades que el contexto determina para la formación.

Se hace necesario avanzar en un proceso de detección de necesidades que permitan escrutar de una manera compartida el o los problema(s) que van a dar lugar a la formulación del propósito y el perfil de formación del programa académico. Esta fase supone un trabajo de indagación sistemática de la dimensión (macro) y la naturaleza de las relaciones con la dimensión (micro) del contexto. (López, 2014, p. 16)

Con todo, el abordaje teórico contextualiza muy bien los referentes indispensables desde los cuales se realiza la investigación. Se han reconocido aspectos desde los cuales abordar la recolección de información y con esto realizar el análisis respectivo que ilumine el devenir de una educación integral y contextualizada de la formación audiovisual.

En síntesis y a partir de las concepciones de Iafrancesco (2015) y López (2001; 2009) se reconoce el currículo como un conjunto complejo de determinaciones, desde las cuales se plasman las posturas idealizadas de los distintos mecanismos para llevar a feliz término las postulaciones misionales de determinado plan educativo.

En la complejidad que presenta la propia consolidación del currículo, deben estar sustentados, de manera clara y muy bien relacionada con el contexto, el conjunto de criterios, planes de estudios, postura pedagógica, programas, metodologías y procesos que contribuyen a la formación integral en determinado saber específico o conjunto de saberes.

Uno de los caminos para determinar una estructura curricular sólida y eficaz que responda a las necesidades de cada contexto, está dado por la apropiación que exige una organización del conocimiento a partir de problemáticas, interrogantes e incertidumbres que

surgen de la realidad contextual y que deben ser analizadas y trabajadas por la indagación sistemática de los educadores, de tal manera que los contenidos servirán como materia prima de las mismas. Este debe ser un trabajo que agrupe a todos los protagonistas de la comunidad educativa, generando alternativas de diálogo que fomente un devenir al buen vivir y al desarrollo equitativo con y para la naturaleza.

Es entonces un trabajo continuo de investigación, de análisis propio desde cada una de las disciplinas con relación al entorno cambiante y acelerado que ofrece el mundo actual, la región y la dinámica de cada una de las profesiones. Se debe propender por consolidar la *formación basada en problemas* como un dispositivo esencial que lleve a una indagación constante de todos los comités curriculares que involucren a todos los actores de la educación. De tal manera que se desarrolle un proceso cíclico y organizado de reflexión, análisis y discusión que involucre a todos los estamentos.

Con todo, el currículo contiene unas columnas vertebrales que deben ser sólidas desde la visión socio-política de la educación, del conocimiento y su intencionalidad. Es un elemento donde se explicita una posición frente al cambio, frente a las características del estudiante, de la escuela, del papel formador con base en un discurso coherente que tenga en cuenta las demandas del entorno social y ocupacional para intentar respuestas a las mismas.

3. CARACTERÍSTICAS OCUPACIONALES

Para describir los escenarios ocupacionales en los que se desempeñan los graduados del programa de Comunicación social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, sede Pitalito, en el lapso 2018 a 2020, y reconocer el primero objetivo abordado en la investigación, se establecieron cuatro técnicas de recolección de datos: Los grupos focales, entrevistas semiestructuradas, revisión sistemática de sitios web de escenarios ocupacionales y revisión documental sobre escenarios ocupacionales específicos.

Con entrevistas semiestructuradas y grupos focales realizados a los egresados del programa de Comunicación Social y Periodismo (CSP) de la USCO sede Pitalito, se establecieron los escenarios ocupacionales. De esta manera, se obtuvo que, de los 23 egresados que hicieron parte del estudio, nueve (9) no tenían vinculación laboral alguna y estaban distribuyendo hojas de vida y buscando opciones laborales. Otros nueve (9) egresados, realizan ocupaciones desligadas de su profesión que se apartan de las propias dadas por la carrera del pregrado. De otro lado, están dos (2) egresados que tienen ocupaciones laborales con relación a su formación, a los cuales se suman, tres (3) más, que realizan su propio emprendimiento relacionado con creación de contenidos Audiovisuales, tal y como se precisa en la Tabla 5.

Tabla 5

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

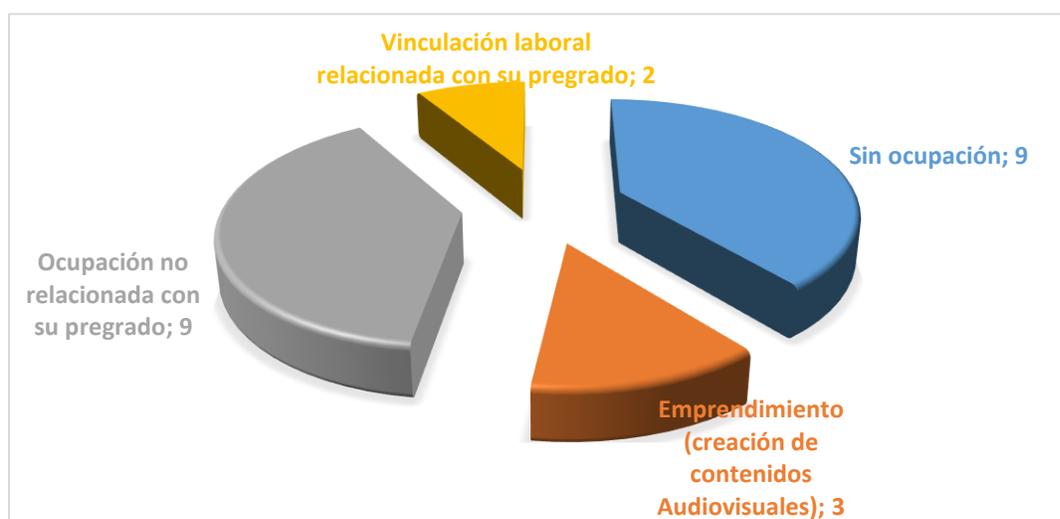
OCUPACIÓN	NÚMERO DE EGRESADOS	PORCENTAJE
Sin Ocupación	9	39,1 %
Ocupación no relacionada con su pregrado	9	39,1 %
Vinculación laboral relacionada con su pregrado	2	8,7 %
Emprendimiento (Creación de contenidos Audiovisuales)	3	13,1 %

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

Con relación a la Tabla 2, para contemplar el panorama general de las ocupaciones de los egresados se presenta la siguiente figura:

Ilustración 1

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



Nota: el número total de egresados del programa en el periodo que abarca la investigación es de veintitrés (23).

La ilustración 1 muestra la tendencia, en términos ocupacionales de los egresados. Siendo el número más alto 9, tanto para quienes no tienen ocupación y quienes, la tienen, pero en ejercicios NO relacionados con su formación pregradual. De igual manera, 2 egresados ejercen, para junio del 2021, su profesión en un trabajo relacionado y 3 con su Emprendimiento Audiovisual. Con esto, se tiene:

El 78,2% de los egresados no trabajan (desempleados) o realizan labores en algo desligado de su profesión y el 21,8% realizan una ocupación laboral, con la cual ejecutan los conocimientos adquiridos en la formación universitaria, datos a junio del 2021. Panorama que, en términos generales, muestra un alto porcentaje de jóvenes sin ocupación laboral.

Un estudio por parte de la Asociación Colombiana de Facultades y programas de Comunicación (AFACOM), en la que abordaron una muestra de 1338 egresados consultados, entre el año 2012 y 2017 con el 78,3 de las Universidades asociadas, puso en evidencia que “en relación con la situación laboral, el 54,8 % manifestó estar empleado, el 20,3 % trabajaba como independiente, el 10,3 %, como emprendedor, y el 12,7 % afirmaron estar desempleados”

(AFACOM, 2020, p. 22). Se tiene, que el porcentaje de quienes desempeñan su profesión en emprendimiento (10,3 % en el estudio AFACOM), es cercano al mostrado en el presente estudio (13,1 %), sin embargo, para el caso del porcentaje en términos de manifestar estar empleado, varía bastante, puesto que el número del estudio de AFACOM es de 54,8% y el de esta investigación arroja sólo un 8,7 %. La diferencia considerable puede explicarse por el objetivo mismo del estudio referido; este estudio analizó los trabajos en los que están o estuvieron los egresados de las universidades afiliadas, con una muestra referida por las universidades afiliadas. Las Universidades afiliadas, solventaron la información con egresados que reconocieron, en algún momento, estar laborando en relación a su profesión. La investigación de AFACOM abordó una muestra de egresados que llevan (siendo egresados) 2 o más años, con lo que ya se ha obtenido una experiencia laboral.

De otro lado, con cada uno de los parámetros establecidos en la Ilustración 1, como primer momento en el abordaje, los egresados que no presentan ocupación relacionada con la profesión (el 39,1% de los egresados estudiados) el común denominador en las percepciones está ligada con la falta de oportunidades en el territorio, con los bajos salarios ofrecidos y la falta de valoración de la profesión. La falta de valoración contempla la falta de conocimiento respecto al rol del comunicador social y periodista en la región, al profesional se le subvalora y se le compara con personas que se encuentran en los medios desde hace muchos años de manera empírica, bajo el escudo de la experiencia desacreditan una formación profesional de los recién egresados, así lo menciona la egresada L. Carrascal (comunicación personal, junio, 2021) y quien en su práctica profesional realizó contenidos radiales en Pitalito: “Uno tiene que relacionarse con personas que llevan mucho tiempo en la radio, en las emisoras, y en algunos momentos ellos creen que uno les va a quitar el puesto o algo así, entonces cualquier equivocación cometida la aprovechan para demeritar el trabajo realizado”.

Los egresados, una vez graduados, buscaron posibilidades laborales en medios de comunicación locales (Pitalito) que en su gran mayoría se encuentran cubiertos por realizadores empíricos, aun así, algunos lograron vincularse por un tiempo, pero sin reconocimiento salarial fijo o contratación alguna. Es el caso de C. Cardozo (comunicación personal, junio, 2021) quien puntualiza que “...Trabajé en el medio Huila Digital de Pitalito, pero el pago es lo que cada uno pueda conseguir por medio de los cupos publicitarios...” Dichos cupos publicitarios son una herramienta común entre los medios de comunicación para ofertar publicidad por determinados costos, sin ningún contrato laboral. Quien realiza la venta de la publicidad es acreedor a un porcentaje de comisión, el porcentaje restante es para el dueño del medio con lo cual genera su propia ganancia. Bajo estos parámetros los egresados están subordinados a la volatilidad del mercado, con lo cual no existe ninguna garantía de salario ni proceso contractual.

De igual manera, algunos egresados pudieron vincularse con algunas entidades por término fijo, como las egresadas Karina Andrea Caro, Ana Collazos, Ana Blandón, Ingrith Calderón, Sonia Imbachi, que llegaron a establecer un contrato por prestación de servicios que no cumplió con las expectativas salariales (De 1 a 2 salarios mensuales vigentes colombianos para el año 2020), puesto que del mismo salario se deben cubrir las prestaciones sociales como salud y pensión. Algo que para las egresadas logró solventar en algún momento su falta de

oportunidades laborales, pero que una vez terminado el tiempo de dicho contrato no se renovó, por lo que continúan en la búsqueda de nuevas posibilidades. En todos los casos, las egresadas reconocen que el escenario laboral no fue renovado debido a favores políticos que son, en el fondo, el mismo camino por el cual llegaron a dicho plano ocupacional. En el mismo sentido, una de las egresadas adquirió una opción laboral durante una campaña política. Circunstancia que genera expectativas importantes en términos laborales, pero que son factores que sólo se presentan por temporadas. En un análisis posterior se retomará este factor presente en las experiencias ocupacionales de egresados.

Una de las características que reconocen algunos egresados, son los requisitos para ingresar a una plaza laboral. Uno de ellos es la experiencia de dos años que en la mayoría de las oportunidades solicitaba el empleador. La egresada C. Cardozo (comunicación personal, junio, 2021) lo menciona cuando contempla que "... siempre piden experiencia laboral de 2 años y uno recién egresado no cuenta con esa experiencia". Esta característica es notoria por parte de los egresados en el momento de acceder a un empleo. Al inicio de la presente investigación se aprobó en el país la Ley 2043 del 27 de julio de 2020 que tiene como propósito "garantizar que la población que ha culminado recientemente sus estudios pueda ingresar de manera efectiva a ejercer su actividad laboral" (Ley 2043 de 2020, 2020, p. 1). Con lo cual podría empezar a mejorar el panorama laboral para los egresados, aunque si se observa el tiempo que en la carrera de Comunicación social y Periodismo establece para las prácticas profesionales y la que realizaron los egresados de la investigación, se observó que se realiza durante dos (2) periodos académicos.

Otro tipo de posibilidades laborales que experimentaron los egresados que en el momento de la investigación no se encuentran realizando ninguna actividad ocupacional relacionada con la profesión, tiene que ver con ventas en almacenes de ropa o de catálogo por encargo. Todas las mujeres en esta primera sección mostraron que habían realizado dichos trabajos, por parte de los hombres, sólo uno exploró esta opción laboral.

Con todo, este grupo de egresados continúa en la búsqueda de opciones ocupacionales o laborales. Reconociendo que el panorama es amplio y alejado de lo específico de una u otra disciplina, con lo que los egresados reconocen en su búsqueda opciones laborales que están abiertos a diversas posibilidades y no solamente aquellas que les ofrece su profesión.

Estos egresados, quieren sentir que pueden poner en práctica los conocimientos adquiridos en su pregrado. Incluso, entre sus planes, reconocen opciones de continuar su formación profesional posgradual. Tal es el caso de Ana Collazos, quien realizó una especialización en Gerencia de Talento Humano en la Universidad de la Amazonía, con la cual pretende abrirse escenarios laborales relacionados con su formación en la comunicación y las organizaciones. Por su parte, Sonia Imbachi, al momento de la investigación se postuló a una Maestría en Educación, después de explorar algunos acercamientos en la docencia (en ayudas a talleres de otros docentes en la Universidad) con lo cual reconoció en la educación un buen escenario laboral. Finalmente, Cindy Cardozo preparó su viaje al exterior (EEUU) donde espera aprender inglés y buscar opciones, una vez consolide el aprendizaje del idioma, en relación con su profesión.

En segunda instancia, los egresados que se encuentran realizando actividades laborales no relacionadas con su profesión, se caracterizan dichos escenarios. Representan el 39,1% de los abordados en la investigación.

Para el caso en mención, tres de las egresadas se encontraban laborando como asesoras comerciales; una con empresa bancaria y dos con empresas de telecomunicaciones. Reconocen que ninguno de los escenarios laborales tiene relación a los perfiles de la profesión en Comunicación. Han llegado allí por ser los escenarios más adecuados en remuneración económica encontrados hasta el momento, lo menciona M. Artunduaga (comunicación personal, junio, 2021), quien trabaja con entidades financieras en el centro y sur del departamento del Huila: “Como es tan difícil conseguir algún trabajo relacionado con la carrera, hasta el momento no he desempeñado mi profesión; por el momento soy asesora de entidades financieras que fue donde pude conseguir trabajo”.

En el caso anterior, el desempeño en el trabajo acarrea llamadas, visitas y apoyos en la búsqueda de clientes potenciales que pudieran adquirir créditos financieros. Por su parte, Martha Ordoñez y Anyi González, al momento de la investigación, trabajan en una empresa de Telecomunicaciones en Bogotá (DC) y Pitalito respectivamente, realizando actividades similares; búsquedas de clientes, pero para ofrecer servicios y paquetes de Internet, tv o telefonía. De otra parte, una de las egresadas labora en un almacén de un familiar vendiendo ropa en el Municipio de San Agustín y una más centra su ocupación con la ayuda en las ventas de la empresa familiar que fabrica ladrillos para la construcción.

Otro de los escenarios laborales en los que se desempeñó una de las egresadas el programa tiene que ver la vacunación actual, derivada de la pandemia del Covid-19, coyuntura que se analiza posteriormente bajo los parámetros de afectación en la búsqueda de trabajo de algunos egresados. Por el momento, abordaremos el único caso en mención. La egresada apoya en el proceso de registro y logística para la vacunación en una entidad de salud del municipio de Pitalito.

En otros casos, al finalizar la presente investigación, se encontró que una egresada labora como asistente de oficina con Abogados y dos egresados realizaban trabajos agropecuarios en fincas familiares.

En tercera instancia, los egresados que se encontraban laborando y ejerciendo su carrera de manera directa con su profesión, fueron dos personas:

El primero, Brayan Erazo, quien una vez egresó del pregrado consolidó su rol laboral luego de postularse como coordinador de comunicaciones en la fundación FundaCoofisam del municipio de Garzón (Huila) y fue aceptado para el cargo. Su desempeño tiene que ver con los escenarios organizacionales y creación de contenidos comunicativos que requiera la fundación. B. Erazo (comunicación personal, junio, 2021) comenta que “Mi trabajo está ligado completamente al rol de la comunicación en las organizaciones, donde se crean muchos contenidos en diferentes formatos para mostrar lo que realiza la fundación”. La creación de contenidos se relaciona con las redacciones escritas para boletines de prensa, hasta contenidos audiovisuales de registro o difusión de campañas e informes especiales. El registro auditivo,

fotográfico o en video hace parte de sus funciones laborales. Con relación a lo contractual, a junio del 2021, su contrato laboral es a término fijo con renovaciones anuales, algo que para el egresado está bien establecido y aunque no supera sus expectativas en lo que devenga (2 salarios mínimos legales colombianos), dice sentirse tranquilo y adquiriendo mucha experiencia en el campo laboral.

Y la egresada Lina Sánchez, hasta la finalización de la presente investigación, ejerce el periodismo en algunos medios de comunicación en Pitalito. TV Laboyana es el canal de Televisión por cable local, se desempeña con mayor tiempo en sus escenarios laborales, debido al bajo valor salarial que en esta empresa recibe (Menos de un salario Mínimo legal Colombiano, \$800.000 pesos y de tipo prestación de servicios), debe trabajar como periodista en dos medios radiales más en el mismo municipio. En estos últimos su salario depende de las ventas publicitarias (o cupos, antes mencionados). Los desempeños están ligados a la creación de contenidos Audiovisuales, presentación y cubrimiento de noticias para TV, creación de guiones y textos noticiosos para radio.

De esta manera, se visualizan las competencias en términos Audiovisuales ejercidas por los egresados en sus respectivos roles laborales. En su formulación los egresados reconocen que el trabajo, en la creación de contenidos, resulta ser un abanico de muchas posibilidades, logran utilizar las herramientas aprendidas del pregrado, en su creatividad convergen varios medios para dar a conocer los contenidos. Esta multiplicidad de formatos y posibilidades la relaciona Fuentes (1985): “ Es decir, el término medios audiovisuales designa una categoría dentro de la cual se consideran diferencias sistemáticas en cuanto a las características comunicacionales de los diversos medios incluidos en ella (p. 32)”. Las diferentes semánticas, el orden laboral, según lo observado con la egresada Lina Sánchez está determinado por muchos formatos e inmediatez en los cubrimientos o archivos audiovisuales que construye para el canal de TV en el que labora.

Reconocen, de igual forma, las características adaptativas a las que sus desempeños laborales los han llevado en su quehacer laboral. De esta manera lo plantea L. Sánchez (comunicación personal, junio, 2021) cuando menciona que “...Los contenidos que todos los días realizamos, por la rapidez que se dan, hace que tengamos que ser muy activos, muy creativos para que lo que se está creando sea bien visto y se comunique de la mejor manera...para que seamos vistos...” son características que se consolidan en la práctica profesional al evolucionar en la creación de contenidos.

Finalmente, los egresados que realizan sus proyectos de emprendimiento, representan tres (3) sueños en formación. Dos de ellos ligados al diseño, fotografía, multimedia y creaciones Audiovisuales y otro a un medio digital.

Con cada uno de los proyectos de emprendimiento, en el momento de la investigación:

Gloria Cuarán creó una agencia de publicidad en formación en la Ciudad de Bogotá, allí diseña y elabora fotografías y creaciones audiovisuales para empresas, grupos, entidades o quien requiera de los servicios. G. Cuarán (comunicación personal, junio, 2021) argumenta que “por lo difícil que es conseguir un trabajo en nuestra profesión hemos decidido, con mi pareja, crear una

agencia publicitaria que hasta el momento está en formación y consolidándose, donde nuestros fuertes son las creaciones fotográficas y audiovisuales”.

Por su parte, la profesional Mónica Valderrama inició su emprendimiento en creación de contenidos audiovisuales y marketing en Pitalito. Al igual que la egresada anterior, diseña, produce y crea contenidos fotográficos y audiovisuales. La particularidad de este emprendimiento es que se quiere consolidar como una especialidad en marketing digital, algo que, para conseguir, M. Valderrama (comunicación personal, junio, 2021) espera continuar su formación en este aspecto: “Sueño con seguir mi emprendimiento y seguir estudiando marketing digital, algo que en la actualidad se está manejando demasiado, debemos saber sobre ese aspecto”.

El último sueño en formación es el de José Peña, quien creó el medio de comunicación “Huila Saladoblanco”, un medio digital que espera consolidar como plataforma de actualidad periodística y de investigación. J. Peña (comunicación personal, junio, 2021) señala: “Aunque ha sido difícil, estoy en la lucha por consolidar el medio digital donde pueda realizar periodismo investigativo independiente, allí se quiere mostrar la realidad política, económica y cultural de la zona sur”. En la plataforma virtual (como perfil de Facebook) el medio cuenta con un número cercano a las 5000 amistades, quienes pueden observar, compartir, comentar o retroalimentar contenidos de actualidad. Hasta el momento los contenidos son en su mayoría fotografías, transmisiones en vivo e invitaciones a eventos culturales y sociales en el municipio de Saladoblanco (Sur occidente del Huila).

La faceta del egresado como un emprendedor, que confluye en búsqueda de oportunidades buscadas por ellos mismos, revelaron una loable labor en el difícil camino del desarrollo regional. Para este caso, muestra las fortalezas en valores para afrontar proyectos difíciles, arduos, desgastantes, pero no imposibles. Una ruta ardua que al ser lograda será muy alentadora y llena de experiencias significativas que dignifican el papel profesional. Gárate (2010) se refiere a esta faceta del comunicador o periodista en los siguientes términos:

Todos parecen coincidir en que se trata de un o una profesional con valores: capaz de sortear los riesgos, identificar los intereses, superar los naturales miedos y, solvente al momento de emplear y asimilarse a los nuevos formatos de la comunicación y géneros del periodismo. Así, también tiene la capacidad de utilizar las nuevas herramientas y tecnologías de la comunicación y de la información. (p. 40)

Uno de los riesgos sorteados por el grupo de egresados que fortalecen sus proyectos de emprendimiento, es el de no contar con conocimientos de herramientas técnicas actualizadas y a la par de las demandas mundiales. De este modo, la autogestión del conocimiento ha permitido consolidar escenarios laborales acordes a sus expectativas como profesionales. La utilidad de las nuevas herramientas y tecnologías de comunicación se ven reflejadas en los emprendimientos de los egresados.

Por parte de los ejercicios de emprendimiento, hasta el momento los creadores no cuentan con un monto fijo o estable de ingresos, por lo que están inmersos en las oportunidades que puedan generar en las ventas publicitarias o creaciones por encargo de contenidos.

Con todo, el desarrollo ocupacional de los graduados del programa de Comunicación social y Periodismo mostró un alto porcentaje (72,2%) que, hasta el momento de la investigación, no presenta actividad alguna relacionada con la formación en Comunicación. Sólo el 21,8% se encuentran activos ocupacionalmente en relación a su profesión, con dos egresados que laboran propiamente en su perfil profesional y tres más en la creación de emprendimientos en contenidos fotográficos y audiovisuales. De esta manera, el panorama es poco alentador para las generaciones posteriores, quienes, al graduarse, entrarán en la competencia inmediata ante escenarios laborales en Pitalito y el sur del Huila. Las características formativas deben virar en la consolidación de estrategias pertinentes hacia la consolidación de nuevas oportunidades ocupacionales en relación a su formación para los profesionales. La academia debe iniciar un proceso de autoevaluación para ofrecer más alternativas en el perfil profesional del egresado. Una de ellas está en potencializar iniciativas de emprendimiento forjadas en los seminarios del pregrado, aportándole al egresado una visión más amplia para su proyección como profesional.

De otro lado, es urgente la reivindicación del papel del comunicador en la región sur del departamento. Aunque es un proceso a largo plazo, es necesario plantear escenarios de diálogo entre empleadores de la región para orientar políticas encaminadas a reconocer el valor del profesional. El papel político de la comunicación debe estar reconocido en la formación del profesional, se deben abrir iniciativas de acercamiento a los actores políticos y comerciales que generen propuestas de cambios a mediano y largo plazo en la valoración del profesional de la comunicación.

4. DEMANDAS COMUNICACIONALES

Para caracterizar las demandas comunicacionales de las comunidades, los medios y las organizaciones de Pitalito y el sur del Huila en el lapso 2018 a 2020 y abordar el segundo objetivo específico de la investigación, se establecieron cuatro técnicas de recolección de información: la encuesta virtual, entrevista semiestructurada, revisión sistemática de sitios Web y revisión documental de las organizaciones.

Con relación a lo establecido en términos de las demandas comunicacionales en Pitalito y el sur del Huila, la caracterización se abordó con 3 ejes fundamentales: medios de comunicación, organizaciones y comunidades. Para lo anterior se trabajaron, además de Pitalito, los 7 municipios que comprenden el sur del Departamento: San Agustín, Isnos, Palestina, Timaná, Oporapa, Saladoblanco y Acevedo. Los municipios hacen parte del campo de acción de la sede de la Universidad Surcolombiana con la cual se realizó la investigación.

Como primer caso, los medios de comunicación en Pitalito son del orden Radial, Televisivo y en Plataformas digitales. En Pitalito operan 6 estaciones radiales (4 FM, 1 en AM y 1 online); 2 canales de TV locales y 7 plataformas informativas digitales. En los 7 municipios aledaños al valle de Labollos (como también se le conoce a Pitalito) operan 8 emisoras en frecuencia modulada, 6 canales de TV locales y de igual manera, en cada uno de los municipios se cuenta con plataformas virtuales informativas.

Tabla 6

Medios de comunicación radiales de Pitalito y el sur del Huila

NOMBRE, FRECUENCIA Y (TIPO)	MUNICIPIO
La Poderosa del Huila 102.3 fm (Comercial)	Pitalito
Tropicana st 101.8 fm (Comercial)	Pitalito
La Preferida 98.8 fm (Comunitaria)	Pitalito
HJDobleK 1280 am (Comercial)	Pitalito
Huila Stereo 97.3 (Comercial)	Pitalito – San Agustín (Enlace desde Neiva)
Radio Preferencial estereo HD (Online)	Pitalito
Uno A estéreo 88.8 fm (Comunitaria)	San Agustín
Cristal estéreo 95.8 fm (Comunitaria)	Isnos
La 107 digital 107.8 fm (Comunitaria)	Palestina
Miel st 100.8 fm (Comunitaria)	Timaná
La Fiera st 92.3 fm (Comercial)	Timaná
La Bakanísima 105.5 fm (Comunitaria)	Saladoblanco
La Exitosa 90.8 fm (Interés público)	Acevedo
La Máxima 98.8 fm (Comunitaria)	Oporapa

Nota: Elaboración propia.

Tabla 7*Medios de comunicación televisivos en Pitalito y el Sur del Huila*

NOMBRE	MUNICIPIO
TV Laboyana	Pitalito
Alfa Sur	Pitalito
TV Macizo	San Agustín
TV Isnos	Isnos
AT Gaitana	Timaná
Saladovisión	Saladoblanco
Canal 8	Acevedo
Oporapa en línea TV	Oporapa

Nota: Elaboración propia.

Tabla 8*Medios de comunicación digitales en Pitalito y el sur del Huila*

NOMBRE	MUNICIPIO
Pitalito noticias	Pitalito
Laboyanos.com	Pitalito
NotiHuila Online	Pitalito
Huila Digital	Pitalito
Diario Noticias Pitalito	Pitalito
TV noticias Pitalito Col	Pitalito
FilmHus Producciones	Pitalito
Noticias San Agustín	San Agustín
Isnos Noticias	Isnos
Palestina Noticias	Palestina
Timaná noticias	Timaná
Acevedo Noticias	Acevedo
Huila Saladoblanco	Saladoblanco
Oporapa Noticias	Oporapa
Oporapa Viva	Oporapa
Sur Noticias	Oporapa
Oporapa en Línea	Oporapa

Nota: Aunque existen otras páginas, grupos o perfiles (Facebook), para la investigación se tomaron los medios que se han establecido y que con frecuencia diaria realizan publicaciones, las otras son creaciones de páginas que se crearon y se comparten archivos de manera no periódica o no crean sus propios contenidos.

Con una visión holística de los medios de comunicación en Pitalito y el sur del Huila, se observa que existe un buen número de medios de comunicación consolidados; sobre los cuales se abordan las temáticas y se comunica diariamente en el sur del departamento. Son en total 14 medios radiales, 8 televisivos y 17 digitales.

En el orden radial, las emisoras en Pitalito están lideradas en su totalidad por personas que no vienen propiamente de la formación en comunicación social o periodismo. Son personas que observaron en un medio de comunicación una opción de negocio bajo el cual establecer un modo de vida, vienen de la formación en Economía y administración (2), (1) y Periodismo (2), el restante son empresarios o comerciantes. Las agendas radiales están enmarcadas en una programación musical, con espacios noticiosos mañaneros de máximo 2 horas al aire. Los espacios musicales son realizados por personal empírico que ha realizado el paso por varias de las estaciones radiales del municipio o de los 7 municipios mencionados.

En las 4 emisoras de orden comercial de Pitalito la musicalización acompaña toda la programación matutina, las personas que laboran allí, generan sus propios recursos económicos con la venta de pauta publicitaria, con lo que, pagan su propio salario y reconocen un porcentaje a los directores o gerentes de los medios. Las únicas personas con contratación fija son la parte gerencial y la dirección de la emisora. El panorama, no es distinto para las emisoras del orden Comunitario, quienes reconocen que, aunque en el papel las emisoras comunitarias cuentan con otro tipo de vinculación ante el ministerio, la única salida en términos económicos es la venta de publicidad, es con lo que se financia la producción radial de esos medios. La Única emisora de interés público (La Exitosa del municipio de Acevedo) hace parte de la comunidad indígena Amayaco de los Andaquíes de ese municipio. Este colectivo de la comunidad indígena desde el año 2020 tiene al aire este medio de comunicación que se ha solventado desde un trabajo comunitario de aportes de su comunidad, pero, que en la actualidad está realizando la consolidación de aportes comerciales con la venta de pautas publicitarias para solventar los pagos a personal, gastos logísticos y tecnológicos del medio.

La radio en Pitalito y el sur del Huila está ligada completamente al orden comercial y musical con espacios noticiosos cortos durante el día (espacios entre 30 minutos y 2 horas), programación musical, magazín, avisos comunitarios y entretenimiento.

La única estación de radio digital en Pitalito es Radio Preferencial estéreo HD, con una plataforma virtual (página web) en la cual se transmiten contenidos musicales alternativos como música colombiana y tradicional. Aquí se exploran otro tipo de composiciones comunicativas, aunque la mayor parte del tiempo son contenidos musicales, se consolidan escenarios Audiovisuales como transmisiones vía Streaming desde distintos lugares culturales y/o artísticos de Pitalito, con lo cual el contenido radial se mezcla con las imágenes de los lugares desde donde se realizan las transmisiones. De igual manera los contenidos quedan posteados en la plataforma digital para visualizaciones posteriores.

Este último escenario de trasmisiones en vivo, está empezando a ser realizado por todos los medios radiales de Pitalito y el sur del Huila; quienes transmiten en distintos momentos del día contenidos en vivo desde las cabinas de radio. De otro lado, todas las emisoras cuentan con

páginas o perfiles de Facebook, en los que es frecuente encontrar las transmisiones realizadas anteriormente en vivo o fotografías alusivas a la programación musical o matutina del día.

En las emisoras La preferida, La Poderosa y Tropicana st de Pitalito han realizado prácticas profesionales algunos estudiantes del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Usco sede Pitalito, con esto, más adelante se abordarán las reacciones y análisis de formación con respecto al quehacer laboral de los graduados.

Por otro lado, los medios de comunicación televisivos en Pitalito están representados en 2 canales de transmisión local. Estos canales hacen parte de la oferta de canales de los cableoperadores locales que llevan el mismo nombre. El primero de los casos, TV Laboyana, labora una de las egresadas de las que trata esta investigación.

La programación de los medios televisivos de Pitalito está compuesta por Magazín mañaneros, programación de video musicales, películas, espacios noticiosos y cubrimiento de eventos. En la creación de contenidos participan personas empíricas que han realizado contenidos desde algunos años. Para el caso en mención la egresada Lina Sánchez es la encargada de la realización de los contenidos noticiosos y la presentación de algunas franjas en el Magazín mañanero.

Los medios de TV en Pitalito cuentan con plataformas virtuales donde también se postean y comparten los contenidos emitidos en vivo. Las herramientas tecnológicas con las que cuentan los canales de TV locales son pocos, pero recogen buenas especificaciones técnicas para la calidad de la imagen.

Para los canales locales en los municipios (ver tabla 7), hacen parte, al igual que los de Pitalito, de los canales ofrecidos por el cableoperador del municipio. Los contenidos realizados son muy mínimos e incluso inexistentes. Las programaciones están ligadas a la transmisión de videos musicales, películas comerciales y en la trasmisión muy particular de algún evento importante en su municipio. En algunas oportunidades la trasmisión de la misa dominical. No cuentan con personal propio para liderar la programación del canal, quienes la realizan es el personal técnico encargado de la revisión de la señal en las residencias de quienes compran el servicio de tv por cable.

En el panorama de los medios digitales, es pertinente recordar que por la facilidad con la que se puede acceder o crear una página web, perfil, grupo o página de Facebook, el abanico de posibilidades en la búsqueda de medios digitales en Pitalito y los municipios aledaños se dio bajo los parámetros de: La concepción propia de la organización (que sea un medio construido y consolidado), creación de contenidos propios, periodicidad de publicaciones y cantidad de público objetivo. De esta manera son 7 los medios digitales de Pitalito y 10 los de los municipios (ver tabla 8).

Los medios digitales en Pitalito que están ligados por completo a la creación de contenidos noticiosos son Pitalito Noticias, Laboyanos.com, NotiHuila Online, Huila Digital y Diario Noticias Pitalito; en estos medios se crean contenidos fotográficos y textuales de los hechos ocurridos durante el día en el municipio. Con frecuencia los contenidos vienen

acompañados de videoclips cortos que muestran de forma rudimentaria (grabaciones realizadas por personas de los barrios) las grabaciones de hurtos, accidentes, pleitos o acciones que han perturbado la normalidad de vida cotidiana. La inmediatez juega un papel importante en estos medios. De otro lado, también se generan contenidos visuales publicitarios de empresas, campañas o eventos para la región sur. Los contenidos de grabaciones en vivo, aunque pocas, empiezan a tener una relevancia a la hora de cubrir un evento relevante para los laboyanos.

En “TV noticias Pitalito Col” y “FilmHus Producciones”, los contenidos Audiovisuales juegan un papel importante. Para el caso en concreto de “FilmHus” se presenta como una productora que realiza contenidos multimedia. Es una página de Facebook que realiza un programa matutino denominado “En las Mañanas” con una duración promedio de 1 hora y 30 minutos, aquí abordan temáticas actuales de Pitalito con invitados, muestran videos musicales, rutinas de ejercicios y conversatorios sobre temas específicos. Los programas quedan posteados en la plataforma y durante el día comparten el contenido.

Por parte de las plataformas digitales desde los 7 municipios; las creaciones no superan más que unas cuantas fotografías sobre hechos ocurridos durante el día acompañado máximo de un párrafo de no más de 40 palabras que cuentan lo ocurrido. De igual manera, videos grabados por la ciudadanía de accidentes o hechos de impacto que se generan en barrios o veredas del municipio. Se comparten publicaciones de otros medios o se publican preguntas alrededor de temas polémicos en los que seguidores dejan sus comentarios.

En el caso particular del municipio de Saladoblanco con el medio “Hula Saladoblanco” y Oporapa con los medios “Oporapa Noticias” y “Oporapa Vida” es liderada, en el primer caso por un egresado del programa de Comunicación Social y Periodismo de la sede Pitalito (José Peña) y los medios de Oporapa por dos estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la Usco sede Pitalito. Se deja ver un aporte importante en el liderazgo en la creación de contenidos por parte de los formados en la academia y tratados por esta investigación, más adelante se profundizará sobre esta particularidad.

En la misma línea, cabe mencionar que el municipio de Oporapa cuenta con 4 medios digitales (ver tabla 8), de los cuales 2 se han abordado en el párrafo anterior y los otros dos, “Sur noticias” y “Oporapa en Línea”, aunque no son directamente páginas de Facebook o páginas web en concreto, se muestran como una comunidad digital que quiere estar informada, con lo cual se han creado estos dos grupos en la plataforma WhatsApp y allí confluyen muchas personas que comparten sus fotografías, hechos e información importante de la comunidad. Una alternativa de comunicación que se encuentra presente sólo en el municipio de Oporapa.

De otra parte, en los ejes de organizaciones y comunidades sobre los cuales pueden establecerse demandas comunicacionales se tiene que Pitalito cuenta con 12 organizaciones establecidas que han demandado algún tipo de profesional en Comunicación; 5 del orden gubernamental y 7 del orden cooperativo.

Tabla 9*Demandas comunicativas en Organizaciones de Pitalito*

SECTOR GUBERNAMENTAL	SECTOR COOPERATIVO
ESE Manuel Castro Tovar (Pitalito)	Coonfie (Cooperativa Nacional Educativa De Ahorro Y Crédito)
ESE Hospital Departamental San Antonio de Pitalito	Utrahuilca (Cooperativa Latinoamericana de Ahorro y Crédito)
Alcaldía de Pitalito	Credifuturo (Cooperativa de ahorro y crédito del futuro)
Intra Pitalito (Instituto de Tránsito y Transporte de Pitalito)	Cadefihuila (Cooperativa departamental de caficultores del Huila)
Cámara de Comercio Pitalito	Coofisam (Cooperativa de Ahorro y Crédito San Miguel)
	Contactar Microfinanciera
	Coolac (Cooperativa Laboyana de Ahorro y Crédito)

Nota: En la tabla se muestran las entidades que han tenido o tienen dentro de su personal alguien profesional en el orden de las comunicaciones.

En el panorama de las organizaciones, en Pitalito se han establecido sectores importantes que han visto en la comunicación un área importante desde el cual gestionar los procesos misionales. Es el caso de la “ESE Manuel Castro Tovar de Pitalito”, la “Alcaldía del municipio”, el “Intra” y la “Cámara de Comercio” cuentan con una oficina de comunicaciones encargada de realizar procesos de creación de contenidos como boletines, noticias, Audiovisuales, procesos logísticos para ruedas de prensa, eventos y potencializar campañas relevantes para la comunidad del sur del departamento. Para el caso del Hospital Departamental de Pitalito, aunque cuenta con esta oficina, se observa un panorama de pausa en los procesos comunicativos (aunque es el centro de salud más grande de la región), hasta el momento no ha logrado consolidar una noción clara de su proceso comunicacional; con lo cual se puede establecer una potencialidad, en aspectos a mejorar, para que un egresado pueda darle la visión necesaria y adecuada al orden comunicacional.

En el mismo sentido, el sector cooperativo ha reconocido en los comunicadores sociales y periodistas un aliado estratégico para sus aspiraciones. Para el caso en concreto de Coofisam (aunque no específicamente en Pitalito) pero sí en Garzón, cuenta con los servicios de un profesional egresado del programa, quien en páginas anteriores se mencionó, Brayan Erazo. De esta manera, los sectores cooperativos establecen una buena posibilidad laboral para los graduados en comunicación. El reto está en reconocer el escenario en cada una de las sedes de dichas cooperativas, puesto que en el caso de Utrahuilca la oficina de comunicaciones se direcciona desde Neiva directamente y en Pitalito sólo cuenta con un apoyo.

De esta manera se observa que, el global de oportunidades laborales en medios y organizaciones revela un panorama amplio, pero corto en los espacios laborales que han trascendido en la transmisión de información, creación de contenidos con prevalencia en la inmediatez y continúan siendo un espacio de predominio técnico y empírico. Postura que con Gárate (2010) reconoce:

Los medios tradicionales de comunicación: prensa, radio, televisión dejaron de ser los únicos escenarios laborales para los nuevos comunicadores sociales y periodistas. Como tampoco lo son ya o dejaron de serlo, de manera preponderante, los espacios de trabajo en las oficinas de relaciones públicas, de publicidad y marketing. Las razones son obvias y no requieren mayor explicación: los medios son pocos y tienen completas su planta de trabajadores; al igual que las oficinas de relaciones públicas y comunicación institucional. De las otras opciones laborales para los comunicadores sociales y periodistas se habla muy poco, y esto ocurre por desconocimiento y por un defecto de configuración de las funciones y roles que se exigirían para un desempeño laboral en lo comunicacional. (p. 56)

Finalmente, en el balance de la caracterización de las demandas comunicacionales, en términos de comunidades, hasta el momento no se han establecido mecanismos, aproximaciones o vínculos con profesionales de la comunicación en el entorno inmediato de Pitalito.

Con todo, Pitalito y el sur del Huila, cuenta con un número importante de medios de comunicación. Con un total de 14 medios radiales, 8 televisivos y 17 digitales, más 5 del orden gubernamental y 7 del orden cooperativo; los escenarios comunicativos presentan en su mayoría una tendencia a consolidar estos espacios con personal empírico. De igual manera, predomina la vinculación laboral por venta directa de publicidad. Lo anterior, es pertinente abordarlo en la formación profesional. Reconocer estas temáticas, formarán a un comunicador social y periodista, capaz de crear estrategias a mediano y largo plazo que hagan virar las nociones de hacer comunicación el sur del Huila.

De otra parte, Las posibilidades con las herramientas tecnológicas (medios online) en las que se combinan muchas técnicas y formatos comunicativos es un escenario propicio para potencializar en la formación Audiovisual. Todos los medios de comunicación de Pitalito, cuentan con perfiles o plataformas digitales, pero los contenidos no se realizan de forma pertinente y adecuada para las redes, en su totalidad son copias de las emitidas en los medios radiales o televisivos. De igual manera, en los municipios del sur del Huila los medios digitales están por inventarse, por crearse y potencializarse, esto no significa que no puedan ser solventados en su parte económica. Es un trabajo que debe ser abordado en la academia para saber de contenidos digitales tanto en contenido como en gestión administrativa.

En los contenidos en los medios de comunicación en el sur del Huila, predomina las programaciones musicales y de entretenimiento. Los contenidos no son novedosos y repetitivos. Es pertinente, la consolidación nuevos virajes a estas programaciones, para eso, el profesional de la comunicación debe ingresar a replantear estas dinámicas. En el mismo sentido todo lo referente al orden publicitarios.

El escenario laboral en las entidades cooperativas está siendo solventado con profesionales de la comunicación que se dedican a crear contenidos. Es necesario reorientar estas dinámicas con profesionales instruidos que reconozcan las oportunidades empresariales, también, como un escenario para análisis de la comunicación interna y externa para aportar una comunicación asertiva, no sólo con la creación de contenidos. De igual manera, la creación de contenidos debe ser solventados por el profesional con herramientas, formatos actuales, novedosos y en búsqueda de una buena comunicación.

5. CARACTERÍSTICAS DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL AUDIOVISUAL

Para establecer las características de la formación en competencias audiovisuales de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) en el periodo 2018 a 2020 y responder al objetivo específico tres de la investigación, se utilizaron cuatro técnicas de recolección de datos: Revisión documental, Grupos Focales, Entrevista semiestructurada, Observación de productos comunicativos.

El programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, sede Pitalito, está adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. En concordancia con la introducción de este documento, cuando se establece el nacimiento del programa en el municipio de Pitalito bajo los parámetros de las políticas de Regionalización de las Instituciones de educación superior; el programa se ofrece en este municipio desde el año 2014 (con periodicidad anual) con las mismas condiciones teleológicas y curriculares de la sede Neiva.

La formación del profesional en Comunicación Social y Periodismo, se establece con base en un modelo curricular en el que:

...se destacó el propósito de obtener un funcionamiento de las diversas áreas del plan de estudios como colectivos de docentes articulados en torno a propósitos comunes de formación y a proyectos transversales. Las áreas establecidas fueron: En el ciclo básico: Área de competencias comunicativas y Área de contexto y comunicación. En los ciclos de profesional y de finalización: Área de comunicación ciudadana y comunitaria; Área de comunicación Audiovisual y Nuevas tecnologías; Área de Periodismo; Área de Comunicación, Sociedad y Organizaciones; Área de investigación; Área de prácticas y Proyectos. (Programa de Comunicación Social y Periodismo, 2006, p. 15)

De esta manera, el programa estableció el plan de estudios con el cual los egresados participantes en la investigación realizaron su formación. Los detalles en sus cursos, talleres y seminarios (bajo el modelo de créditos académicos) se muestran a continuación, en el plan de estudios por énfasis que se estableció en el proceso formativo de los Comunicadores Sociales y Periodistas en la sede Pitalito en el año 2014 (año de apertura) y hasta el año 2020 (año en que se empieza a llevar a la práctica una importante reforma curricular). Para efectos de la presente investigación todos los egresados realizaron su formación profesional con el plan de estudios por énfasis.

Tabla 10

Asignaturas audiovisuales del Plan de Estudios del programa de Comunicación Social y Periodismo (Ciclo Básico)

Ciclo 1. básico (Introducción)		
	Semestre I	Semestre II
Área	Asignaturas	
Competencias Comunicativas	Taller de apreciación y producción sonora	Taller de apreciación y producción de la imagen

Nota: Tomado de “Plan de estudios Programa de Comunicación Social” (Acuerdo No.9 del 8 de Julio de 2005 del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Tabla 11

Asignaturas audiovisuales del Plan de Estudios del programa de Comunicación Social y Periodismo Ciclo profesional

Ciclo 2. Profesional				
	Semestre III	Semestre IV	Semestre V	Semestre VI
Área	Asignaturas			
Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías	Seminario de TV	Énfasis – Componente Flexible (el estudiante debe tomar 27 créditos académicos)		
	Seminario de Radio			
	Seminario TIC			

Nota: Tomado de “Plan de estudios Programa de Comunicación Social” (Acuerdo No.9 del 8 de Julio de 2005 del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Tabla 12

Asignaturas audiovisuales del Plan de Estudios programa de Comunicación Social y Periodismo Ciclo Profesional

Ciclo 2. profesional (Énfasis)			
	Semestre IV	Semestre V	Semestre VI
Área	Asignaturas		
Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías	Guión Documental para TV	Guión Argumental para TV	Producción Audiovisual
	Libreto Documental para radio	Libreto Argumental para radio	Producción radiofónica

Comunicación digital	Edición Digital en Radio y TV	Historia del Cine
----------------------	-------------------------------	-------------------

Nota: Tomado de “Plan de estudios Programa de Comunicación Social” (Acuerdo No.9 del 8 de Julio de 2005 del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Tabla 13

Asignaturas audiovisuales del Plan de Estudios programa de Comunicación Social y Periodismo Ciclo Finalización

Ciclo 3. Finalización e inserción laboral		
	Semestre VII	Semestre VIII
Área	Asignaturas	
Investigación	Seminario de grado	Trabajo de grado
Comunicación, sociedad y organizaciones / práctica profesional	Taller de Elaboración y Ejecución de proyectos	Creación y gerencia de empresas comunicativas
	Práctica profesional I	Práctica profesional II

Nota: Tomado de “Plan de estudios Programa de Comunicación Social” (Acuerdo No.9 del 8 de Julio de 2005 del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

En el plan de estudios del programa de Comunicación Social y Periodismo de Pitalito, se establecen tres (3) énfasis: Comunicación audiovisual y nuevas tecnologías, Periodismo y Comunicación, sociedad y organizaciones. El primero de ellos es el eje central para la presente investigación.

El primer acercamiento a la formación Audiovisual se encuentra en el primer semestre académico con el seminario de “Apreciación y Producción Sonora”. Seminario en el que los educandos reconocieron sus entornos sonoros. Es aquí donde los sonidos se contemplan bajo parámetros claros de propósitos, valores artísticos, estéticos y técnicos observando las capacidades del elemento físico en la construcción de mensajes. Aunque es el primer eslabón en el camino hacia la conformación propia de lo Audiovisual, no significa que sea el primer y único escalón en la cadena formativa, así lo argumenta el Profesor F. Charry (comunicación personal, Julio, 2021) docente del Área Audiovisual del Programa de Comunicación Social y Periodismo: “La formación del Audiovisual inicia desde las competencias en lo Oral y en lo escrito... después, al sumergirlo en lo profesional se le da herramientas en expresión visual, apreciación sonora, y luego en unos talleres de imagen en movimiento. Es necesario primero los niveles de apreciación (la capacidad de lectura de contenidos audiovisuales”.

De esta manera, la articulación con otras áreas del conocimiento es clave en el camino hacia la consolidación de las capacidades de apreciación y producción audiovisual. Aun así, las posturas de estudiantes como L. Sánchez (comunicación personal, junio, 2021), revelan un desnivel importante entre lo establecido en el orden curricular y la práctica del trabajo en el aula: “...Cuando inicia la carrera, vemos talleres de escritura y radio, pero, aunque se supone que deben ser bases para seguir consolidando procesos, en lo real, son sólo talleres que cada profesor

viene a dirigir. Y más en la sede Pitalito, parece que hay poca articulación con los talleres de diferentes docentes”.

Para el segundo semestre, los estudiantes recibieron el taller de “Apreciación y Producción de la Imagen”. Asignatura que comprende la asociación de imágenes fijas con las características comunicativas propias del proceso. Planimetría, construcción de mensaje, enfoque, apreciaciones técnicas, apreciaciones de luz, utilidad del color, fuentes, entre otros. Se inicia el camino en la consolidación de plasmar en un cuadro (fotografía) las lecturas del entorno, a la vez que se establecen las comprensiones y apreciaciones de imágenes que ofrecen los diferentes contextos. El profesor F. Olaya (comunicación personal, Julio, 2021), quien dirigió esta asignatura con los egresados durante su formación en el segundo semestre de su pregrado, dice: “Quise transmitir conocimientos que no tuve en mi formación académica. Entender el equilibrio entre lo teórico y lo práctico. Fue una gran dosis técnica para reconocer la imagen”.

El microdiseño curricular abordado con los estudiantes de esta investigación deja ver el Taller de apreciación y producción de la imagen como asignatura buscó que el estudiante se apropia de herramientas teóricas, técnicas y prácticas que le permiten analizar y estructurar relatos visuales y audiovisuales que fortalezcan los procesos comunicativos del individuo y de la comunidad en un mundo globalizado, pero con una marcada necesidad de proyección de lo local.

El reconocer la proyección de lo local es un punto importante en el análisis propuesto como fortaleza por los egresados participantes de la investigación. Todos apuntan a la pertinencia de su formación para volver la mirada en lo local, convertir las dinámicas comunicativas en centros de investigación para fortalecerla y desarrollarla; para el caso en mención, con las herramientas audiovisuales (en estos taller de imagen fija).

Como apuesta para la consolidación de escenarios de análisis de la imagen en el microdiseño curricular se muestran temáticas como el estudio del universo comunicativo de la fotografía, los espacios de la cultura y de la comunicación y el discurso en la fotografía. Los egresados apuntan a que estos análisis consolidaron su visión social de la comunicación y la importancia en el territorio. En igual sentido, se tienen temáticas como modos de expresión visual y audiovisual en el espectro comunicativo, técnica, lenguaje y estética de la fotografía. Las anteriores, aunque fueron establecidas o solventadas en los talleres, según los egresados, deben propender por ser más exhaustivas, amplias y a mayor profundidad, sobre todo en su la parte técnica junto con las apreciaciones estéticas propias de la imagen y el color; insumo fundamental en la construcción de contenidos en sus quehaceres laborales.

Las dinámicas de la formación en la base del orden audiovisual (la fotografía) muestran una posición fuerte en los referentes culturales, al igual que el ánimo de consolidar los análisis de contextos como insumo para comunicar la región. Los egresados ponderan la importancia de dichos contenidos como aporte a la región, pero a su vez, muestran sus preocupaciones para resolver las falencias en términos técnicos sumados a las herramientas para reconocer las estéticas en la fotografía. Estos planteamientos los argumenta Benjamin (1890):

Los acentos cambian por completo si de la fotografía como arte nos volvemos al arte como fotografía. Cada quisque podrá observar cuánto más fácil es captar un cuadro, y

sobre todo una escultura, y hasta una obra arquitectónica, en foto que en la realidad. Está cerca la tentación de echarle la culpa de esto a una decadencia de la sensibilidad artística, a un fracaso de nuestros con- temporáneos. (p. 9)

Los seminarios de Televisión y Radio, son las dos asignaturas con las que los estudiantes, en tercer semestre, continuaron su formación audiovisual. Para este momento, las características teóricas y técnicas aparecen como buena dosis para las creaciones audiovisuales. Establecieron las características y detalles históricos de la radio y la TV en Colombia, al igual que los formatos, tendencias y estéticas propias de estos medios. La importancia mediática en los contextos locales, regionales, nacionales e internacionales hicieron parte de su formación profesional. Hasta este momento, todos los educandos transitaron por la misma ruta.

Con los planteamientos del microdiseño curricular del seminario del Televisión los egresados aprendieron a cambiar la noción del medio masivo de comunicación, haciendo un paralelo importante con su influencia con y para la sociedad. Según se muestra en el microdiseño se necesita de la formación de profesionales que comprenda los desarrollos e impactos de la televisión en los procesos cotidianos del individuo y de las colectividades. Sobre la televisión se deben hacer permanentes análisis y reflexiones para garantizar que esta se convierta en un escenario para la consolidación de la ciudadanía como ser social y político.

Las oportunidades para analizar los medios masivos de comunicación es el principal insumo otorgado en la formación, según los egresados. Con el seminario de Televisión, las temáticas de Configuración como medio de comunicación: El género narrativo, argumental, documental, experimental con el Formato; la igual que el desarrollo histórico, la consolidación del medio en el país y las regiones fueron los mayores componentes de la formación. Se revelan, también, temáticas como las plataformas digitales y aplicaciones, el futuro de la T.V. con relación a lo local, a lo global y legislación televisiva; estas últimas, según los egresados son superficiales y podrían otorgar miradas importantes en el ánimo de consolidar procesos de emprendimiento como el mostrado en capítulos anteriores.

El paso al cuarto semestre de formación profesional está marcado por la elección de alguno de los tres énfasis de formación (como énfasis principal), puesto que, como asignaturas electivas, los educandos pudieron tomar talleres o seminarios de algunos de los dos énfasis restantes (Ver tabla 12). Para la investigación, de los 23 egresados abordados, 7 se acogieron al énfasis Audiovisual como su énfasis principal y 13 más tomaron 2 o más talleres de éste mismo énfasis.

Una vez se establece el énfasis Audiovisual, en cuarto semestre llegaron las asignaturas de “Guión documental para TV”, “Libreto Documental para Radio” y “Comunicación digital”. Los dos primeros, estudian las creaciones propias del género documental como una herramienta eficaz para comunicar de manera asertiva la región Surcolombiana. Planimetría visual y sonora, reconocimiento de temáticas a abordar, consolidación de personajes, línea temática y narrativa, técnicas de grabación, consolidación y elaboración del guión y/o libreto literario y técnico. Tanto para TV como para Radio, los mecanismos de acercamiento al contar la región hacen parte fundamental en la formación. En su particularidad, la “Comunicación Digital”, determina

creaciones comunicativas en distintos formatos para plasmarlos en plataformas virtuales como página web, perfiles o página de Facebook, Blogs e interfaces comunicativas propias del orden digital, se otorgan herramientas de actualización para composiciones digitales.

En quinto semestre académico, los educandos abordaron las asignaturas de “Guión argumental para TV”, “Guión argumental para Radio” y “Edición digital para Radio y TV”. En la primera asignatura, se otorgaron herramientas teóricas sobre los abordajes argumentales (la historia, la narrativa, el personaje (s), los tiempos, el clímax, la resolución, entre otras), desde la técnica; la consolidación de planos, movimientos y translaciones de cámara. La elaboración desde la base, idea, tema, argumento, sinopsis, guión literario y guión técnico para consolidar un documento audiovisual argumental son los conocimientos explorados. En el caso del “Guión para Radio”, se parten de los mismos principios con la representación formal de las técnicas radiales, grabación de sonidos, planimetría sonora, elaboración textual y propuesta de guión. Del mismo modo las herramientas técnicas propias de la grabación de audio, la composición de sonidos, efectos, voces y silencios para la construcción de piezas comunicativas audibles argumentales. Por su parte, la “Edición digital para Radio y TV”, construye herramientas en plataformas virtuales para el trabajo con archivos radiales y de imagen tanto en movimiento como en imagen fija, composiciones sonoras (planimetría), transiciones Audiovisuales, manejo y mejoramiento del color, objetivos de las composiciones sonoras tanto para radio como para TV, objetivos comunicativos de las atmósferas sonoras (para radio y TV), formatos digitales y abordajes temáticos en plataformas multimedia en línea.

Al finalizar el ciclo profesional y el desarrollo del énfasis audiovisual las asignaturas de “Producción Audiovisual”, “Producción Radiofónica” e “Historia del cine” consolidan el proceso formativo. En cuanto a Producción Audiovisual y Radiofónica los componentes en la elaboración de cualquier documento o producto comunicativo, están apoyados por la mediación del objetivo del mismo. Las responsabilidades en el momento de elegir el qué comunicar otorga el insumo esencial ante la construcción de cualquier tipo de formato Audiovisual o Radial. La producción se elabora bajo todo el palmarés absorbido durante los seminarios anteriores, aquí el educando consolida su aprendizaje determinando el objetivo, la consolidación teórica y práctica al enfrentarse a un reto comunicativo. Los formatos están dados para determinar su uso, el contexto está esperando que alguien cuente sus realidades y desde la producción Audiovisual y producción Radiofónica el educando construye relatos que den cuenta de la realidad Surcolombiana.

Abordando el mircodiseño curricular del taller de producción audiovisual, se muestra como una asignatura en la que el estudiante se apropia de herramientas teóricas, técnicas y prácticas que le permiten desarrollar una propuesta de producción televisiva de campo o en estudio. Los egresados rescatan los acercamientos a la solvencia para, con todo el conocimiento previo de seminario anteriores, proponer la mejor alternativa para sus productos comunicativos Audiovisuales, pero de nuevo las herramientas técnicas juegan un rol importante para lograr el objetivo de desarrollar sus propuestas.

Aunque las temáticas como la industria audiovisual y televisiva, la producción de campo y de estudio en la televisión, junto con los roles en la producción, están presentes en el diseño del

taller, para los egresados no pudieron ser interiorizados, en gran parte, porque la sede Pitalito no cuenta con un estudio de TV adecuado con especificaciones técnicas de actualidad en el medio. Por su parte las herramientas digitales de edición, para la época de formación de los egresados no se contaba con equipos suficientes, ni licencias adecuadas o actualizadas a la par de las especificaciones técnicas que lo audiovisual a desarrollado. Actualmente, según las docentes Claudia Zuñiga y Cindy Guiza se han adquirido mejores equipos técnicos y herramientas digitales, pero aún no son suficientes ni completos para solventar los ritmos acelerados de los estándares audiovisuales.

Finalmente, la “Historia del Cine” enseña una de las plataformas más importantes en la comunicación, registro y proyección de contenidos. En la asignatura se retoman hechos históricos en la consolidación del cine, objetivos, evoluciones y nuevas tendencias, apartadas de las comerciales, que aportan un documento trascendental para el registro de lo que un periodo de tiempo puede representar para la humanidad.

Con todo, el camino en la Formación Audiovisual construye todo un sentido de objetivos críticos en las buenas prácticas comunicativas y mediáticas. Resaltando y siguiendo las columnas vertebrales homogéneas a otras casas de estudios en la formación en competencias en comunicación Audiovisual, según Ferrés, (2007) “Las dimensiones que toda formación Audiovisual presentan son: El lenguaje, la tecnología, procesos de producción y programación, la ideología y los valores, recepción y audiencia, la dimensión estética” (p. 102).

Por otro lado, es esencial reconocer que durante el ciclo de Finalización (Ver tabla 13) en los talleres de “Elaboración y ejecución de proyectos”; “Trabajos de grado” y “Prácticas profesionales” la formación profesional continúa pensándose como mecanismos de análisis, recolección de datos o escenarios previos a lo laboral, que busca crear mecanismos de engranaje con medios de comunicación, organizaciones o colectivos comunitarios para la inserción laboral. De esta manera lo plantea C. Guisa (comunicación personal, agosto, 2021), Docente de la asignatura “Taller de Elaboración y ejecución de proyectos” y coordinadora de las “Prácticas Profesionales” del pregrado: “La práctica profesional tiene como objetivo hacer un acercamiento al plano profesional y contrastar sus aprendizajes con los escenarios laborales, buscar alternativas y perspectivas de campos de desempeño, para que fortalezcan sus competencias”.

Durante las prácticas profesionales, los graduados reconocieron escenarios importantes en Pitalito, los medios radiales y televisivos fueron escenarios de práctica profesional, como TV Laboyana, Tropicana st, La Poderosa del Huila, la Preferida fm, entre otras. Para los egresados, el acercarse a escenarios laborales les generaba expectativas importantes, que una vez en el campo de su realización, no solventaron por completo esas expectativas. En todos los casos, fue un escenario de aprendizaje de lo práctico. Generó, en un principio, el choque con la realidad de los medios, los cuales sólo valoran los contenidos musicales y de entretenimiento. Al cambiar estas propuestas, no fue tarea fácil, y no se llegó a consolidar.

Los proyectos con los que llegaron los, hoy graduados, a realizar sus prácticas profesionales estaban enmarcados por procesos de reconocer la región con contenidos audiovisuales. En principio, todos señalan que los medios concebían su trabajo como un

empleado más en el medio, esto fue cambiando poco a poco cuando se les recordaba el objetivo por el cual los egresados estaban en ese medio. En los medidos radiales, estas coyunturas no fueron suficientes y en todos los casos las prácticas profesionales pasaron a ser uno más del personal laboral de las emisoras. Esto último, contaba con el consentimiento y claridad por parte de los practicantes, pero se realizaban con el ánimo del aprendizaje, junto con las ganas de adquirir experiencias para lograr, una vez terminaran su proceso, una vinculación laboral como profesionales, algo que sólo se logró en uno de los casos.

Hasta el momento de la investigación, la docente Cindy A. Guisa, registra a la egresada Lina Sánchez (quien labora en TV Laboyana) como el único caso en el cual se cumplió con el objetivo de pasar de practicante profesional a un plano laboral de la egresada (en el mismo lugar donde se realizó la práctica), una vez graduada. En el capítulo posterior se abordará a profundidad estas coyunturas presentes en el ciclo final de la formación de Comunicadores Sociales y Periodistas en Pitalito.

Con todo, la formación profesional audiovisual de los egresados del programa de comunicación social y periodismo postulan un desnivel importante entre lo establecido en el orden curricular y la práctica del trabajo en el aula. Lo anterior, no significa, que se encuentren en total desface de lo establecido en lo descrito en los microdiseños de las asignaturas. El desnivel se presenta en la línea del conocimiento teórico y práctico de una asignatura a otra. En primera instancia en las propias asignaturas audiovisuales; pero también con las asignaturas fundamentales de oralidad, comunicación o escritura de los semestres inferiores.

Los egresados muestran dificultades en apropiaciones de expresión visual, auditiva, técnica, lenguaje y estética de la fotografía; con esto, también en contenidos más complejos del orden audiovisual. Aunque esto se abordó en su formación, reconocen la necesidad de contar con más tiempos (práctico) para consolidar una lectura adecuada de las estéticas de la imagen.

De igual manera, es importante renovar las dinámicas en el conocimiento al abordar los medios de comunicación local, regional y nacional en relación a sus procesos de formación en su parte legislativa y legal. Esta mirada debe buscar un objetivo claro en el saber hacer y crear un medio como fundamento para un posible emprendimiento.

Finalmente, las dinámicas en las prácticas profesionales de la carrera, deben establecer mecanismos cuidadosos que no se conviertan en mecanismos, sobre todo para los medios de comunicación, de solvencia de personal con los practicantes. El objetivo de inserción laboral, gracias a las prácticas profesionales, hasta el momento de la investigación no se solventaba.

6. FORMACIÓN PROFESIONAL AUDIOVISUAL, DESEMPEÑO OCUPACIONAL Y DEMANDAS COMUNICATIVAS DE LA REGIÓN SUR DEL HUILA

Para analizar la pertinencia de la formación profesional audiovisual en relación con las características del desempeño ocupacional de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) y con las demandas comunicativas del entorno de la región sur del Huila, en el periodo 2018 – 2020 y responder al objetivo específico cuatro de la investigación, se utilizó el grupo de discusión con docentes egresados y practicantes del programa de Pitalito, al igual que las entrevistas semiestructuradas a docentes y egresados.

Para la investigación, las características de los desempeños ocupacionales de los graduados del programa de Comunicación Social y Periodismo en la sede Pitalito, como se mostró en un capítulo anterior, arrojó datos preocupantes. De los 23 graduados que hicieron parte de la investigación, sólo 2 de ellos, cuentan con una ocupación remunerada relacionada directamente con su campo de acción, en las cuales realizan retroalimentación constante en la utilidad de sus conocimientos para sus coyunturas laborales. De igual forma 3 de los graduados realizan actividades de emprendimiento relacionadas con su formación.

Lina Sánchez, egresada que en el transcurso de su formación de pregrado logró obtener vinculaciones laborales en medios de comunicación de Pitalito, ha abierto su propio escenario en los canales de TV locales. Su preocupación gira en torno a los dilemas propios que ha logrado observar en sus compañeros en el pregrado: “Uno ve con preocupación que muchos compañeros no han logrado ubicarse en ningún plano laboral, viendo mi caso, me siento afortunada al contar con este trabajo, que no ha sido fácil, pero creo que se debió a empezar a buscar oportunidades, mostrar lo que sabía hacer antes de graduarme, aprovechar los tiempos y no esperar a graduarme para conseguir trabajo” L. Sánchez (comunicación personal, junio, 2021).

Esta posición de la egresada, deja ver las preocupaciones a las que se enfrentan los educandos una vez recibe su graduación. La noción de esperar ser profesional como sinónimo de llave para abrir la puerta de las posibilidades laborales se refleja en las conversaciones con los graduados. Incluso lo reconoce, en el mismo sentido, el segundo egresado B. Erazo (comunicación personal, junio, 2021) quien actualmente es el comunicador de la entidad Cooperativa “Funda Coofisam”, cuando puntualiza que “...uno en el fondo sabe que debe abrirse espacios laborales antes de ser egresado, siempre espera a que tener el cartón facilite las cosas. En mi caso, gracias a una convocatoria que abrió Coofisam en la que me postulé, logré ingresar y me siento bien con lo que ahora realizo, estoy ejerciendo mi carrera”.

Lo anterior, evidencia que en la academia deben abordarse temáticas oportunas y eficientes de inserción laboral. Aunque en la estructuración curricular se evidencia la preocupación en esos términos (Ver tabla 13), cuando desde VII Y VIII semestre se realizan “Prácticas profesionales”, la investigación sólo arroja una actividad exitosa de inserción laboral, posterior a la práctica profesional en el caso de Lina Sánchez, quien realizó acercamientos ocupacionales durante su formación en TV Laboyana, también allí adelantó su práctica

profesional y actualmente labora en dicho canal de TV. Este panorama concuerda con lo presentado por la investigación de AFACOM (2020):

... Acerca del nivel de absorción laboral, el 48,9 % dice que este es bajo; el 23,4 %, que es moderado; el 14,9 %, que es muy bajo, y tan solo el 12,8 %, que es alto, en cuanto al nivel de vinculación laboral de los espacios de práctica profesional. Para los programas, es claro que sus egresados no siempre son contratados por las empresas o las entidades donde realizan las prácticas profesionales... (p. 19)

Una perspectiva poco abordada por los directores de medios o empresas en las que realizan las prácticas profesionales, es en lo que respecta a la parte monetaria o apoyo económico para el practicante profesional. Los directores de medios o empresas no presentan respuesta alguna frente al no pago o la nula remuneración para los practicantes. Pero desde la posición de los graduados se revela una preocupación hacia la noción de práctica profesional como una alternativa construida por los medios y/o empresas para contar con estudiantes como solvento a necesidades de personal. Postura que puede convertirse en una cómoda estrategia del empleador para no determinar gastos en personal y subsanarlos con la figura de educandos bajo la figura de práctica profesional. Aunque el tema no es construido con profundidad por los graduados, y tampoco es el objetivo de la investigación, cabe mencionarlo como elemento problemático por investigar.

Por su parte, los tres egresados en sus proyectos de emprendimiento, todos están directamente relacionados con el campo audiovisual. Lo que muestra que en es un escenario importante al cual apostarle en la región sur del Huila. A lo largo de su formación audiovisual, reconocen que lograron mejorar sus potencialidades en este campo, pero que, por la velocidad en los cambios tecnológicos, los estándares en la construcción de contenidos Audiovisuales mutan constantemente, con lo que las herramientas tecnológicas que conocieron en su pregrado, quedan obsoletas cuando el mercado ofrece nuevos parámetros. Los tres egresados, Gloria Cuarán, Mónica Valderrama y José Peña, concuerdan con las anteriores concepciones. Ante los constantes y acelerados cambios tecnológicos, un plan estratégico a mediano y largo plazo en la adaptación tecnológica es necesaria en los estándares audiovisuales.

Para el caso de los proyectos de emprendimiento, el balance general no se desvía del panorama nacional:

... solo el 24,7 % ha tenido alguna experiencia de emprendimiento; principalmente, en la creación y la producción audiovisual, en agencias de consultorías, asesorías y servicios de comunicación digital, así como en otros ámbitos que no son propios de la comunicación, como ventas, moda, gastronomía, educación, estética y belleza, entre otros... (AFACOM, 2020, p. 21)

De esta manera, las oportunidades laborales de los primeros graduados en Pitalito no han tenido el palmarés amplio al cual acudir. Se suma a esto, el encuentro con una profesión poco valorada por la región sur del Huila, según lo expresan egresados, docentes e incluso los mismos empleadores. Lo resume así F. Molina (comunicación personal, julio, 2021) director de TV Laboyana (Canal de TV de Pitalito) y su postura frente a los medios de comunicación: “Los

medios se han convertido en creaciones de contenidos para entretener, no informar de manera profesional; y de esta misma forma, no se valora de la mejor manera al comunicador, se cree que cualquiera puede hacerlo sin necesidad de ser profesional”.

La baja valoración de la profesión también la reconoce la docente C. Zuñiga (comunicación personal, junio, 2021) docente adscrita al programa de Comunicación Social, quien ha conocido de primera mano la formación de los graduados de esta investigación: “En Pitalito no ha sido fácil que los egresados se abran paso como profesionales en la región. En Pitalito sólo se realizaba o se pensaba los comunicadores en los medios (radio, tv y escritos). Pero poco a poco, también los chicos han realizado lo que en su momento se realizó en Neiva, cuando se inició la carrera de Comunicación”. Es pertinente recordar que la docente Claudia Zuñiga hace parte de los primeros Graduados en Comunicación Social y Periodismo de la USCO en la Ciudad de Neiva (carrera que se inició en el año 1995) y obtuvo sus primeros graduados entre el año 2000 y 2022.

El planteamiento de la docente Zúñiga, se apoya en la tendencia social a sólo reconocer los comunicadores sociales y periodistas como creadores de contenidos en los medios de comunicación tradicionales, y aunque el abordaje de esta investigación no pretende reconocer los imaginarios de estos aspectos, si se encuentra con posiciones de este tipo que generan inquietudes importantes para posteriores investigaciones.

Sobre las características en los desempeños de los profesionales en Comunicación Social y Periodismo, a nivel nacional, la orientación hacia aspectos específicos en contenidos está presente, según AFACOM (2020):

Algunas de las funciones que resaltan son: la gestión de contenidos; la activación y la sostenibilidad de las redes sociales; el diseño y el mantenimiento web; hacer diseños visuales y mantener en funcionamiento plataformas digitales; escribir y manejar contenidos dentro del marco de la convergencia de medios, y tener dominio de los instrumentos digitales, el mercadeo digital y la escritura y la construcción de contenidos. (p. 20)

Se suma a lo anterior, las temporalidades (no mayores a 6 meses) en que 4 egresados han realizado trabajos (todos en la modalidad de contratación de prestación de servicios) a término fijo en empresas de la salud como la ESE Manuel Castro Tovar, de Pitalito, Hospital San Antonio de Timaná, entidades Gubernamentales como Alcaldía de San Agustín y Empresas Públicas de Pitalito. En las entidades de salud, la vinculación no fue propiamente ejerciendo un rol comunicativo, tuvieron que ver con apoyo en logística de vacunación, archivo o facturación; para el caso de las entidades Gubernamentales si determinaron roles de creación de contenidos informativos.

Los contratos no fueron renovados (para los egresados) por el cambio de directivas de las entidades, favores políticos o cambio de dependencia. Con esto, los condicionamientos de orden político afectan directamente las oportunidades laborales del egresado, otorgan poco valor al profesional, catalogan y valoran las oportunidades laborales como puestos móviles para solventar favores proselitistas. Este tipo de cuestionamiento los relacionan todos los egresados que

laboraron en estas entidades. Es necesario un abordaje más amplio que de cuenta de las características de esos procesos.

Por parte de la academia, es pertinente revisar, analizar y proponer oportunidades de mejora para las valoraciones comunicativas en las entidades gubernamentales. Crear escenarios de diálogo con estas entidades para cambiar la noción de comunicación y del profesional es el primer paso a abordar. Es oportuno reconocer las oportunidades, gracias al profesional de la comunicación, para iniciar el arduo camino de proponer alternativas que, en gran medida, mejoren los tejidos comunicativos entre estado y sociedad. El Comunicador Social y Periodista es el profesional llamado a pensarse y proponer alternativas para los temas comunicativos entre sociedad y estado, de esa manera se reivindica el rol profesional y se fortalece lo político.

Continuando con las dificultades encontradas por los graduados en la búsqueda de ocupaciones en las que se desarrollen sus potencialidades, como profesionales de la comunicación, se encuentre un choque generacional con las personas que trabajan en los medios de comunicación de Pitalito de forma empírica. Tanto en el plano de las prácticas profesionales, como en la búsqueda de oportunidades laborales, el personal que durante años realiza producciones Radiales, televisivas y escritas en Pitalito, siente la presencia de los profesionales graduados como una posibilidad de relevo generacional visto con recelo e incluso preocupación, como competencia laboral.

El caso de la egresada Laura Carrascal, mencionado en el capítulo anterior, quien sintió este tipo de relación laboral en su práctica profesional, es también definido por los dos graduados que laboran actualmente ejerciendo su profesión y por aquellos que realizan los proyectos de emprendimiento.

En relación a estas reacciones, la docente C. Zúñiga (comunicación personal, julio, 2021) también reconoce estas posiciones en conversaciones con estos egresados: “los egresados han sentido una especie de celos, en personas que siempre han estado en los medios de manera empírica y sienten que en algún momento el profesional va a enfrentar esa zona de confort en la que se han movido esas personas por los jóvenes que vienen de la academia con ganas de renovar, pero también de aprender”. En su última línea de intervención, la docente argumenta que el profesional siente el ánimo de aprender con y de las personas que trabajan de forma empírica, el profesional no siente la necesidad de llegar a remplazar a nadie. En su formación, también comprende que en la comunicación pueden confluir varias fuentes que aportan al objetivo primordial de comunicar para generar progreso a la región.

De igual manera, Y. Vélez (comunicación personal, julio, 2021), director de la emisora comunitaria “La Preferida FM”, comenta que en su gran mayoría las personas que realizan medios de comunicación en Pitalito, lo realizan de forma empírica. Y con esto, la graduación de nuevos profesionales de la región debe verse como una buena oportunidad de relaciones para crecer como profesional y como persona. En la relación entre empíricos y profesionales de la comunicación está una excelente oportunidad para reconocer al profesional y es necesaria la intervención de las entidades educativas para lograr profesionalizar a más personas, incluidas quienes hacen medios de forma empírica: “... Debe ser una buena posibilidad manejar las dos

cosas: la experiencia (el empírico) pero también la teoría. Es importante profesionalizarse, debemos incluso, abrir las puertas a que las universidades en Colombia y en el caso particular de Pitalito den la posibilidad a los que hacemos medios de forma empírica para profesionalizarnos”.

En la posición de Yhovanny Vélez, es imprescindible volver los ojos a quienes a lo largo de su vida han consolidado los medios de comunicación en el sur del Huila. Hoy se están relacionando con los graduados y profesionales venidos de una formación Universitaria; es indudable que se creen sentimientos de falencias e incluso de superioridad frente a la forma de realizar contenidos, para el caso de radio y TV. Pero más allá de ver al comunicador como el creador de contenidos, es fundamental apartarnos de estas discusiones y volver los ojos a la importancia de la academia. Consolidar la importancia de la educación en un territorio. Es la reivindicación de una educación realizada para el devenir de una región, es en estos términos cuando el encuentro de los egresados, de las personas que realizan medios de forma empírica e incluso los docentes (en su representación de la academia) pueden potencializar la forma de abordar los temas de comunicación en la región sur, el diálogo constante entre estos actores se vuelve indispensable para los cambios de la comunicación en la región, de igual forma, a largo plazo se consolida y reivindica el papel del Comunicador Social y Periodista en un territorio, para el caso Pitalito y el sur del Huila.

Y. Vélez (comunicación personal, julio, 2021), siente que es necesaria la formación profesional cuando señala que: “Se necesitan comunicadores sociales en el país, y Pitalito también los necesita. Colombia necesita de buenos comunicadores, necesita que se les informe de una forma clara. A nivel local, la mayoría de los comunicadores de los que hacen medios son comunicadores empíricos, en todas las emisoras (radiales). Es importante que los comunicadores actuales (empíricos) tengan las posibilidades de profesionalizarse”. En la misma línea, H. Joven (comunicación personal, julio, 2021), Gerente de la Emisora Comunitaria “La 107 Digital” plantea: “Una cosa es lo empírico, pero el complemento es la parte profesional, académica. La responsabilidad al estar en un medio es clave en este tema profesional. al entender la importancia de comunicar”.

Con todo, la oportunidad en el abordaje problemático actual entre los graduados y empíricos debe dar pie a crear una estrategia académica desde la Universidad para fortalecer la formación profesional de quienes continúan realizando medios de forma empírica. Pero también, desarrollar una oferta de formación continuada para los graduados. Entender que la formación profesional no culmina con la consecución de un título profesional. Con lo anterior, se lograría reivindicar el rol de la profesión, la noción e importancia del profesional de la Comunicación Social y Periodismo en la región.

6.1 AUDIOVISUAL, EMPRENDIMIENTO Y REGIÓN

Las propuestas audiovisuales de emprendimiento, por tres de los graduados en la investigación, reconocen aspectos formativos claves que dieron lugar a la realización de estos proyectos. Es pertinente abordar un escenario de análisis en los tres egresados, puesto que todos realizan sus ocupaciones directamente relacionadas con el área Audiovisual.

El primer abordaje se relaciona con la posibilidad que observaron Gloria Cuarán, Mónica Valderrama y José Peña, al entender que la profesión no garantiza una inserción laboral inmediata. Los tres graduados revelan esta primera posición al ser entrevistados.

Gracias a estas claridades buscaron reconocer sus actitudes y aptitudes frente a lo aprendido en el pregrado. Para el caso de Gloria Cuarán y Mónica Valderrama, lo audiovisual (como imagen fija, en primera instancia) estuvo presente en el primer renglón de las posibilidades comunicativas en las que podrían ejercer su profesión. Incluso antes de culminar su formación de pregrado, ya realizaban trabajos fotográficos en Pitalito. Una vez graduadas, al incursionar en la búsqueda de oportunidades laborales y no encontrar posibilidades claras o que no satisfacían sus expectativas, optaron por incursionar en los procesos de emprendimiento.

Para el caso de Gloria Cuarán esta idea fue compartida con su compañero sentimental, por afinidades familiares la pareja se radicó en Bogotá DC para consolidar su iniciativa. Hasta la fecha de la investigación han realizado trabajos fotográficos de forma no consecutiva, reconocen que la llegada de la pandemia retrasó las proyecciones, con lo cual hasta el momento se está iniciando con la carrera ocupacional de emprendimiento. El nivel competitivo en la ciudad es alto con relación a la oferta en servicios fotográficos. En ese caso, la egresada G. Cuarán (comunicación personal, junio, 2021) plantea que “Es necesario ampliar la visión con la que se nos enseña lo audiovisual, sobre todo el tema fotográfico a gran escala, hacen falta más conocimientos técnicos con visiones más amplias de lo que se puede alcanzar. Los egresados también emigran y se enfrentan a ciudades más grandes, no solo a Pitalito”.

Con la anterior apreciación de la egresada, es necesario abordar las características técnicas con el cual fueron formados los egresados: por una parte, todos reconocen un nivel bajo en las herramientas técnicas a las que pudieron acceder en su formación. Por otra, debemos tener en cuenta las apreciaciones de los docentes que dirigieron los seminarios Audiovisuales.

Con referencia al primer elemento, la profesora C. Zuñiga (comunicación personal, julio, 2021) expresa que “Las primeras cohortes iniciaron con muy pocos equipos técnicos, trabajando la parte técnica (audiovisual) con menos que con las uñas, eso implicó algunas limitantes. Pero poco a poco, se han obtenidos equipos”.

Por su parte el profesor F. Olaya (comunicación personal, julio, 2021), quien orientó algunos talleres de imagen fija expresa: “Las herramientas eran bastante precarias, los equipos se llevaban desde Neiva, con lo cual el proceso se volvía engorroso (por la tramitomanía de siempre en la universidad), en ese sentido se optaba por enviar cámaras propias del docente para que el estudiante realizara sus prácticas”.

La docente C. Guisa (comunicación personal, julio, 2021), resalta las voces que en los procesos de Autoevaluación y gracias a sus relaciones con empleadores por coordinar las prácticas profesionales, ha recogido: "...los empleadores han dicho en términos generales, que quisieran que el graduado de comunicación tuviera más capacidades técnicas. Todo el tema de formación en manejo de equipos, de lenguajes actuales, manejo de herramientas digitales, entre otros. Rescatan la fundamentación crítica y teórica, pero hacen el llamado a ese fortalecimiento. Dicen que hay que fomentar la apropiación y conocimiento de lo digital".

Por su parte, los docentes en sus apreciaciones dejan ver que las herramientas tecnológicas no son un limitante cuando se tiene ideas claras desde la teoría. Argumentan que la técnica no es más importante que la teoría, puesto que al tener claro el concepto de lo que se quiere lograr, la herramienta con la que se trabaja puede ser comprendida fácilmente. El profesor F. Charry (comunicación personal, julio, 2021) argumenta: "La herramienta tecnológica es esencial, pero no es lo fundamental. Y más ahora cuando las herramientas ya están a la mano y las puede tener cualquier persona. El programa se preocupó por darles unas condiciones mínimas para el registro y aprendizaje de las herramientas tecnológicas. Aunque había algo mínimo, no se trata de instrumentalizar la formación".

De esta manera, se pueden establecer apreciaciones diferentes con relación a la formación y utilidad de la técnica en el ambiente laboral. El egresado se enfrenta a una inmediatez en los contenidos que plantea para sus proyectos de emprendimiento. Aquí la parte técnica es fundamental para realizar bien su trabajo, por lo tanto, debe tener un componente más fuerte en su formación.

Pero lo anterior no significa que se debe llegar al extremo de tecnificar el conocimiento o de llegar a depender completamente de la parte instrumental o de la herramienta tecnológica. Tucho et al.(2015) infieren al respecto que "...En este sentido, la consolidación de conocimientos académicos teórico-prácticos y de un saber hacer profesional en el terreno del Periodismo, de la Publicidad y las Relaciones Públicas y de la Comunicación Audiovisual se articula hoy..." (p. 692).

Es necesario implementar balances adecuados, con los abordajes curriculares en los planes de estudio, deben propender por llenar de argumentos al educando para que reconozca sus análisis frente a los contenidos comunicativo audiovisuales, pero también darle todas las posibilidades tecnológicas con las que puede hacer realidad ese contenido. En el mismo sentido, por la evolución constante en formatos y herramientas tecnológicas (tanto de equipos como de Software) se observa la necesidad de consolidar un proyecto a mediano y largo plazo para estar a la par de los adelantos tecnológicos en el campo audiovisual.

Con referencia a lo anterior, tanto en el tema conceptual, como en el de la parte técnica, los egresados que adelantan los proyectos de emprendimiento y los dos que cuentan con un contrato laboral establecido, revelan una faceta importante y muy actual en la cual el programa de Comunicación Social y Periodismo no aborda en su formación: Lo referente al Marketing Digital.

Este aspecto, lo reconocen muy bien los egresados. En sus ambientes ocupacionales observan este campo como “fundamental” en la actualidad para un Comunicador Social y Periodista. M. Valderrama (comunicación personal, junio, 2021) dice que “En la actualidad mi sueño es continuar con mi emprendimiento y seguir creciendo. especializarme en el tema de marketing digital, esto se debe enseñar en la carrera”. Este campo del conocimiento es necesario abordarlo desde las oportunidades de mejora para la formación profesional. Se reconocería la oportunidad de generar igualdades en oportunidades con relación a otros contextos, es decir, consolidar una posibilidad de aprender algo del orden global, pero que puede ser utilizado para orientar procesos de desarrollo regional. De esta manera hablar idiomas globales y actualizados del orden comunicacional.

A nivel nacional, según AFACOM (2020), este aspecto es tendencia en escenarios laborales: “La tendencia (70,2 %) indica que el mercado laboral demanda comunicadores con fortalezas en múltiples medios y plataformas digitales, para ejercer en el interior de las organizaciones como community managers y editores de contenidos” (p. 20).

Por otra parte, la egresada Mónica Valderrama y José Peña realizan sus emprendimientos en Pitalito y el sur del Huila. La primera, con la producción de contenidos audiovisuales con un fuerte componente en lo fotográfico. Y el segundo, con realización de registros fotográficos y audiovisuales para alimentar el medio digital “Huila Saladoblanco”.

En ambos emprendimientos se muestran acciones fortalecidas desde el amor por lo local, por el territorio. Apuntan a mostrar lo particular del sur del Huila, sus paisajes, su gente, sus idiosincrasias y la oportunidad de desarrollo en su contexto. Lo anterior es fundamental para reconocer los aspectos propios del profesional de la Universidad Surcolombiana. Aquí se reflejan los aspectos misionales del pregrado cuando se establecía (en el plan curricular por énfasis): “Tiene la misión de formar profesionales integrales en comunicación y el periodismo, capaces de comprender, explicar y plantear soluciones a los problemas comunicativos más relevantes de la realidad regional” (Programa de Comunicación Social y Periodismo, 2006, p. 12).

Es en las realidades de la región donde los egresados a diario conciben las creaciones audiovisuales con las cuales quieren aportar al buen manejo de las comunicaciones. Es el caso de J. Peña (comunicación personal, junio, 2021), quien tiene clara la postura periodística del medio de comunicación digital con el que quiere consolidar su emprendimiento: “Quiero que mi emprendimiento se un Periodismo investigativo independiente. Se mostrarán aspectos investigativos de lo político, lo económico y cultural en la Zona Sur”.

El potencial de la zona sur como elemento cultural y territorial es una de las oportunidades palpables en los proyectos emprendedoras de los egresados. Es necesario, entonces aportar con los planes curriculares al fortalecimiento y aprovechamiento de estas. La educación debe virar hacia la consolidación de trabajar de frente y con la sociedad, involucrarse en los aspectos sociales, de esta manera saca provecho de su contexto y ayuda a su desarrollo.

Los egresados reconocen que pensarse su territorio es un aspecto que, aunque se toca en algunos talleres audiovisuales, no se consolida de manera adecuada como línea transversal en toda su formación. La región tiene un potencial paisajístico, cultural y de escenarios por aprovechar

para las creaciones comunicativas. Es necesario un apoyo para los proyectos de emprendimiento en los talleres de formación audiovisual.

Las falencias, incluso en el plano de lo contractual o en elementos monetarios (costos) de la producción audiovisual, que se realiza por parte del egresado, es una de las temáticas propuestas por los egresados emprendedores.

La egresada M. Valderrama (comunicación personal, junio, 2021) sostiene que “Incluso no teníamos bases, una vez iniciamos el emprendimiento, de cuánto puede costar (en términos económicos) una sesión fotográfica o un registro Audiovisual, esto se debería enseñar también en la carrera”. En ese sentido la profesora C. Zuñiga (comunicación personal, julio, 2021) argumenta: “...Pero las oportunidades no se han dado y ellos no conocen bien cosas de la realidad, como los precios de algunos productos comunicativos u otras coyunturas”.

Es necesaria una intervención en la formación profesional para los Comunicadores Sociales y Periodistas en sentidos propositivos a nuevas posturas que aporten a la consolidación de proyectos de emprendimiento en la región sur del Huila. En el orden audiovisual, la topografía, el color, paisajes y demás coyunturas culturales fortalecen el sur como escenario de aprovechamiento para estos proyectos. Pero es necesario aportar desde la academia con herramientas que fortalezcan el emprendimiento.

El profesor F. Charry (comunicación personal, julio, 2021) reconoce que “Siempre vamos a necesitar más escenarios de formación para el aprendizaje audiovisual, pero no se trata de que en el pregrado se solvente todo. Sólo es una base para que puedan acceder a más conocimiento y se puedan adecuar al contexto cambiante actual”. En la base de esa formación que propone el docente es necesario incluir temáticas como el Marketing digital y herramientas comerciales que propendan por una visión de proyección emprendedora.

W. Cuenca (comunicación personal, junio, 2021), director y creador del medio digital Pitalito Noticias, lo especifica en los siguientes términos: “...Aunque no conozco el pensum actual, pero espero que sean más oportuno en términos de contenidos y oportunidades de conocimiento en medios digitales, marketing, comercio etc”.

6.2 AUDIOVISUAL: OCUPACIONES LABORALES Y FORMACIÓN

Como últimos insumos en los hallazgos y análisis, se consolidan aspectos bajo las tres perspectivas abordadas por la investigación en el orden audiovisual: la formación, ocupaciones laborales y empleadores.

De esta manera, los egresados Lina Sánchez y Brayan Erazo, son el referente para este abordaje, puesto que son los únicos dos egresados que, durante la investigación, se encuentran laborando directamente en el campo comunicacional.

Como primer momento, se establece la importancia de la formación en Comunicación en la región Surcolombiana (Pitalito), la pertinencia la soportan los egresados como las oportunidades para profesionalizarse en lugares cercanos a su contexto, oportunidades que brindó la USCO y por la que ingresaron a consolidar su profesión. De igual forma, la oportunidad de la región para formar científicos sociales que den cuenta de otras miradas en el campo de la Comunicación Social y el Periodismo. Los egresados encuentran fortalezas en premisas como “A mayor profesionales, mayor desarrollo” o “La educación es el mejor camino para el cambio social”.

En el orden Audiovisual, puntualizan lo importante de la línea transversal en los procesos comunicativos bien argumentados y relacionados con el contexto, “Pensarse el periodismo, pensarse la comunicación como herramienta para darle voz e importancia a la región” son los argumentos de B. Erazo (comunicación personal, junio, 2021), cuando presenta su posición respecto a la pertinencia de la formación en el pregrado.

Lina Sánchez, comparte el fuerte componente documental audiovisual en su formación profesional. Es el pilar con el que se crean todos los contenidos del componente audiovisual. dice, sentirse, gracias a esas posturas, con una fuerte corriente para encontrar en lo cultural y lo social la más valiosa muestra del reconocimiento regional y potencial con el que cuenta el sur Huilense. Durante su formación, puntualiza-que logró establecer el gusto por los medios comunicativos, en especial la TV. Una faceta que exploró durante sus estudios, y del cual hoy saca todo el provecho posible.

Los dos egresados, reconocen un valor esencial en el recorrido de la formación Audiovisual. El reconocer en primer orden las apreciaciones sonoras y de imágenes es el mejor inicio para la formación audiovisual. Los posteriores seminarios y profesores trataron de establecer el anclaje Surcolombiano con la idea de ver el contenido, antes que los medios o formatos para transmitir el mensaje. Claridades con las que ambos egresados comparten su formación.

El abordaje teórico, de igual manera, resaltan por los contenidos curriculares abordados. B. Erazo (comunicación personal, junio, 2021) comparte que “Es importante enfatizar en la parte teórica, hacer profesionales argumentados, eso hace que el comunicador tenga peso en la empresa o donde labore”.

Por su parte, la fortaleza en lo social y lo teórico es identificado por H. Joven (comunicación personal, julio, 2021), Gerente emisora 107 Digital de Pitalito: “Con algunos practicantes de Comunicación hemos aprendido sobre el cubrimiento de temas culturales, franjas de crónicas de personajes, entre otros. El objetivo es, también, apoyarnos en los practicantes para que se encarguen de esos temas”. El realizar contenidos comunicativos del orden social, se establece como potencial de replicación para otros comunicadores (empíricos) en Pitalito.

En esta línea, el profesor F. Charry (comunicación personal, julio, 2021) establece: “Pitalito es la puerta de entrada al macizo Colombiano y se relaciona con la entrada al trapezio amazónico y eso tenía un peso en los estudiantes, su contexto es esa idea de que ellos tienen mucho que contar, el entorno tiene mucho que decir. Los estudiantes estuvieron dispuestos a abrir el escenario a contar esas historias”. Lo anterior en relación a estudiantes de los talleres de producción documental, hoy graduados y que hicieron parte de la investigación.

Con el fuerte componente documental presente en los egresados, es indispensable volver la mirada a otras posibilidades para potencializar en la formación y que los egresados muestran como una herramienta más para fortalecer sus ambientes laborales. Las posibilidades conceptuales y técnicas nunca serán por completo suficientes, pero la educación profesional debe dotar de cuantas posibilidades como oportunidades de mejora pueda sembrar en el futuro egresado. Así lo relacionan Arana & Batista (1999): “La Educación Superior debe tributar a la sociedad con la formación de hombres capaces de identificar, asimilar, utilizar, adaptar, mejorar y desarrollar tecnologías apropiadas, que brinden soluciones adecuadas en cada momento, formación que debe combinar la calificación técnica, social y humana” (p. 11).

Unas de las potencialidades apropiadas que brindan solución a distintos escenarios ocupacionales es el componente argumental, que, aunque en el orden curricular se tiene establecido con un taller en quinto semestre, según los egresados no se aborda con profundidad en el plano de la realización. “En lo argumental se llega hasta la escritura del guión y aunque es importante, sería fundamental llevarlo a la fase de la producción”, señala la egresada L. Sánchez (comunicación personal, junio, 2021).

Por otra parte, durante la formación audiovisual los egresados apuntan a la falta de rigurosidad en la elaboración de contenidos de forma continua. B. Erazo (comunicación personal, junio, 2021) estima que “Es importante pensar las cosas, pero también hacerlo de forma rápida por la inmediatez de la información actual”. Posición que expresa la falta de realización de más contenidos durante la formación. Estos contenidos pasan por los escritos, radiales o videoclips que realizan de manera continua en su trabajo como comunicador en la empresa del orden cooperativo Fundacoofisam.

En el mismo sentido, L. Sánchez (comunicación personal, junio, 2021), reconoce que los tiempos que se manejan durante la formación difieren mucho de los tiempos en el plano laboral: “Las noticias se dan de forma inmediata, el cubrimiento, la elaboración de presentaciones, registro y puestas al aire son muy rápidas, algo que en la Universidad (como referencia a su aprendizaje) es completamente diferente, en ocasiones realizamos máximo 3 contenidos en todo un semestre, mientras que a diario, en el canal donde trabajo, realizo de 4 a 6 contenidos de

mayor duración”. Los aspectos de inmediatez y creación de contenidos continuos crean dinámicas diferentes en lo laboral para los egresados, coyuntura que es necesaria abordarla en términos de conocimiento, pero también de plasmar las realidades mediáticas actuales sin desconocer la rigurosidad investigativa en los talleres propios del orden audiovisual.

Es la producción Audiovisual uno de los recursos que mayor utilidad describen estos egresados. La inmediatez, multiplicidad de situaciones, eventualidades, noticias, desarrollos sociales, políticos, económicos y culturales a los que a diario se enfrenta el egresado; tanto para cubrir como para crear contenidos, hace de la faceta audiovisual un componente fuerte para seguir consolidando en la formación de pregrado. AFACOM (2020) describe las características ocupacionales con mayor demanda para el caso de los Comunicadores Sociales y Periodistas: “...productores y realizadores audiovisuales (14,8 %) con formación especializada en roles y oficios propios de la producción audiovisual, y a profesionales que se desempeñen tanto en la realización de productos audiovisuales como en la dirección de empresas de comunicación audiovisual...” (p. 20).

En el análisis de los contenidos que los egresados realizan, no se observa una huella propia de sus creaciones. Estos contenidos son las notas publicadas en los medios televisivos en el caso de la egresada y en plataformas digitales de Fundacoofisam para el egresado.

Los contenidos Audiovisuales muestran un profesionalismo de buenos registros, planos, iluminación, composición, musicalización, presentación o creaciones escritas. Por otro lado, las creaciones no son más que las réplicas de todos los contenidos genéricos de los medios masivos de comunicación, no existen contenidos creativos, novedosos o que muestren un fuerte componente visual diferente a lo establecido por lo audiovisual. Esto lo complementa W. Cuenca (comunicación personal, julio, 2021), director de Pitalito noticias: “En el campo Audiovisual ha faltado bastante, en la actualidad las creaciones Audiovisuales son permeadas por creaciones de otros lugares y países”. Para Wilson Cuenca los contenidos mostrados por los egresados son fiel copia de elementos sonoros y audiovisuales de medios nacionales e internacionales. Las composiciones suelen seguir patrones repetidos en canales de YouTube (virtuales) o de cadenas nacionales de televisión.

Finalmente, en el marco de la formación profesional audiovisual de los graduados en Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, sede Pitalito, se encuentra una recurrente postura en los 23 graduados participantes de la investigación: contemplan la poca cercanía por parte de los docentes en el área audiovisual. Aunque no es exclusivamente esta área, por los objetivos de la investigación sólo se abordó este aspecto.

El no contar con la planta docente directamente radicada en Pitalito, los egresados plantean que generó una debilidad en los procesos pedagógicos. Por lo anterior no se realizaban procesos personalizados a proyectos e iniciativas para fortalecer los conocimientos Audiovisuales. “El no contar con los profesores aquí en Pitalito, fue algo que nos marcó, aunque los docentes viajaban cada 15 días, no fue bueno para realizar actividades o retroalimentaciones constantes, la cercanía del profesor es algo importante, poder contar con ellos en cualquier momento”, señaló el egresado B. Erazo (comunicación personal, junio, 2021).

Por su parte, Lina Sánchez recuerda procesos interesantes como muestras Audiovisuales con los profesores Fernando Charry y Andrés Rivera, argumenta que esos escenarios fueron muy importantes para mostrar las producciones y poder realizar contenidos que tuvieran un público objetivo e incluso consolidar procesos de formación. Pero, estos escenarios fueron muy pocos por la misma lejanía de los docentes.

Por su parte la docente C. Zuñiga (comunicación personal, julio, 2021) expresa: “El poder sentir que Pitalito tiene mucho para dar y fortalecer en su conocimiento. Una debilidad para los temas pedagógicos es que los profesores estén yendo y viniendo. Eso lo sienten los estudiantes, pero también lo sienten los profesores al estar viajando y depender de las vías, de los tiempos y ese desgaste para llegar a dar su clase”. Lo anterior, también fue expresado por todos los egresados de la investigación.

El rol docente en la formación profesional es un tema importante que rescatan los egresados consultados en la investigación. El componente didáctico y pedagógico es insumo primordial en la consolidación educativa del futuro egresado, así lo complementa Tobón (2013):

El papel de la didáctica consistirá en hacer que esa adquisición de conocimientos sea más efectiva, eficaz y eficiente. Tanto lo curricular como lo didáctico relacionan el mundo educativo con el mundo de la vida, con unos fines específicos para formar un tipo de hombre y mujer que harán que esa sociedad sea diferente a otras. (p. 149)

Con la no presencia continua por parte de los docentes del área audiovisual en la formación de los egresados, las determinaciones pedagógicas no consolidaron un proceso complejo y completo con el que los egresados apuntan a ser un punto fundamental por mejorar.

Con lo anterior, se genera un punto fundamental en la formación profesional Audiovisual. Esta formación no debe agotarse durante tiempos fijos y completamente establecidos, la producción Audiovisual (en términos argumentales y documentales) no tiene horarios fijos. Se hace indispensable replantearse estrategias de acompañamiento y acercamiento constante con los educandos, los egresados presentan esto como una debilidad para su formación, con lo cual es pertinente contar con el personal docente fijo en la sede de Pitalito. De esta manera se genera apoyo constante en el aprendizaje y en las retroalimentaciones profesionales para el orden profesional. No solo se agota en términos pedagógicos, sino que va más allá, porque puede generar procesos de aprendizaje y reconocimiento del entorno. Genera un anclaje en la región que propenda por investigarla, investigar la región Sur del Huila desde dentro y en los procesos, consolidar escenarios de aprendizaje audiovisual.

De esta manera las apreciaciones logradas por los egresados apuntan a consolidar una formación de calidad para el pregrado de Comunicación Social y Periodismo en la Usco, Sede Pitalito. Desde el panorama holístico de todas las potencialidades y oportunidades de mejora, la tarea para solidificar una formación más fuerte en lo audiovisual del egresado se debe originar con la construcción constante del orden curricular. Con referencia a esto, Iafrancesco (2015) propone que:

Dentro de las características fundamentales del currículo se tiene que:

Interdisciplinariedad, porque en el currículo deben tener acogida todas las concepciones y diversos puntos de vista desde los cuales se interpreta la realidad, enriqueciendo la visión y permitiendo que las diferentes ramas del conocimiento se integren. (p. 219)

Es el caso de los egresados, se muestran posiciones argumentadas, desde sus realidades ocupacionales, acerca de su formación. Para el objetivo de la investigación, contemplada en el análisis Audiovisual, se presentan oportunidades por reivindicar la faceta del profesional con fuertes actitudes y aptitudes en componentes mediáticos que respondan a las realidades y coyunturas propias de la región Sur Huilense.

Las circunstancias, opiniones, características y hallazgos en el campo de formación, deben entenderse como oportunidades problemáticas para un desarrollo eficaz que arrojen posiciones propositivas en el orden curricular. Entendiendo la concepción “Problemática” como lo menciona López (2014): “La formación en esta concepción se entiende como la síntesis creativa entre un campo de conocimientos y un campo de problemas que generan características determinantes de los procesos a partir de la duda, la incertidumbre y la creación colectiva que su desarrollo comporta” (p. 9).

Con todo, consolidar todo escenario investigativo como componente que sume a las distintas posiciones y análisis de todos los actores involucrados en el proceso educativo. Los egresados hacen parte de ese proceso. Al crear la unión de las distintas lecturas, que cada colectivo aporta para el orden curricular; se establece lo que López (2014) denomina:

...la necesidad de consolidar la formación basada en problemas como el dispositivo esencial para la transformación del enfoque pedagógico de transmisión, implica lo anterior, que se debe desarrollar un proceso de reflexión, análisis y discusión a través de los diferentes Comités Curriculares o, el mecanismo organizativo con el cual cuenten las IES... (p. 13)

El programa de Comunicación Social y Periodismo de Pitalito está conformando un nicho de conocimiento propio, debe consolidarlo y empezar las lecturas propias, basadas en sus actores educativos. Este será el primer momento en la construcción de un currículo que genere alternativas novedosas y pertinentes para la formación profesional Audiovisual del Sur del departamento del Huila.

De otra parte, las formas, métodos y objetivos de contenidos Audiovisuales mutan constantemente, con lo que las herramientas tecnológicas que conocieron los egresados en su pregrado, quedan obsoletas cuando el mercado ofrece nuevos parámetros. Esto debe ser reconocido no sólo por el programa, si no por la Universidad para consolidar políticas de actualización tecnológica permanente.

Junto con lo anterior, el egresado debe ser quien conozca de primera mano los adelantos tecnológicos y prácticos de la rama audiovisual. esto ayudará en gran medida a la tendencia social a sólo reconocer los comunicadores sociales y periodistas como creadores de contenidos en los medios de comunicación tradicionales.

Es necesaria la introducción de nuevas facetas, importantes y actuales, en la cual el programa de Comunicación Social y Periodismo no aborda en su formación: Lo referente al Marketing Digital. En la misma línea, la región tiene un potencial paisajístico, cultural y de escenarios por aprovechar para las creaciones comunicativas. Se debe acudir a este contexto como apoyo para los proyectos de emprendimiento en los talleres de formación audiovisual.

Finalmente, la no presencia continua por parte de los docentes del área audiovisual en la formación de los egresados de Pitalito, es un tema a mediano y largo plazo que debe ser replanteado en beneficio de las determinaciones pedagógicas no solo del área audiovisual, sino de todo el desarrollo educativo del profesional de la comunicación social y periodismo.

7. CONCLUSIONES

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

El papel del comunicador social y periodista en Pitalito y el sur del Huila no es valorado. Las pocas oportunidades laborales, en los que los egresados que no laboran actualmente se han desempeñado, fueron puestos de trabajos ayudados por favores políticos. Estos puestos son modificados una vez que se renuevan sus directores o jefes superiores, cuando el requerimiento político y proselitista lo permitan. No solo el anterior panorama impacta las oportunidades laborales del egresado, la falta de experiencia ha consolidado una barrera más para poder adquirir escenarios laborales. En la búsqueda de oportunidades de egresados, al volver a pueblos de origen como San Agustín, Oporapa, Timaná o Saladoblanco, los municipios no reconocen al profesional de la comunicación como ente importante para el desarrollo regional, las oportunidades son pocas, en las alcaldías o empresas de los municipios hasta el momento no se encuentran ocupaciones para el profesional de la comunicación.

La comunicación audiovisual es un pilar importante en los escenarios laborales de los egresados actualmente en Pitalito. En todos los escenarios de ocupación que arrojó la investigación, la consolidación de contenidos audiovisuales es relevante e insumo fundante de los quehaceres profesionales. En la creación de contenidos audiovisuales, los egresados pudieron reconocer oportunidades de potencializar iniciativas de emprendimiento, aunque en la actualidad están en sus primeros pasos, a futuro pueden orientar nuevas dinámicas empresariales en el sur del Huila.

En Pitalito opera un buen número de medios de comunicación, tanto del orden radial, televisivo o digital (14, 8 y 17 respectivamente), añadiendo a estas entidades gubernamentales 5 y empresas del sector cooperativo 7, que en algún momento presentaron una oficina o empleado del orden comunicacional. Por parte de los medios de comunicación, priman contenidos del orden musical y del entretenimiento, al igual que personal con formación empírica, con experiencia de años realizando contenidos. En los medios predomina la vinculación sólo por

ventas directas de publicidad, los egresados han desempeñado estos roles, con experiencias no gratificantes y bajo nivel de remuneración. Por su parte las entidades gubernamentales y empresas cooperativas muestran un mejor nivel salarial, pero estas oportunidades dependen de los movimientos políticos o apreciaciones de la importancia del comunicador por el gobernante o gerente de turno.

Todos los medios de comunicación del sur del Huila han migrado a realizar, para sus medios, contenidos digitales; bien sea en página web, páginas o perfiles de Facebook. Los contenidos digitales son replicas o copias de los mismos contenidos emitidos por los medios tradicionales. Se presenta una importante oportunidad para darle peso conceptual, técnico y práctico al conocimiento de los contenidos digitales. En la actualidad, las plataformas digitales de los medios combinan técnicas y formatos comunicativos, los medios radiales y televisivos complementan sus plataformas con archivos fotográficos, escritos y audiovisuales. Se hace pertinente el análisis y formación profesional del comunicador social y periodista en la creación de contenidos propiamente digitales.

Tanto las empresas del sector productivo como las gubernamentales construyen demandas crecientes de contenidos publicitarios en distintos formatos. El egresado cuenta con herramientas teóricas de la comunicación, pero presenta falencias en la construcción de contenidos publicitarios ágiles, oportunos, creativos y, sobre todo, con las determinaciones actuales de calidad y formatos tanto digital como físico. En la formación pregradual, en el orden curricular no se encuentran relacionados aspectos de contenidos publicitarios, salvo análisis coyunturales de medios masivos de televisión y su impacto en la sociedad.

En los medios digitales de los 7 municipios periféricos a Pitalito, la creación de medios digitales de comunicación está iniciando por parte de los medios o personas sin formación profesional que publican contenidos con poca o nula rigurosidad. El profesional de la comunicación siente que es un escenario propicio para su desarrollo y aporte comunitarios; pero las herramientas presupuestales para solventar dichos medios digitales, hasta el momento, es poca o nula en la mayoría de proyectos digitales.

En las entidades del orden cooperativo, los escenarios laborales del comunicador social y periodista está, en alto porcentaje, representado por la creación de contenidos. Aunque esta es importante, no se vacía por completo en las competencias adquiridas por la formación. El Profesional de la comunicación en las entidades de este orden, quiere aportar en el análisis de una comunicación asertiva, con diagnósticos comunicacionales internos o externos. Para esto, los egresados advierten que necesitan consolidarse de la mano de un trabajo a mediano y largo plazo para cambiar las percepciones de empleadores con relación a la profesión del comunicador.

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

A lo largo de los 8 semestres de formación de los comunicadores sociales y periodistas, se establecieron temáticas como los modos de expresión audiovisual en el espectro comunicativo, técnicas, lenguajes y estéticas, pero estas se dieron de forma superficial, lo que para los egresados no logró aportar herramientas amplias y a mayor profundidad. Con lo anterior, una vez graduados, en el plano laboral se revelaron como necesarias. Se observa que es necesario un profesional con capacidades de alto nivel en apreciaciones estéticas de la imagen y el color, a si como insumo para la construcción de contenidos en medios o empresas publicitarias.

La formación profesional de los graduados presenta un alto nivel de apropiación por las coyunturas locales y regionales. El papel del comunicador como ente importante en la construcción de región, fue expuesto por la academia en los egresados. Pero más allá de esto, junto con las pocas oportunidades laborales en la región, el egresado intenta conocer las dinámicas en la creación de medios masivos de comunicación. Durante su formación no logró consolidar los conocimientos en material legislativa para comprender la creación de medios o empresas comunicativas del orden local, regional o nacional.

Con relación a la falta de experiencia profesional del egresado, como objetivo para solventar de alguna manera estas falencias, el programa de comunicación social y periodismo cuenta con proyectos de práctica profesional para estudiantes en los últimos dos semestres. Para el caso de la investigación, los medios y/o entidades en los que los egresados realizaron sus prácticas profesionales, aunque aportó escenarios importantes para su desarrollo, no logró pasar la línea de empalme de la practica hacia la consolidación del campo laboral. Hasta el momento de la investigación, la egresada Lina Sánchez (quien labora en *TV Laboyana*) es el único caso en el cual se cumplió con el objetivo de pasar de practicante profesional a un plano laboral de la egresada, una vez graduada. De otra parte, se revela una preocupación hacia la noción de práctica profesional como una alternativa construida por los medios y/o empresas para contar con estudiantes como solvento a necesidades de personal. Postura que puede convertirse en una cómoda estrategia del empleador para no determinar gastos en personal y subsanarlos con la figura de educandos bajo la figura de práctica profesional.

Durante la formación del comunicador social y periodista, las herramientas tecnológicas (que fueron pocas) lograron solventar los conocimientos prácticos. Pero a la luz de las realidades ocupacionales y laborales, Los estándares en la construcción de contenidos Audiovisuales mutan constantemente, con lo que las herramientas tecnológicas que conocieron los graduados en su formación, quedan obsoletas cuando el mercado ofrece nuevos parámetros. Se tiene, con esto, un desbalance importante entre los requerimientos tecnológicos del orden audiovisual y los establecidos en la formación.

En Pitalito y la región sur del departamento del Huila se observa una tendencia social a sólo reconocer los comunicadores sociales y periodistas como creadores de contenidos en los medios de comunicación tradicionales. Con esto, y los condicionamientos de orden político afectan directamente las oportunidades laborales del egresado. Otorgan poco valor al profesional, catalogan y valoran las oportunidades laborales como puestos móviles para solventar favores proselitistas. Este tipo de cuestionamiento los relacionan todos los egresados que laboraron en estas entidades. Por su parte la academia, no se interesa por observar este tipo de coyunturas.

En el orden ocupacional y laboral el egresado se ha enfrentado a una inmediatez en los contenidos. La información en los medios se encasilla en la inmediatez, en publicar información de forma ágil y llamativa. Al estar de frente en estos escenarios, el egresado a reconocido las falencias en la parte técnica, que es la herramienta fundamental para realizar los trabajos de este tipo. Con lo anterior, a construido un auto conocimiento o apoyo en el ensayo – error para solventar las necesidades técnicas para elaborar contenidos con estándares actuales. En cuanto a buscar solventar los conocimientos técnicos, la región no ofrece alternativas de este tipo.

El egresado se está enfrentando a nuevas dinámicas en su rol como comunicador social y periodista, lo anterior, en relación a las nuevas tecnologías y medios digitales. La formación, se está quedando un paso atrás junto con los nuevos modelos comunicativos digitales. Con esto, se revela una faceta importante y muy actual en la cual el programa de Comunicación Social y Periodismo no aborda en su formación: Lo referente al Marketing Digital y afines.

Las dinámicas en las que se establece la formación del comunicador social y periodista, en el orden audiovisual no aprovecha muchos aspectos de la región sur del departamento. La consolidación de creaciones audiovisuales, documentales y argumentales no pasan, de una manera amplia por el territorio. Aunque los egresados reconocen algunos aspectos en las creaciones documentales, que fueron esenciales para el conocimiento cultural y social del territorio, muestran por otro lado, la inexistencia de plataformas macro para mostrar dichos contenidos. Una formación de públicos para lo audiovisual es un escenario que presenta oportunidades de mejora en lo audiovisual.

Al no contar con docentes de forma presencial continua en la formación del comunicador social y periodista en Pitalito, los egresados no lograron consolidar aprendizajes más eficientes en la proyección de procesos de producción audiovisual. Los ejercicios de producción audiovisual contribuyen un escenario amplio y complejo que debieron contar con una presencia continua por parte de los docentes.

Los contenidos realizados en el plano profesional de los egresados, no muestran mayores relevancias e identificaciones con relación a los transmitidos por los medios masivos de comunicación. La creatividad en los contenidos, sus puntos relevantes, aportes novedosos o que muestren un fuerte componente visual, no están presentes en los realizados por egresados. Una vez se plasman en los medios de comunicación o entidades, bajo los cuales el comunicador genera contenidos de este tipo, los egresados copian expresiones audiovisuales de otros medios.

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

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

7.1 RECOMENDACIONES

Es necesario llevar a cabo un seguimiento estructurado, consciente y oportuno para los egresados del programa de comunicación social y periodismo de la Usco sede Pitalito. El número de egresados inicia a ser constante debido a los años transcurridos en la apertura del programa. Es el tiempo de construir una política propia de seguimiento a estos procesos. A mediano y largo plazo estos acercamientos responderán a un análisis, cada vez más actualizado de las demandas comunicativas de la región, con lo cual potencializa la pertinencia de la formación. En la misma línea, la copia de referentes curriculares traídos de la formación del mismo programa de Neiva, es necesaria analizarla para plasmar un enfoque local, de la mano de las realidades y discusiones con el quehacer de los egresados.

En los planes curriculares, es pertinente añadir más iniciativas en formación de creación de empresas del orden comunicativo junto con sus legalidades. Aunque en el último ciclo de formación se cuenta con una asignatura de creación de proyectos, es necesario, desde mucho antes, como línea transversal a los procesos audiovisuales, el conocimiento de los inicios o concepciones económicas para solventar un medio, tanto tradicional como digital. Reconocer la enseñanza de las buenas prácticas en comercio publicitario (abordar la enseñanza de estas coyunturas). Por otro lado, fortalecer los aprendizajes de los contenidos para lo digital, estos tienen sus propias dinámicas y no pueden ser iguales a los establecidos para los medios tradicionales.

Aunque los egresados reconocen que pensarse su territorio es un aspecto que, aunque se toca en algunos talleres audiovisuales, no se consolida de manera adecuada como línea transversal en toda su formación. La región tiene un potencial paisajístico, cultural y de escenarios por aprovechar para las creaciones comunicativas. Es necesario un apoyo para los proyectos de emprendimiento en los talleres de formación audiovisual. Potencializar las oportunidades, para lo audiovisual, en el sur del Huila, tanto en el plano documental como en las fortalezas para realizaciones argumentales.

Es necesario un acercamiento durante la formación del profesional en comunicación con los municipios aledaños a Pitalito. Las potencialidades del territorio y los medios digitales; en cuanto a su práctica profesional pueden surgir como oportunidades laborales de emprendimiento en esos municipios. Es necesario crear los escenarios desde la formación, una oportunidad puede derivarse con las prácticas profesionales en los municipios. Empezar a darle peso, en términos de visualización al comunicador, no solo en Pitalito, sino en todo el sur del Huila. Ampliar el nicho de la academia, la universidad, aunque cuenta con un campus; este no tiene límites. Todo el territorio puede consolidarse como campus universitario. De igual manera, es necesaria una apropiación del educado con su práctica profesional, debe ser entendida como una oportunidad

de afianzar sus conocimientos y adquirir experiencias cercanas a lo laboral, pero si dejar de vista el objetivo propuesto en su proyecto. Lo anterior, para no solventar aprovechamientos de los medios o entidades en la toma de practicantes como suplemento al número de personal. El practicante profesional no puede consolidarse como un cómodo referente de aprovechamiento para las empresas o medios.

El programa de comunicación social y periodismo en la sede Pitalito, debe reconocer un aspecto importante para potencializar la comunicación en el territorio; esto tiene que ver con volver los ojos a los comunicadores empíricos (personas que hacen medios por algunos años en Pitalito. En la relación entre empíricos y profesionales de la comunicación está una excelente oportunidad para reconocer al profesional y es necesaria la intervención de las entidades educativas para lograr profesionalizar a más personas, incluidas quienes hacen medios de forma empírica. Un inicio importante, puede darse con la creación de escenarios de encuentro, diálogo de saberes, foros y/o conversatorio alrededor de la comunicación que se establece en el sur del Huila. Con lo anterior se visualizarán nociones de acercamiento para consolidar una comunicación adecuada al territorio, pensada por todos sus actores.

REFERENCIAS

- Acebedo, J. (2019). Propuesta de redefinición del Perfil Profesional del Comunicador Social de la Universidad Surcolombiana a partir de la identificación de problemas y demandas del entorno. *Revista paca*, 9, 57-70.
<https://journalusco.edu.co/index.php/paca/article/view/2473/3700%0Ahttps://journalusco.edu.co/index.php/paca/article/view/2473>
- Adame, T. (2009). Medios audiovisuales en el aula. *Revista digital del Central Sindical Independiente y de Funcionarios*, 19, 1-10. http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_19/ANTONIO_ADAME_TOMA_S01.pdf
- AFACOM. (2020). *Profesiones de la comunicación y transformaciones del mundo del trabajo. Informe ejecutivo.*
- Arana, M., & Batista, N. (1999). La Educación en Valores: Una propuesta pedagógica para la formación profesional. *Pedagogía Universitaria*, 3, 30.
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34561258/Propuesta_educacion_en_valores.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1549396793&Signature=z7RpCXs4FPvfRW9NHEKM0pGWcag%3D&response-content-disposition=inline%3Bfilename%3DLA_EDUCACION_EN_V
- Benjamin, W. (1890). *Pequeña historia de la fotografía* (casimiro (ed.); Vol. 1).
<https://facultad.pucp.edu.pe/comunicaciones/ciudadycomunicacion/wp-content/uploads/2016/06/Benjamin-Pequeña-Historia-de-la-fotografia-1.pdf>
- Bizneo. (2020). *Evaluación del desempeño*. <https://www.bizneo.com/blog/como-evaluar-desempeno-laboral/>
- Casanova, F. (2003). Formación profesional y relaciones laborales. *Sindicatos y formación*, 4, 75-77. https://www.oitcinterfor.org/sites/default/files/file_publicacion/casan.pdf
- Charry, F. (2014). *El pensamiento crítico: Evaluación cualitativa de las experiencias significativas en la formación del pensamiento crítico en egresados del PCSP Usco*. [Tesis de Maestría, Universidad Surcolombiana].
- Ley 2043 de 2020, 1 (2020). https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY_2043_DEL_27_DE_JULIO_DE_2020.pdf
- Comunicación Social Y Periodismo. (2019). *Informe de acreditación del programa de comunicación social y periodismo.*
- Consejo Superior de la Universidad Surcolombiana. (2016). *Acuerdo Número 010 de 2016 - Proyecto Educativo Universitario PEU* (Número 23).
https://www.usco.edu.co/archivosUsuarios/16/publicacion/consejo_superior/acuerdo/acuerdo_010_de_2016.pdf
- DANE. (2020). *Desempleo en jóvenes*. Dane.gov.co
- Ferrés, J. (2007). La competencia en comunicación audiovisual : propuesta articulada de

- dimensiones e indicadores. *Comunicar*, XV(29), 100-107.
- Ferrés, J., & Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 2012, Vol.XIX(38), p.75, XIX(38), 75. <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2011-02-08>
- Fuentes, R. (1985). La Comunicación Educativa Audiovisual: Un marco teórico para el empleo de medios audiovisuales en la educación superior. *La Comunicación Educativa*, 71-102. <http://hdl.handle.net/11117/2897%0AEste>
- Gárate, W. (2010). *Así deben ser los periodistas que la sociedad requiere* (Vol. 7, Número 2) [Tesis de Maestría, Universidad de Cuenca]. <https://doi.org/10.1192/s0368315x00238942>
- García, L. (2020). Cultura Audiovisual en la formación profesional del sistema educativo. *Tarbiya2020*, 04, 73-85. https://doi.org/10.1007/3-540-30964-0_1
- González, N., Ramírez, A., & Salcines, I. (2018). Competencia mediática y necesidades de alfabetización audiovisual de docentes y familias españolas. *Educacion XXI*, 21(2), 301-321. <https://doi.org/10.5944/educXX1.16384>
- Iafrancesco, G. (2015). *Modelo Pedagógico Holístico Transformador: fundamentos, dimensiones, programas y proyectos en la Escuela Transformadora* (2.^a ed.). CORIPET EDITORIAL.
- Imbáchiz, O., & Zarta, M. (2018). Estudio de desempeño laboral de los graduados, entre 2007 y 2017, del programa de comunicación social y periodismo, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Centro regional Girardot [Minuto de Dios]. En *Uniminuto* (Vol. 1, Número 1). <https://doi.org/10.29333/aje.2019.423a>
- López, N. (2001). *La de-construcción curricular* (Magisterio (ed.); 1.^a ed.).
- López, N. (2014). Referentes teóricos y conceptuales básicos para abordar la problemática curricular en la educación superior. *Revista Paca*, 4, 1-28.
- López, N. (2017). La investigación: Estrategia esencial en la de-construcción curricular de la formación del profesional académico de la educación. *Educación y cultura*, 122, 39-44.
- Mellado, C. (2009). Evolución del campo ocupacional y académico del periodista Latino Americano: Lógicas de mercado y esquemas de formación. *Opcion*, 25(59), 2.
- Mercé, O. (2016). Panorámica de la educación en comunicación audiovisual. *revista puerta de la Investigación*, 25, 29-40. https://www.researchgate.net/publication/277264921_Panoramica_de_la_educacion_en_comunicacion_audiovisual
- Ministerio de educación. (2010a). *Estrategia CERES*. www.mineduccion.gov.co
- Ministerio de educación. (2010b). *Términos para apoyar estrategias de Regionalización de la Educación Superior*. mineduccion.gov.co
- Ministerio de Educación. (2015). *Educación Superior 2014 - Síntesis Estadística Departamento De Huila*. www.mineduccion.gov.co

- Monje Álvarez, C. A. (2011). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica. En *Universidad Surcolombiana*.
<http://carmonje.wikispaces.com/file/view/Monje+Carlos+Arturo++Guía+didáctica+Metodología+de+la+investigación.pdf>
- Moreno, E. (2003). Desempeño ocupacional: dimensiones en los ciudadanos y ciudadanas habitantes de calle. *Umbral Científico*, 2.
- Muñoz, Z. (2016). *Estudio Comparativo de Egresdos PCSP*. [Informe de investigación, Universidad Surcolombiana].
- Noboa, M. (2011). *Incidencia de los medios audiovisuales en el desarrollo de las competencias profesionales de los egresados de la carrera de comunicación social de la U. Politécnica Salesiana*. [Tesis de Maestría, Universidad Tecnológica Equinoccial].
- Portal Universitario. (2020). *Universidad Surcolombiana*. www.usco.edu.co
- Programa de Comunicación Social y Periodismo. (2006). *Currículo Comunicación Social y Periodismo*.
- Rama, C., & Cevallos, M. (2016). Nuevas dinámicas de la regionalización universitaria en América Latina. *Revista Internacional de Investigación en Educación*, 8(17), 99-134.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.m8-17.ndru>
- Red de Instituciones técnicas profesionales y universitarias Públicas. (2018). *Regionalización de la educación superior*. Congreso Ciencia y Educación. <https://www.redttu.edu.co/es/2093-2/>
- Rivera, J. (2016). Los retos de la formación profesional: la formación profesional dual y la economía del conocimiento. *Revista Internacional de Organizaciones*, 0(17), 141-168.
<https://www.raco.cat/index.php/RIO/article/view/318460/408619>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la Investigación* (6.^a ed.).
- Segrera, F. L. (2008). Tendencias de la educación superior en el mundo y en América Latina y el Caribe. *Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)*, 13(2), 267-291.
- Tobón, S. (2013). *Formación integral y competencias* (Vol. 4, Número 2).
<https://www.redalyc.org/pdf/4575/457545095007.pdf>
- Tucho, F., Fernandez-Planells, A., Lozano, M., & Figueras-Maz, M. (2015). La educación mediática, una asignatura pendiente en la formación de periodistas, publicitarios y comunicadores audiovisuales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 689-702.
<https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1066>
- Tunerman, C. (2011). La educación superior frente a los desafíos contemporáneos. *Pensamiento Universitario*, October 2011, 95-109.
- Universidad Surcolombiana. (2009). *Plan de Desarrollo Universidad Surcolombiana*.
- Vilchez, M. (2011). *Universidades en el mundo*. Universidades en el mundo.
<http://www.carlosvilcheznavamuel.com/universidadesenel-mundo/>

ANEXOS

ANEXO A; PLAN DE ESTUDIOS DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE LA USCO SEDES NEIVA Y PITALITO

Tabla 14

Asignaturas Audiovisuales del Plan de Estudios del programa de Comunicación Social y Periodismo (Ciclo Básico)

Ciclo 1. básico (Introducción)		
	Semestre I	Semestre II
Área	Asignaturas	
Competencias Comunicativas	Escritura I	Escritura II
	Taller de apreciación y producción sonora	Taller de apreciación y producción de la imagen
	Oralidad I	Oralidad II
Contexto y comunicación	Seminario de teorías de la comunicación I	Seminario de teorías de la comunicación II
	Taller de comunicación y sociedad I	Taller de comunicación y sociedad II
	Constitución Política	Ética
	Autoreconocimiento y orientación profesional	
Sociales / humanístico y electivas	Medio Ambiente	Electiva
Total, créditos ciclo básico 36		

Tomado de “Plan de estudios Programa de Comunicación Social” (Acuerdo No.9 del 8 de Julio de 2005 del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Tabla 15

Plan de Estudios programa de Comunicación Social y Periodismo Ciclo profesional

Ciclo 2. Profesional				
	Semestre III	Semestre IV	Semestre V	Semestre VI
Área	Asignaturas			
Comunicación Ciudadana y comunitaria	Seminario de comunicación ciudadana y comunitaria	Seminario de comunicación ciudadana y comunitaria I	Seminario de comunicación ciudadana y comunitaria II	Seminario de comunicación ciudadana y comunitaria III
Comunicación Audiovisual y	Seminario de TV			

Nuevas Tecnologías	Seminario de Radio			
	Seminario TIC			
Periodismo	Seminario de géneros periodísticos narrativos	Énfasis – Componente Flexible (el estudiante debe tomar 27 créditos académicos)		
Producción Editorial	Seminario de producción editorial			
Comunicación, sociedad y Organizaciones	Seminario de comunicación, sociedad y organizaciones			
Investigación		Seminario de investigación periodística	Seminario de Investigación I	Seminario de Investigación II
Sociales Humanístico y electivas	/ Electiva y	Electiva	Electiva	Electiva
Total, créditos ciclo profesional	72			

Tomado de “Plan de estudios Programa de Comunicación Social” (Acuerdo No.9 del 8 de Julio de 2005 del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Tabla 16

Plan de Estudios programa de Comunicación Social y Periodismo Ciclo Profesional

Ciclo 2. profesional (Énfasis)				
Área	Semestre IV	Semestre V	Semestre VI	
	Asignaturas			
Comunicación Audiovisual y Nuevas Tecnologías	Guión Documental para TV	Guión Argumental para TV	Producción Audiovisual	
	Libreto Documental para radio	Libreto Argumental para radio	Producción radiofónica	
	Comunicación digital	Edición Digital en Radio y TV	Historia del Cine	
Periodismo	Géneros Informativos	Géneros de opinión	Edición Periodística	
	Reportería gráfica		Periodismo Digital	

	Periodismo especializado I	Periodismo especializado II	Periodismo Especializado III
	Diseño y diagramación		
	Concepción y producción de libros	Edición de revistas	Administración editorial
Comunicación, sociedad y organizaciones	Seminario y Comunicación economía	Seminario y Comunicación Salud	Taller de Estrategias Comunicativas
	Seminario y Comunicación Política	Seminario y Comunicación Educación	Taller de Asesoría y Consultoría
	Taller Diagnóstico Comunicacional	Taller Pllaneación Comunicacional	Taller de Productos Comunicativos
	Total, Créditos	9 por semestre / 27 por énfasis	

Tomado de “Plan de estudios Programa de Comunicación Social” (Acuerdo No.9 del 8 de Julio de 2005 del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Tabla 17

Plan de Estudios programa de Comunicación Social y Periodismo Ciclo Finalización

Ciclo 3. Finalización e inserción laboral		
	Semestre VII	Semestre VIII
Área	Asignaturas	
Investigación	Seminario de grado	Trabajo de grado
Comunicación, sociedad y organizaciones / práctica profesional	Taller de Elaboración y Ejecución de proyectos	Creación y gerencia de empresas comunicativas
	Práctica profesional I	Práctica profesional II
Total, Créditos Ciclo III	33	

Tomado de “Plan de estudios Programa de Comunicación Social” (Acuerdo No.9 del 8 de Julio de 2005 del Consejo de Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

ANEXO B; PROTOCOLOS (INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN)

Protocolo 1: Grupo focal con egresados del programa

Este instrumento se determinó para un número determinados de egresados establecidos por su desempeño ocupacional.

Matriz de Grupo focal con egresados del Programa

Fecha:	Nombre de los participantes: Moderador:
Lugar:	Hora:
Objetivo: Describir los escenarios ocupacionales en los que se han desempeñado los graduados del programa de CSP Usco, sede Pitalito, en el lapso 2018 a 2020	
<p>Preguntas guía:</p> <p>Una vez graduados del pregrado CSP, ¿Cuáles fueron sus aspiraciones ocupacionales?</p> <p>¿Cuáles son sus escenarios ocupacionales actual?</p> <p>¿Qué actividades realizan en sus desempeños ocupacionales?</p> <p>¿Qué herramientas utilizan para su desempeño ocupacional?</p> <p>¿Qué utilidad le da a su formación profesional Audiovisual?</p> <p>¿Qué han aprendido en el ámbito ocupacional?</p> <p>¿Cuáles son sus aspiraciones ocupacionales a futuro?</p>	

Nota: Elaboración propia.

Protocolo 2: (Guía de entrevista semiestructurada con egresados)

Este instrumento se determinó para un número importante de egresados (Determinados en el capítulo siguiente).

Entrevista Semiestructurada con egresados

Fecha:	Nombre del participante:
Lugar:	Hora:
Objetivo: Describir los escenarios ocupacionales en los que se han desempeñado los graduados del programa de CSP Usco, sede Pitalito, en el lapso 2018 a 2020.	
<p>Preguntas guía:</p> <p>¿Cuándo ingresó al programa de CSP Sede Pitalito?</p> <p>¿Qué énfasis realizó durante la carrera y qué tipo de electivas realizó?</p> <p>Una vez graduados del pregrado CSP, ¿Cuál fue su aspiración ocupacional?</p> <p>¿Cuál es su escenario ocupacional actual?</p> <p>¿Qué utilidad le ha encontrado a la formación audiovisual en su escenario ocupacional?</p> <p>¿Cuáles son las metas que le han planteado en su desempeño ocupacional?</p> <p>¿Describa las principales funciones y actividades que realiza en su desempeño ocupacional?</p> <p>¿Qué tipo de herramientas tecnológicas utiliza para su desempeño ocupacional?</p> <p>¿Cuáles son sus tiempos en el desempeño ocupacional?</p> <p>¿Con quién realiza sus actividades ocupacionales?</p> <p>¿Cuál es su condición salarial con respecto a su desempeño ocupacional?</p> <p>¿Se siente a gusto con lo que realiza?</p> <p>¿Qué aprendizajes nuevos ha adquirido durante su desempeño ocupacional en lo relativo a su formación profesional audiovisual?</p> <p>¿Cuáles son sus aspiraciones ocupacionales a futuro?</p>	

¿Qué aprendizajes de competencias audiovisuales considera que necesita para desempeñarse en escenarios futuros?

Nota: Elaboración propia.

Protocolo 3: (Matriz de Revisión sistemática de sitios web)

Este instrumento viene determinado para un número importante de escenarios virtuales de los escenarios ocupacionales de la región sur del Huila.

Matriz 2. Revisión sistemática de sitios web de organizaciones y medios

Ficha de revisión sitio web Objetivo: Describir los escenarios ocupacionales en los que se han desempeñado los graduados del programa de CSP Usco, sede Pitalito, en el lapso 2018 a 2020. Nombre del sitio: Dirección url:	
Referentes de búsqueda	Hallazgos
Tipo de plataforma virtual	
Información teleológica	
Documentos Audiovisuales	
Documentación legal	
Otros	

Nota: Elaboración propia.

Protocolo 4: (Matriz de Revisión documental)

Previa solicitud ante la dependencia establecida, se consolidó la lectura y revisión de los archivos consolidando los datos en la ficha de revisión documental.

Matriz 3. de revisión sistemática de sitio web

Objetivo: <i>Describir los escenarios ocupacionales en los que se han desempeñado los graduados del programa de CSP Usco, sede Pitalito, en el lapso 2018 a 2020.</i> Nombre del documento:	
Referentes de búsqueda	Hallazgos
Tipo de documento	
Referentes	
Otros	

Nota: Elaboración propia.

Protocolo 5: Encuesta virtual a integrantes de comunidades, los medios y las organizaciones de Pitalito y el sur del Huila

Este instrumento se envió vía correo electrónico, previo conocimiento de las comunidades, medios u organizaciones en la región sur del Huila. Con el consolidado inicial de directorio telefónicos, se realizó la respectiva presentación del proyecto investigativo y el llamado respetuoso a la respuesta de la encuesta.

Aspectos formulados en la Encuesta

Objetivo: <i>Caracterizar las demandas comunicacionales de las comunidades, los medios y las organizaciones de Pitalito y el sur del Huila en el lapso 2018 a 2020.</i>
Aspectos: Nombre del participante Nombre de la comunidad, medio u organización

Escenario comunicacional presente.
 Características del escenario comunicacional.
 Objetivo de la comunicación en la entidad, medio u organización.

Demandas de comunicadores sociales o periodistas.
 Desempeño profesional del comunicador en la entidad, medio u organización.
 Percepción de la formación del comunicador social y periodista.
 Percepción de la formación Audiovisual (si se establece)

Posibilidades a futuro de los comunicadores sociales y periodistas.

Nota: Elaboración propia.

Protocolo 6: Formulario de entrevista semiestructurada a Empleadores

Este instrumento se determinó para un grupo de empleadores en los cuales se desempeñan los graduados.

Protocolo de Entrevista semiestructurada a Empleadores y líderes de organizaciones, medios y comunidades

Fecha:	Nombre del participante: Entidad, medio u organización:
Lugar:	Hora:
<i>Objetivo:</i> Caracterizar las demandas comunicacionales de las comunidades, los medios y las organizaciones de Pitalito y el sur del Huila en el lapso 2018 a 2020.	
Preguntas guía:	
¿Cuál es el escenario comunicacional presente en la comunidad, el medio o la organización?	
¿Cuál es el desempeño de un profesional de la comunicación y el periodismo en la comunidad, el medio o la organización?	
¿Cuál creer que es la demanda o requerimiento en materia de formación profesional de los comunicadores en el ámbito que usted se desempeña y que conoce más de cerca?	
¿Cuáles son las características de esas demandas o requerimientos de formación profesional audiovisual para los profesionales de la comunicación social y el periodismo en Pitalito y la zona sur del Huila?	

¿Cuál es su percepción frente a la formación del comunicador social y periodista de la Usco sede Pitalito?

¿Cómo describiría la formación profesional Audiovisual de los egresados del programa de CSy P sede Pitalito?

Nota: Elaboración propia.

Protocolo 7: Matriz de revisión de documentos

Previa solicitud ante la dependencia establecida (Programa de Comunicación Social y Periodismo USCO) se realiza la lectura y revisión de los archivos consolidando los datos en la ficha de revisión de documentos.

Matriz 4. Revisión de documentos

Matriz de revisión documental # ()		
Objetivo: Establecer las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) en el periodo 2018 a 2020.		
Documento	Referentes de búsqueda	Hallazgos
Currículo del programa (Por énfasis)	Formación profesional Audiovisual. Perfiles de formación.	
Plan de estudios (Por énfasis)	Formación Audiovisual	
Micro diseños de seminarios	Audiovisual (Temporal a vistos por egresados)	
Registros de trabajos Audiovisuales	Caracterización de competencias Audiovisuales.	
Informes de práctica profesional.	Componente Audiovisual	

Nota: Elaboración propia.

Protocolo 8: Protocolo de entrevista semiestructurada a Graduados

Protocolo de Entrevista semiestructurada a graduados

Fecha:	Nombre del participante:
Lugar:	Hora:
<i>Objetivo:</i> Establecer las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) en el periodo 2018 a 2020.	
<p>Preguntas guía:</p> <p>Durante el pregrado en la carrera de CSP ¿Cuál fue su énfasis de formación?</p> <p>¿Por qué escogió dicho énfasis?</p> <p>¿Cuáles son las características adquiridas en la formación profesional Audiovisual?</p> <p>¿Cuáles son las fortalezas que le aportó la formación Audiovisual?</p> <p>¿Cuáles son las debilidades de su formación Audiovisual?</p> <p>¿Utiliza lo aprendido en su escenario ocupacional? En relación con la formación audiovisual adquirida.</p> <p>¿Considera que le hacen falta algo en su formación profesional Audiovisual para su escenario ocupacional? ¿cuál? O ¿Cuáles?</p> <p>¿Cómo relaciona la formación Audiovisual adquirida frente a la oferta laboral en la región Sur del Huila?</p>	

Nota: Elaboración propia.

Protocolo 9: Protocolo de entrevista semiestructurada a Docentes área Audiovisual

Este instrumento fue determinado para el grupo de docentes del programa de CSP del área Audiovisual, buscó recoger las características de la formación en competencias Audiovisuales dadas a los estudiantes (Desde el plan de estudios por énfasis).

Protocolo de Entrevista semiestructurada Docentes área Audiovisual

Fecha:	Nombre del participante:
Lugar:	Hora:
<i>Objetivo:</i> Establecer las características de la formación profesional audiovisual de los graduados del programa de CSP Usco (sede Pitalito) en el periodo 2018 a 2020.	
<p>Preguntas guía:</p> <p>¿Cuál es el objetivo de la formación profesional Audiovisual para los estudiantes del programa de CSP en Pitalito? (Durante el plan de estudios por énfasis)</p> <p>¿Cuáles son los seminarios, talleres o asignaturas que comprenden el área Audiovisual?</p> <p>¿Cuáles son los fines que se buscan en la formación Audiovisual?</p> <p>¿Qué características tiene la formación profesional Audiovisual?</p> <p>¿Considera que hacen falta otras características por formar?</p> <p>¿Qué diferencia existen en la formación Audiovisual dadas a estudiantes de la sede Pitalito con la sede Neiva?</p> <p>¿La formación audiovisual responden a las demandas comunicativas en el sur del Huila?</p> <p>¿En qué aspectos considera que se debe trabajar la formación Audiovisual con relación a las demandas comunicativas en el sur del Huila?</p>	

Nota: Elaboración propia.

ANEXO C; TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS CON EGRESADOS

Entrevista semiestructurada 1 con la egresada Lina Sánchez (L.S)

Fecha de la entrevista: Junio del 2021

Entrevistador (E): Lina, bienvenida. Lina, regálame, inicialmente ¿cómo ha sido tu desempeño laboral una vez te graduaste de la carrera de comunicación social y periodismo?

L.S: Ok, bueno desde que salí de la Universidad, incluso antes, estaba realizando la práctica profesional y trabajando con el canal de TV Laboyana, que es un canal local acá en Pitalito, realicé las prácticas y tuve la oportunidad de continuar laborando y hasta el momento es donde me he desempeñado. Aparte de esto, también he trabajado en emisoras, en lectura de noticias y bueno, el resto ha sido más que todo eventos de maestra de ceremonia.

E: Primero, ¿iniciaste en TV Laboyana como practicante?

L.S: Si, si señor, como practicante. Con un programa.

E: ¿Cómo fue entonces, ese cambio, una vez terminaste la práctica y pasar al plano laboral?

L.S: Bueno, pues... Realmente no fue mucho el cambio, si obviamente el tema de pago aumentó y también hice un contrato con prestación de servicios, pero realmente no como lo requiere el título de comunicadora social y periodista. Pero, teniendo en cuenta los horarios de trabajo en el canal, digamos que como que se complementa no... Sin embargo, con el tema de los otros compañeros si habido dificultad, según lo que me han contado en el tema del trabajo local, porque el tema de pagos, que la mayoría de empresas nos ofrece, sea por venta de cupos para generar ingresos, es poco. Entonces, digamos esa es una de las principales dificultades que se presentan y que se sigue presentando porque la mayoría de empresas todavía siguen en lo mismo.

E: Tu nombras que has trabajado en otras emisoras, ¿cuáles son?

L.S: En la Poderosa y en la Preferida, fueron en las dos emisoras que también laboré. En la Preferida con venta de cupos publicitarios. Ya en la Poderosa si hubo un pago básico, pero adicional al pago, si vendías publicidad (o el cupo) entonces complementaba el pago.

E: ¿Cómo es el contrato actual?

L.S: Actualmente con prestación de servicios. Con una remuneración de entre y dos salarios mínimos mensuales vigentes.

E: ¿Cuál fue tu énfasis en el pregrado?

L.S: Mi énfasis fue Audiovisual.

E: En cuanto a tu formación en lo Audiovisual, ¿Cuáles crees que son las características adquiridas en la formación profesional audiovisual?

L.S: Pues, realmente en la formación audiovisual, la mayoría era en el tema de edición, pero como tal en trabajos no lo he puesto mucho en práctica (en esos recursos), mi fuerte ha sido en temas de presentación, lectura de noticias. Digamos que me ha tocado trabajar más con la voz e imagen, porque he utilizado las herramientas que nos enseñaron en la universidad. El plano investigativo sí, es muy importante, cuando buscamos las notas, cuando tengo un programa; en la búsqueda de información, las herramientas que nos aportaron si las ponemos en práctica en el momento de empezar ya el trabajo de campo.

E: ¿Cuáles serían las debilidades de su formación audiovisual?

L.S: Bueno, una de las cosas que nosotros como egresados hemos hablado, con mis compañeros, cuando socializábamos luego de haber terminado la universidad era aprender a manera el tema de los costos, no de sueldos como tal, si no cuando se requerían pequeños trabajos, que pudiéramos tener nosotros con la asesoría de los profesores de cuanto se podría llegar a cobrar por cierto trabajo o dependiendo de las herramientas utilizadas en todo. Eso sería una buena opción de mejoría para la formación. Eso es esencial en el campo laboral. Y temas, también, cosas que de pronto mirábamos en teoría y no se pudieron llevar a la práctica, que yo creo que se requiere muchísimo. En el plano laboral se requiere mucho la practica en todo, por ejemplo, en presentación, manejo de equipos, de edición, uno quisiera fortalecer más el tema de la práctica. Sin embargo, creo que ahora se ha fortalecido un poco más este tema en la universidad, o bueno, al menos eso he escuchado de los chicos que están estudiando en estos momentos.

E: ¿Cuáles son tus aspiraciones ahora en el plano profesional?

L.S: El proyecto en mente es continuar estudiando y quiero realizar la maestría, pero no se todavía. La verdad es que quiero realizarla fuera del país, lo mejor sería presencial. Sería en el tema de cultura y comunidades.

E: Lina, en este primer encuentro, muchas gracias. Espero poder contar contigo para un próximo encuentro en un grupo focal.

L.S: Vale, gracias a ti, y claro que sí. Estos espacios son los necesarios para nosotros los egresados y poder aportar a los nuevos procesos de la Universidad.

Entrevista semiestructurada 1 con la Egresada Mónica Valderrama (M.V)

Fecha de la entrevista: Junio del 2021

Entrevistador (E): Mónica, bienvenida. Regálame, inicialmente ¿cómo ha sido tu desempeño laboral una vez te graduaste de la carrera de comunicación social y periodismo?

M.V: Pues trabajé, trabajé después de ocho meses después de graduada en la Gobernación del Huila, allí estuve ese tiempo, porque antes realicé las prácticas. Luego estuve en una campaña política en la alcaldía de Pitalito (6 meses más o menos) y después puse mi emprendimiento que se llama Mónica Valderrama Multimedia y Marketing digital, relacionado con toda la parte de multimedia y marketing que es lo que ahora estoy estudiando.

E: ¿Cómo te va con el emprendimiento?

M.V: Pues a ver, presto los servicios de la parte de comunicaciones, con relación a lo que me enseñaron en la parte de fotografía, videos, diseño (la parte radial no la estoy manejando) solamente, por ahora estos tres y lo de marketing.

E: ¿Cuándo iniciaste con el emprendimiento?

M.V: Desde febrero, marzo, abril, mayo y junio (actual), llevo poco.

E: ¿Cuál fue tu énfasis, en la carrera?

M.V: Audiovisual.

E: ¿Cuáles son las características adquiridas en la formación audiovisual? y ¿Cómo te han servido en el plano profesional?

M.V: Pues muchísimo, porque, primero a mí siempre me ha gustado la parte audiovisual, desde antes de iniciar comunicación social y periodismo y la parte de video, digamos la parte teórica es muy importante para ponerla en práctica. Entonces aprendí la parte teórica, lo que es la fotografía. Y pues, a pesar de que éramos la primera promoción en esa época que no teníamos buenas herramientas para poder pues practicar, entonces yo tenía mi portátil, afortunadamente, entonces allí le instalaba uno los programas y a mí me gustaba cacharrear, mirar tutoriales, y cositas a sí que le quedan a uno falencias. Entonces uno poco a poco iba fortaleciendo este campo de video y de fotografía. Me compré una cámara, una básica (Canon T3) con esa pude practicar todo el tema del ISO la apertura diafragma, bueno todo eso, todo lo de fotografía. Y fue bastante importante estudiar y hacer parte del énfasis audiovisual, porque le enseñaban más esa parte.

E: ¿Cuáles son las debilidades que se pueden mejorar en la formación audiovisual? vistas ahora con tu proyecto de emprendimiento.

M.V: Pues, uno que tuviera un docente de planta que estuviera siempre allí enseñándole, resolviendo cualquier duda que tenga y pues no se si en estos momentos lo tenga el programa, pero cuando estudié lo no tenía. Y tampoco si ahora cuentan con las herramientas que se necesitan, porque cuando estudiaba no había esas herramientas, existían unas pocas, pero en eran que las traían desde Neiva, cada quince días. Entonces uno era eso.

Otro, es la parte práctica, ósea cuando uno va a ser digamos que digamos ejemplo le salga hacer unos contenidos como más animadas, por ejemplo, utilizar el After Effects (Programa edición digital), ese no lo enseñaron, lo que yo recuerdo era el Premiere y el Audition, pero entonces el After Effects no lo enseñaron. A mí personalmente no, entonces tuve que aprenderlo desde cero.

E: ¿Cuáles son tus metas en el plano profesional?

M.V: pues, una, seguir adelante con el emprendimiento que llevo, seguir creciendo, dándome a conocer, pues apenas llevo poco tiempo. Estudiar, especializarme más en lo que me gusta que es la parte audiovisual y lo de Marketing. Apenas estoy estudiando, entonces una de las metas es esa. Quiero hacer otras cosas, pero todo depende de cómo me solvente mi

emprendimiento. Estoy estudiando Marketing digital (virtual) en Smart Dimo. Y me gustaría realizar un plano de la enseñanza en lo audiovisual, todo lo que tenga que ver con lo digital.

E: Mónica, en este primer encuentro, muchas gracias. Espero poder contar contigo para un próximo encuentro en un grupo focal.

M.V: Bueno, con mucho gusto y espero que sí, podamos volver a hablar.