

Perfiles de la Comunicación y el Periodismo

Retos formativos y laborales para nuevos profesionales

ANA PAULINA ESCOBAR RONQUILLO

Universidad de las Américas
ana.escobar.ronquillo@udla.edu.ec; apaulinaescobar@yahoo.es
Orcid : /0000-0003-4921-8839



Las dinámicas de trabajo en el contexto global de la comunicación están determinadas por las tendencias que impone el día a día. Organizaciones, empresas e instituciones con equipos de trabajo en modalidad híbrida, cargos o puestos de trabajo con multifunciones y profesionales en constante actualización de conocimientos son algunas de las características que definen hoy la cotidianidad laboral. Sabemos que la pandemia diversificó las formas en que interactuamos y aceleró velocidad en que la información llega a nuestras manos y hasta nos invade en todos los espacios. Sin embargo, en este precipitado panorama, los perfiles laborales del campo de la comunicación han evolucionado sobre la marcha, haciendo que las universidades que forman profesionales en el área redefinan sus currículos para seguir ofertando sus programas o se queden sin estudiantes.

Las instituciones de educación superior del Ecuador que implementan cambios cuentan con un instrumento que es la guía metodológica para la elaboración de proyectos de carrera, que incluye preguntas para definir los perfiles de egreso (Consejo de Educación Superior, 2019). Estas preguntas orientan la definición de los logros de aprendizajes esperados y abarcan del dominio de teorías y conocimientos fundamentales, además del uso de modelos adecuados, protocolos y procedimientos indispensables para el ejercicio de la profesión.

Pour citer cet article

Référence électronique

Ana Paulina Escobar Ronquillo, « Perfiles de la Comunicación y el Periodismo. Retos formativos y laborales para nuevos profesionales », *Sur le journalisme, About journalism, Sobre journalismo* [En ligne], Vol 15, n°1 - 2026, 15 juin - june 15 - 15 de junio. <https://doi.org/10.25200/SLJ.v15.n1.2026.650>



El interés por el tema surge al ver que cada vez las convocatorias/ofertas laborales buscan más competencias o asignan más responsabilidades para los mismos perfiles profesionales. Se trata de perfiles que, en el caso de la comunicación, asignan funciones específicas según el cargo; por ejemplo, en la comunicación corporativa, comunicación interna, comunicación externa, comunicación institucional y que no siempre coinciden con lo que concibe la academia (Armenáriz, 2015). En cuanto al periodismo, se consideran competencias clave tanto en el ámbito formativo como en el profesional; estudios previos identifican a la digitalización de las actividades de esta profesión (Casero-Ripolés et al., 2013), así como el relevante apego a principios fundamentales de la profesión, determinados por la ética y la deontología (Escobar y Jaramillo, 2021).

La experiencia de la evaluación de aprendizajes en países como Argentina, por ejemplo, evidencia que lo que requiere el mercado laboral y lo que se proponen (o proponen) las instituciones de educación superior demuestra que las reformas que se realizan a los planes de estudio han respondido justamente a la aparición de nuevos conocimientos, a cambios en los perfiles ocupacionales y en los requisitos para la inserción laboral demandados por las nuevas calificaciones de los puestos de trabajo; y a las transformaciones de las universidades, así como a la necesidad de controlar la formación lograda de manera general en las instituciones de educación superior y escuelas profesionalistas (Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria, 2022). En la misma línea, Van Damme (2023) considera necesario una mejor medición de los aprendizajes de los estudiantes universitarios y las habilidades con las que ingresan como graduados al mercado laboral. Esto para determinar si un grado universitario sigue garantizando habilidades cognitivas avanzadas. Por ello, lamenta la inexistencia de un sistema estándar y referencial para evaluar los resultados de aprendizaje de estudiantes y egresados de la educación superior, a diferencia del Programa de Evaluación Internacional de Alumnos (PISA) de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), una evaluación que mide conocimientos y competencias en estudiantes de secundaria de 80 países del mundo.

Por otro lado, la formación por competencias es una necesidad que ha sido identificada en estudios como el de Montoya-Ramírez, Zualuaga-Arias y Rivera-Rogel (2020). El estudio analiza el nivel de competencia mediática de periodistas de dos ciudades intermedias de Colombia y Ecuador, cuestionando la suposición de que debido a su formación poseen un alto dominio de esta competencia, entendida como la habilidad, conocimiento y destreza de herramientas y técnicas para desempeñarse en el ecosistema de comunicación.

Desde un enfoque académico, el estudio pone en evidencia la necesidad de revisar y fortalecer los procesos formativos en comunicación y periodismo; esto porque, aunque se identifican fortalezas en dimensiones como el lenguaje y su dominio estético, también se identifican debilidades en el uso y dominio de la tecnología, así como la reflexión sobre el propio consumo mediático. Los datos sugieren también que la formación universitaria en estos dos países no prepara a los periodistas para los desafíos contemporáneos de un entorno mediático digital complejo y cambiante, lo cual revela la necesidad de reforzar aún más la formación por competencias, específicamente en competencias mediáticas (Montoya-Ramírez et al., 2020).

En una revisión de artículos entre el período 1998-2017, Marta-Lazo et al. (2020) revelan cómo las investigaciones priorizaron a finales de la década de los 90 la necesidad de incorporar las *digital skills* o competencias digitales en la formación de estudiantes de periodismo. Sin embargo, esta misma investigación plantea la exigencia “de una formación polivalente en los principios clásicos de la profesión, las competencias mediáticas y las competencias transversales de disciplinas afines al periodismo, tanto en las Ciencias Sociales como en las Humanidades” (Marta-Lazo et al., 2020, p.63); todo esto considerando la importancia de una formación sólida para producir contenidos de calidad y para interactuar entre periodistas, medios y usuarios del entorno digital.

Es claro que el desarrollo de competencias constituye un aspecto clave para el desempeño profesional, lo cual está ligado a la empleabilidad. Para la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la definición de empleabilidad corresponde a “las competencias y cualificaciones transferibles que refuerzan la capacidad de las personas para aprovechar las oportunidades de educación y de formación que se les presenten con miras a encontrar y conservar un trabajo decente, progresar en la empresa o al cambiar de empleo y adaptarse a la evolución de la tecnología y de las condiciones del mercado de trabajo” (Organización Internacional del Trabajo, 2015, p.1).

En un metaanálisis de más de 200 artículos académicos publicados entre 2019 y 2021, Romero et al. (2022) identifican, por ejemplo, nueve competencias transversales como las más requeridas para la empleabilidad: la competencia digital, la competencia de comunicación, el trabajo en equipo, la creatividad, el compromiso, la flexibilidad, la innovación, la autonomía y la resolución de problemas. Un aspecto relevante es que la competencia digital sobresale como la más importante, independientemente de la profesión o especialidad. Por ello, los autores además de destacar la necesidad de disminuir la brecha entre las competencias adquiridas en la formación universitaria y las

requeridas por los empleadores, recomiendan la pertinencia de actualizar con frecuencia los currículos en concordancia con el avance tecnológico y la demanda de la realidad laboral.

METODOLOGÍA/PLANTEAMIENTO

Con el fin de identificar la característica de los perfiles laborales que demanda el diverso mercado laboral de la comunicación versus los perfiles de salida de las universidades, este estudio aplica una metodología mixta: por un lado, 1) análisis de convocatorias de ofertas laborales para puestos en áreas de comunicación y periodismo, 2) análisis de los perfiles de salida de 20 carreras de Comunicación y Periodismo de universidades públicas y privadas; y, por otro lado, 3) la aplicación de encuestas a responsables de áreas o departamentos de Comunicación y Periodismo, además de docentes universitarios.

Con respecto a las convocatorias, se analiza un total de 14 ofertas laborales para el área de comunicación en instituciones de educación superior, empresas, una agencia de comunicación, organismos no gubernamentales, además de medios de comunicación; estas ofertas fueron captadas de la red LinkedIn durante los meses de junio, julio y agosto de 2023. Esta red social fue escogida por tratarse de un espacio recurrente y recomendado para la búsqueda de oportunidades laborales, tanto en gremios, asociaciones y grupos profesionales, como entre colegas del campo de las ciencias de la comunicación y el periodismo en Ecuador.

En cuanto a los perfiles profesionales, se tomó la información del sistema de educación superior, correspondiente a la oferta académica vigente de 13 universidades públicas y privadas del país, con corte a agosto 2023; además, se consideró oportuno el análisis de las competencias específicas de las carreras de Periodismo y Comunicación de las universidades analizadas, en función de la información vigente al semestre de septiembre 2023-febrero 2024.

Finalmente, se aplicó 20 encuestas, a responsables de área en cinco medios de comunicación, cinco instituciones (privadas, públicas y una ONG) y a 10 docentes de Comunicación y Periodismo en universidades del país. En el caso de los medios, respondieron a la encuesta profesionales con 20 a 35 años de experiencia (una mujer y cuatro hombres, de entre 41 y 60 años de edad), quienes al momento de la encuesta ejercían cargos directivos en medios: un editor de una revista de actualidad, una editora general de un portal privado de noticias, un director de un portal público de noticias, un jefe de información en un canal de televisión y un director de emisión de noticias en un canal de televisión. En el caso de las instituciones, participaron

profesionales con 13 a 25 años de experiencia (un hombre y cuatro mujeres, de entre 35 a 45 años de edad): un asesor de comunicación en una institución pública, una comunicadora de una institución pública, una consultora de comunicación en un organismo internacional, una directora de comunicación de una universidad privada y una gerente general de una agencia de comunicación. Y, en cuanto a los docentes, participaron profesionales con una trayectoria de entre nueve a 30 años de experiencia (ocho mujeres y dos hombres de entre 37 a 57 años de edad), que al momento de la encuesta se desempeñaban como docentes de universidades públicas y privadas de las ciudades de Quito y Guayaquil; cinco de ellos a tiempo completo y cinco a tiempo parcial (estos últimos con contratos en dos universidades).

Con respecto a la encuesta, los ejes temáticos planteados a los periodistas y comunicadores fueron los siguientes: conocimientos, habilidades o destrezas fundamentales para el ejercicio de la comunicación y el periodismo; nuevos conocimientos, habilidades y destrezas para el desempeño en los dos campos profesionales; requisitos más valorados a la hora de contratar profesionales; y la pertinencia de la formación universitaria frente a la realidad del mercado laboral. Este último eje temático fue común entre periodistas, comunicadores y docentes; mientras, los ejes puntuales para los docentes fueron los perfiles de salida de Comunicación y Periodismo en las universidades donde trabajan, las asignaturas eliminadas, incorporadas y las que a futuro se deberían incorporar en las mallas curriculares de las dos carreras, así como el acercamiento de los estudiantes al entorno laboral real durante su formación académica.

RESULTADOS

La versatilidad del perfil profesional que demanda el mercado laboral

Para una aproximación a la realidad laboral en el Ecuador, se analizó 14 convocatorias de ofertas laborales; específicamente, según el tipo de empresa o institución, el cargo o puesto, la formación y experiencia laboral requerida, las funciones o responsabilidades a cumplir, así como los conocimientos y competencias necesarios para el desempeño del cargo. Entre las convocatorias constan las ofertas de seis instituciones de educación superior, tres ONG, dos empresas privadas, dos medios de comunicación y una agencia de comunicación; los cargos ofertados varían entre asistentes, analistas, especialistas, responsables y coordinadores de comunicación, hasta *community manager* y periodistas. Sin embargo, con respecto a las actividades y responsabilidades se identifica un menú diverso y variado que actualmente cumplen los profesionales de la

comunicación y el periodismo. Las actividades tradicionales son la investigación, cobertura y elaboración de contenidos (en periodismo); y el diseño de planes de comunicación, realización y cobertura de eventos (en comunicación), mientras las que han ido posicionándose son el manejo de redes sociales y sitios web, elaboración de material multimedia. Pero, también llama la atención el requerimiento de conocimientos adicionales en áreas diferentes y al mismo tiempo específicas de otros dominios profesionales, como la producción audiovisual, el manejo de programas específicos de video, fotografía y diseño gráfico, además de marketing.

Ahora, al analizar los perfiles que demanda el mercado, se identifica que no todos estos empleadores establecen diferencias entre los perfiles específicos de cada área; en algunos casos, incluso, los requisitos establecidos tienen que ver con experiencias previas en áreas como el diseño gráfico, el marketing y la publicidad, que si bien son áreas relacionadas al campo de la comunicación no corresponden a los perfiles específicos de la Comunicación o el Periodismo. En cuatro casos puntuales, por ejemplo, se combina entre los requisitos de formación académica a la Comunicación Social, la Comunicación Organizacional, Diseño Gráfico, Marketing y Publicidad, para tareas que tienen que ver con la comunicación institucional.

En la mayoría de casos, se pide como requisitos una formación académica de tercer nivel y una experiencia mínima en puestos similares, con excepción de una ONG que no establece entre sus requisitos una formación académica; y de una empresa privada que omite tanto la formación académica como la experiencia profesional previa. Con respecto a requisitos complementarios, únicamente en cuatro casos (una institución de educación superior, la agencia de comunicación y dos medios de comunicación) especifican tanto los conocimientos relativos al cargo, como las competencias necesarias para desempeñarlo. A continuación, el detalle de la información analizada (ver Tabla 1 e imagen 1).

Como hemos visto, se trata de perfiles laborales diversos y que en la actualidad establecen actividades y responsabilidades dispersas o en todo caso no necesariamente alineadas a la formación académica recibida. Y, si bien, se entiende que el desarrollo integral de los aprendizajes educativos y profesionales se alcanzan en el desempeño de una función, (Ojeda & Hernández, 2012), esto nos lleva a analizar los perfiles de egreso que las universidades se proponen formar en sus programas de estudio, tema de la siguiente sección.

La realidad del perfil que forman las universidades

En la concepción del diseño curricular, el perfil de salida no solo es uno de los elementos-clave, sino

Imagen 1: Oferta laboral representativa de las convocatorias captadas en LinkedIn - Elaboración propia

CONVOCATORIA

ESPECIALISTA TÉCNICO (A) DE COMUNICACIÓN

REQUISITOS:

- Título de tercer nivel** en comunicación social, relaciones públicas, periodismo o afines.
- 3 años de experiencia** en formulación e implementación de campañas de comunicación internas y externas, estrategias de promoción y planes relacionados a la comunicación.
- 2 años de experiencia** de trabajo en instituciones y/o proyectos de desarrollo, derechos humanos y/o igualdad de género.
- Conocimiento** de marketing y diseño gráfico.
- Conocimiento y manejo** de programas actualizados en el entorno Windows, MS Office y herramientas de diseño (Adobe CS) y Wordpress.

OFRECEMOS:

- Seguro médico y de vida
- Traslado e instalación
- Subsidio mensual
- Plataformas de aprendizaje y más...

CONVOCATORIA A NIVEL NACIONAL

Fecha máxima de postulación: 15/07/2023
 Más información y postulaciones en: www...

la base misma de un programa académico, (Guffante *et al.*, 2016). Por ello la importancia de adecuar estos perfiles a la realidad laboral de las profesiones. En un intento por contribuir al diseño de herramientas, métodos e indicadores que aporten a la mejora de la calidad de la formación, puntualmente en Comunicación y Periodismo, Roveda Hoyos y Aguaded-Gómez (2024) identifican competencias comunes en formaciones académicas de comunicación y periodismo de América Latina, a través del estudio de casos de universidades de Argentina, Colombia y México.

De manera específica analizan los procesos de formación y la evaluación por competencias, donde observan que la relación entre estos dos elementos es esencial en la educación superior, aunque en la práctica se haga más énfasis en el diseño de actividades y metodologías dentro del aula. En tal sentido, enfatizan en la necesidad de “una base común para evaluar competencias, especialmente en la carrera de Comunicación, lo que afecta la calidad de la formación de futuros comunicadores en Latinoamérica” (Roveda Hoyos & Aguaded-Gómez, 2024, p.157).

En cuanto a las competencias, analizan las competencias cognitivas, las competencias del “saber hacer”, las competencias actitudinales, las interculturales y la denominada supracompetencia comunicacional.

Tabla 1. *Perfiles requeridos*

Tipo de Institución o empresa	Cargo	Requisitos	
		Formación	Experiencia
Institución de educación superior	Asistente de comunicación	Tercer nivel Comunicación, RR.PP., Periodismo	3 a 4 años
Institución de educación superior	Responsable comunicación interna	Tercer nivel Ciencias Sociales, Comunicación, RR.PP. o afines	1 a 3 años
Institución de educación superior	Analista de comunicación 1	Tercer Nivel Comunicación y Diseño Gráfico, Diseño Multimedia, Medios Audiovisuales, Diseño Digital y Marketing.	2 años 6 meses
Institución de educación superior	Analista de comunicación y relaciones estratégicas	Estudios en Marketing, Comercial o Comunicación	1 a 2 años
Institución de educación superior	Analista de comunicación 2	Tercer nivel Comunicación Social y/o Publicidad y Marketing	2 años
Institución de educación superior	Especialista en comunicación	Tercer nivel Comunicación Social y/u Organizacional, RR. PP, Periodismo. Deseable cuarto nivel.	4 años
Agencia de comunicación	Consultor/a senior en comunicación estratégica	-	5 años
ONG	Coordinador de comunicación		
ONG	Especialista en comunicación	Tercero nivel y cuarto nivel en Comunicación	6 años
ONG	Especialista técnico de comunicación	Tercer nivel Comunicación Social, RR. PP, Periodismo o afines.	5 años
Empresa privada	Community manager	Tercer nivel en Ciencias de la Comunicación Social o ingeniero en Marketing y / o diseñador grafico	-
Empresa privada	Comunicador social o periodista	-	-
Medio de comunicación	Periodista	Tercer nivel Periodismo o Comunicación	3 años
Medio de comunicación	Periodista redactor	Tercer nivel Periodismo, Comunicación Social o afines	1 año

Fuente: convocatorias de ofertas publicadas en LinkedIn - Elaboración propia

Funciones o responsabilidades	Conocimientos o competencias	
	Conocimientos	Competencias
Manejo redes sociales y páginas web, relaciones públicas, logística de eventos.	Redacción, diseño y producción audiovisual, edición profesional para video y fotografía.	
Diseño de planes de comunicación interna, manejo de canales de comunicación interna e imagen institucional, manejo de campañas.	Inglés intermedio-avanzado	
Difusión de contenidos, producción de material impreso y multimedia, manejo de redes sociales, de página web y cobertura de eventos		
Alianzas con empresas o colegios; comunicación telefónica, email y RR.SS.; manejo de relaciones institucionales.	Manejo del paquete MS Office	Negociación efectiva, credibilidad comercial perseverancia y disciplina, orientación al cliente
Comunicación interna, creación de contenidos multimedia para redes sociales y web, difusión de material informativo y académico, manejo de campañas publicitarias.		
Coordinar y ejecutar el plan de comunicación institucional, coordinar campañas; coordinar difusión de contenido y cobertura de eventos, organización de eventos.		
Diseño de estrategias de comunicación, elaboración de contenidos, coordinar desarrollo de piezas gráficas y digitales, desarrollo de contenido para redes sociales.	Redacción y ortografía Nivel avanzado de inglés	Pensamiento estratégico, capacidad de coordinación, trabajo en equipo
Desarrollo de estrategias de comunicación, gestión de redes y medios, manejo de métricas.	Redacción	Relaciones interpersonales
Desarrollo de contenidos, coordinación de estrategias de comunicación según públicos, desarrollo de campañas, manejo de redes sociales y de relaciones con medios.		
	Marketing y diseño gráfico, manejo de programas Windows, MS Office y herramientas de diseño Adobe CS y Word Press.	
Implementar campañas digitales, manejar reportería de gestión y cumplir con planificación, coordinar información orientada al cliente		Trabajo en equipo, orientación al cliente; habilidades para planificar y comunicar
Manejo de información institucional, desarrollo de informes para gerencias de área, desarrollo de estrategias comunicacionales		
Investigar, redactar notas informativas, boletines, crear y seguir cronogramas de noticias, liderar creación de contenido.	Actualidad en tecnología, inteligencia artificial, análisis de datos, realidad virtual y aumentada.	Adaptabilidad, creatividad, innovación, pensamiento crítico y ético, trabajo bajo presión.
Actualizar fuentes de información, realizar coberturas, coordinar realización de imágenes, redactar información, cumplir normas de manual de estilo.	Redacción	Integridad, objetividad, adaptabilidad, empatía, trabajo en equipo y bajo presión

Un dato relevante en este estudio son los elementos comunes en los países analizados, que constituyen indicadores clave de competencias recurrentes y que son: el desafío a las formas tradicionales, el manejo de recursos digitales, el dominio de software, el análisis del contexto y la indagación propositiva; en cuanto a la supracompetencia, se trata de una competencia integradora que articula a las demás; no se limita a la competencia comunicativa, sino que integra el uso de diversos medios, canales y herramientas para lograr una comunicación efectiva; además, implica una acción comunicativa crítica, contextual y estratégica, en el plano interpersonal como en el plano mediado por la tecnología.

En cuanto a nuestro estudio, se identificaron 20 perfiles de carreras de Comunicación y Periodismo que ofertan 13 universidades públicas y privadas del país, con corte al año 2023.

La primera observación es la coincidencia que existe en los perfiles de ocho carreras de Periodismo

de las universidades analizadas, con respecto al objeto de estudio y las competencias necesarias para el desempeño de la profesión. Las propuestas parten de una formación general sobre la realidad del país, los fundamentos teóricos de la profesión hasta llegar a la especificidad de la carrera en sí, como el desarrollo de conocimientos y habilidades específicas para investigar, analizar, elaborar información; enfrentar hechos y realidades donde la ética y la deontología profesional se entrelazan, entre otros aspectos a destacar. También se observa como componente importante el desarrollo de competencias digitales para la generación o producción de contenidos digitales.

En segundo lugar, con respecto a las carreras de Comunicación, se observa una oferta multidisciplinaria que apunta al desempeño profesional en espacios corporativos, empresariales, comunitarios e incluso enfocado en audiencias digitales; se destaca una formación integral, así como el desarrollo de competencias para el análisis y síntesis, la investigación, la comunicación oral y escrita, el aprendizaje autónomo y permanente,

Tabla 2: Competencias requeridas por empleadores de Periodismo y Comunicación

Tipo de institución o empresa	Conocimientos clave para el desempeño profesional de comunicadores o periodistas	Competencias: conocimientos, habilidades o destrezas que deben fortalecer las universidades en la formación profesional
Institución pública	Comunicación digital, producción en dispositivos móviles	Pensamiento crítico, redacción, gestión de crisis
Agencia de comunicación	Innovación y desarrollo de la tecnología en comunicación	Gestión estratégica 360
Institución pública	Manejo de Redes Sociales, Creación de productos	Creatividad, gestión de redes sociales
Institución privada	Inteligencia de datos	Análisis de datos
Organismo internacional	Manejo de herramientas audiovisuales y diseño	Herramientas digitales, manejo de crisis, mapeo político - social
Canal de TV	Investigación periodística, cultura general, redacción, gramática y ortografía, edición de productos periodísticos, según medios o soportes	Teoría de la comunicación, prácticas internas, redacción periodística, prácticas profesionales.
Medio digital	Investigación periodística, Redacción, gramática y ortografía, deontología periodística y ética profesional, pensamiento crítico	Redacción periodística, investigación, manejo de datos, lectura
Canal de TV	Investigación periodística, Redacción, elaboración de material periodístico multimedia, edición de productos periodísticos, según medios o soportes, deontología periodística y ética profesional	Contenidos multimedia
Medio digital	Redacción periodística, gramática y ortografía, elaboración de material periodístico multimedia, deontología periodística y ética profesional, pensamiento crítico	Contenidos multimedia
Revista	Cultura general, redacción periodística, gramática y ortografía, edición de productos periodísticos, según medios o soportes	Redacción y ortografía

Fuente: encuestas a responsables de áreas de Comunicación o Periodismo - Elaboración propia

la capacidad para gestionar proyectos institucionales y propios, entre los principales. Esta oferta, en algunos casos, apunta también a quienes tienen interés de trabajar generando contenidos digitales propios o para medios de comunicación.

Ahora, para poder tener un panorama más amplio de lo que específicamente requieren los responsables de unidades de comunicación, agencias y medios, se presentan a continuación los principales conocimientos y habilidades o destrezas que, de acuerdo a las encuestas aplicadas, se considera deben fortalecer las universidades en la formación de profesionales de la Comunicación y el Periodismo.

El análisis de los perfiles que demandan los empleadores y los que preparan las universidades revela una confrontación evidente, una distancia en la que coinciden la mayoría de docentes entrevistados (7 de 10) al afirmar que las universidades ecuatorianas están formando parcialmente profesionales de la Comunicación o el Periodismo con un perfil alineado a la realidad del entorno laboral. Si bien, de acuerdo a las encuestas, se identifica un esfuerzo en innovar, al haber incorporado paulatinamente en las mallas curriculares nuevas asignaturas, también se menciona la necesidad de seguir incorporando otras más, pensando en un futuro próximo y en la constante necesidad de la actualización tecnológica del perfil profesional.

Entre las asignaturas ya incorporadas se menciona: periodismo de salud, comunicación política, comunicación y estrategia digital; estrategias digitales, crea-

ción de contenido móvil; marketing digital, redes sociales; producción audiovisual, *storytelling*, análisis de contenido, comunicación corporativa, comunicación digital, producción multimedia además de especializaciones sobre periodismo de datos, económico, científico. En cambio, en las asignaturas necesarias para el futuro inmediato el panorama es más puntual y acorde con la demanda de competencias críticas y digitales (ver Tabla 3).

La identificación de asignaturas y su consecuente desarrollo de competencias revela la necesidad de una actualización en las mallas curriculares de las carreras de Comunicación y Periodismo. Revela también la importancia de integrar estas competencias a lo largo de la formación académica con el fin de intentar ir al mismo ritmo de las necesidades del mercado laboral y sobre todo del avance tecnológico y digital. Constituye una respuesta oportuna a una tendencia, pero al mismo tiempo a una necesidad estructural del campo de la comunicación. Por esta misma razón constituye a la vez un reto integrar estas competencias de la mano de una formación crítica, creativa y reflexiva. El mismo hecho de depender cada vez más de plataformas y aplicaciones digitales que resuelven tareas básicas o cotidianas de la labor profesional puede alejar a los futuros profesionales de cuestiones irremplazables como la sensibilidad y el compromiso social, la empatía y la ética.

Retomando el estudio de Roveda Hoyos y Agued-Gómez (2024) con respecto a las competencias, al analizar los cambios en los contenidos curriculares de

Tabla 3: *Asignaturas y competencias indispensables para el futuro inmediato*

Formación de profesionales de la Comunicación y el Periodismo	
Asignaturas	Competencias
Fact checking	Pensamiento crítico Verificación de la calidad de la información
Estadística y manejo de datos	Pensamiento crítico Verificación de la calidad de la información Análisis e interpretación de información
Big data	Análisis de grandes volúmenes de datos Interpretación de información
Programación informática básica	Competencias digitales y tecnológicas Automatización de tareas
Producción audiovisual y multimedia	Creación y gestión de contenidos multimedia Pensamiento creativo
IA aplicada a la comunicación	Pensamiento crítico Verificación de la calidad de la información Análisis e interpretación de información Competencias digitales y tecnológicas

Fuente: encuesta a docentes - Elaboración propia

las universidades argentinas, colombianas y mexicanas, identificaron, por un lado, “la ruptura de la prevalencia de la competencia cognitiva tradicional” (pp.165-166), lo cual pone de manifiesto el hecho de que ya no se priorizan prácticas memorísticas o aprendizaje individual de contenidos. Por otro lado, “el diálogo entre dimensiones del profesional integral”, lo que apunta a que en las formaciones actuales se valoran competencias emergentes como el dominio de lenguajes y producción de contenidos, competencias tecnológicas e incluso en lo que denominan “humanidades digitales” y que abarca indicadores como la “adaptabilidad al mundo digital, creación de narrativas digitales de la mano del trabajo colaborativo y el manejo adecuado de recursos digitales” (Roveda Hoyos & Aguaded-Gómez, 2024, pp.165-166).

Este enfoque reconoce en sí el hecho de que los comunicadores y periodistas sean capaces de comprender su entorno y realidades próximas, desde diferentes perspectivas y en función de los desafíos contemporáneos. Por ello subrayan la necesidad de investigar sobre la aplicación de estas competencias en los programas académicos y la efectividad de su aplicación, además de evaluar cómo los docentes integran estas competencias en sus clases y qué enfoques pedagógicos utilizan. Otro aspecto es también la posibilidad de identificar si estas competencias se traducen en habilidades efectivas en el desempeño de la profesión.

Desconexión de las ciencias sociales y humanas

Como se ha documentado, la realidad del mundo laboral empuja a las instituciones de educación superior a alinearse a sus necesidades y a incorporar como respuesta la formación en contenidos de actualidad, ligados a las competencias tecnológicas y digitales, dejando de lado contenidos cognitivos de formación general.

Con el fin de reflexionar alrededor de esta hipótesis, en esta sección se analiza como indicio los perfiles de egreso reportados por las carreras de Comunicación y Periodismo de las universidades analizadas, como parte de su oferta académica ante el Consejo de Educación Superior (CES).

El análisis de las competencias que registran las universidades en la oferta académica de sus carreras coloca al profesional de la Comunicación y el Periodismo como una persona capaz de comprender y transformar realidades complejas, mediante el uso adecuado y estratégico de las herramientas digitales, tecnológicas y comunicacionales. Es también relevante que en el caso del Periodismo sobresalga el manejo crítico de la información, además del dominio de las redes sociales; y en el caso de la Comunicación el dominio de estrategias de liderazgo y trabajo en equipo; mientras, en los dos casos, se destaca el desarrollo de las habilidades de

comunicación efectiva tanto de manera escrita, como oral, además del pensamiento y análisis crítico.

Sin embargo, si se segmentan las competencias en función de las competencias cognitivas y las competencias prácticas, estas últimas predominan y han ido reemplazando a las primeras; sobre todo cuando se trata de la producción de contenido para diferentes audiencias y en diferentes formatos, además de la gestión de proyectos y emprendimientos, de la mano del liderazgo. En este sentido, los contenidos teóricos, la historia y fundamentos de la comunicación y el periodismo, la teoría social, el análisis del mundo contemporáneo, la realidad nacional son contenidos que han quedado fuera de los planes curriculares.

Si comparamos con los datos de la encuesta aplicada para este estudio, los conocimientos y competencias que los profesionales de la comunicación y el periodismo consideraron fundamentales para las carreras son justamente las que tienen relación con las ciencias sociales y las humanidades: deontología y ética, pensamiento crítico, investigación, cultura general, gramática, ortografía y edición. Sin embargo, los docentes en su mayoría (9 de 10) consideran que es necesario incorporar en la formación de comunicadores y periodistas más contenidos alineados a la realidad laboral actual, como dominio de aplicaciones y herramientas digitales, inteligencia artificial y producción audiovisual.

Al analizar el cambiante perfil profesional del periodismo, influenciado por las herramientas digitales y las redes sociales, Marques-Hayasaki *et al.* (2016) avizoraban hace ya una década la importancia de los aprendizajes basados en “una formación crítica y humanística”, para enfrentar la transformación digital que imponían los nuevos medios, que además llegaron para quedarse. Sobre todo, considerando que, si todos podemos producir y compartir contenidos y que la información es fugaz, lo más valioso debería ser justamente “la *expertise*, la profundización, la capacidad crítica y la fiabilidad de los contenidos producidos y distribuidos por los periodistas” (p.77).

Un poco después, al valorar uno de los perfiles de la comunicación, el del relacionista público, Vilajoana (2017) destacaba el valor de las estrategias y técnicas de las relaciones públicas que desarrollan los asesores de comunicación al trabajar con figuras públicas como políticos, gobernantes y candidatos; entre ellas, señala la importancia de habilidades de comunicación, simulacro de situaciones de crisis, diseño y ejecución de eventos, como aspectos distintivos de profesionales que se “esconden” tras personajes públicos. Mientras, en 2018, con respecto al perfil del periodista, un estudio sobre la base de apreciaciones de periodistas-editores de medios de comunicación ecuatorianos, subrayaba

la importancia de formar periodistas multiplataforma que puedan adaptarse a los modelos cambiantes de los medios y los nuevos medios, pero que también tengan capacidad analítica, un buen manejo del idioma y conocimientos del panorama mediático real (Villanueva *et al.*, 2018). Al partir de enfoques de la práctica laboral, sin embargo, los autores planteaban que solo puede enseñar “bien o mejor” (p.192) un docente que ha sido periodista.

Si bien las reformas curriculares han ido actualizando los planes de estudio a lo largo del tiempo, las prácticas de enseñanza y aprendizaje e incluso mutando los formatos de clases magistrales a clases más activas, la evaluación sigue siendo una deuda pendiente porque no se está evaluando en los estudiantes las habilidades laborales requeridas. Al respecto, Van Damme (2023) sostiene la necesidad de incorporar evaluaciones abiertas basadas en el desempeño y por ello cree en la importancia de apoyar y medir el desarrollo de las competencias como el razonamiento analítico, la solución de problemas y las habilidades de comunicación, que los estudiantes necesitarán después de graduarse. “El tiempo que se dedique en clase a preparar a los estudiantes para aplicar sus conocimientos, sus capacidades de análisis y habilidades de solución de problemas a situaciones complejas del mundo real es tiempo bien invertido” (p.20).

Al referir las reformas a los currículos, en un estudio sobre actualizaciones curriculares, también enfatizamos en la necesidad de implementarlas, como una estrategia para potenciar perfiles profesionales acordes al mercado laboral y para lograr la sostenibilidad de las carreras de Comunicación y Periodismo (Escobar, 2025). Esta investigación reveló que las reformas curriculares aplicadas a dichas carreras en cinco universidades ecuatorianas, en el período de 2018 a 2024, eliminaron del perfil de egreso de Comunicación, competencias con énfasis en “contenidos teórico-críticos y conocimientos tradicionales” (p. 898); y del perfil de Periodismo “contenidos relacionados al contexto histórico, político, económico y cultural” (p. 897); entre otras, se menciona a asignaturas como literatura, estudios críticos en comunicación, ética y valores, historia y realidad nacional, entorno económico, edición de periódicos y herramientas de oficina.

Si pudiéramos resumir el conjunto de competencias cognitivas y competencias prácticas que caracterizan al perfil profesional idóneo desde el énfasis de la formación académica y de las necesidades del mercado laboral actual, podríamos verlo así (ver imagen 2).

Se trata de un perfil en constante evolución; sin embargo, de un perfil donde pueden confluir los conocimientos fundamentales e irrenunciables con los re-

Imagen 2. Competencias profesionales de la Comunicación y el Periodismo



Fuente: entrevistas y análisis de los perfiles de egreso de la oferta académica registrada en el Sistema de Educación Superior del Ecuador- Elaboración propia

querimientos de las empresas de comunicación, agencias, medios, instituciones y emprendimientos donde se desenvuelven profesionales de la Comunicación y el Periodismo.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES: ¿MÁS POR MENOS?

Es evidente que el contexto digital ha incidido en los perfiles profesionales; sin embargo, no con el mismo ritmo en el caso de los perfiles que forman las universidades, con respecto a los que demanda el mercado laboral de la comunicación y el periodismo. Es evidente también que cada vez más empresas e instituciones son más exigentes con respecto a los perfiles que buscan, sobre todo, enfocados en tareas multifuncionales. Sin embargo, esta exigencia no siempre implica una buena oferta económica; más bien, puede hablarse de ofertas limitantes y poco competitivas, que en lugar de compensar la formación y la especialización académica la desmotivan. Como consecuencia, muchos profesionales sobrecualificados deben aceptar ofertas con similares condiciones que las que tienen profesionales con menos formación académica o experiencia profesional. Es decir, contar con más cualificaciones no es una garantía de mejores oportunidades laborales; en algunos casos, o, en el mejor de los casos, solo puede significar similares condiciones de trabajo.

En este estudio hemos visto de qué manera las necesidades de las empresas e instituciones de di-

Tabla 4. Análisis comparativo de los perfiles de egreso de Comunicación y Periodismo

Carrera	Universidad
Comunicación Comunitaria y nuevas tecnologías de la Comunicación	Universidad Intercultural de las nacionalidades y pueblos indígenas <i>Amawtay Wasi</i>
Periodismo	Universidad Católica de Cuenca
Periodismo	Universidad Tecnológica Ecotec
Comunicación	Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Comunicación	Universidad Central del Ecuador
Comunicación	Universidad de las Américas
Periodismo	Universidad de las Américas
Comunicación corporativa y relaciones públicas	Universidad de los Hemisferios
Comunicación deportiva	Universidad de los Hemisferios
Comunicación	Universidad de los Hemisferios
Periodismo	Universidad de Especialidades Espíritu Santo
Comunicación	Universidad Internacional del Ecuador

Perfiles de egreso, en función de las competencias necesarias para el ejercicio profesional

Capacidad para identificar necesidades comunicacionales de las comunidades, desde la cosmovisión de los pueblos originarios
Enfoque intercultural
Promoción las lenguas originarias en los procesos comunicacionales

Capacidad expresiva en la lengua materna como en inglés, con el uso de TICs
Valorización de riqueza cultural, étnica y ambiental acorde a la exigencia social

Comunicación efectiva oral y escrita
Dominio metodológico en investigación
Uso de herramientas tecnológicas y analíticas
Innovación y actualización continua
Gestión estratégica de contenidos

Dominio del lenguaje oral y escrito
Gestión de la información con herramientas digitales
Autonomía y responsabilidad laboral
Capacidad de planificación y evaluación
Trabajo colaborativo en entornos digitales

Análisis contextual y estratégico de la realidad local y nacional
Diseño creativo e innovador de procesos comunicacionales
Pensamiento crítico y transformador
Articulación interdisciplinaria
Gestión ética, reflexiva y metodológica de proyectos comunicacionales

Gestión crítica de las TICs
Aplicación interdisciplinaria del conocimiento
Pensamiento crítico y argumentativo
Uso ético y científico de la información
Solución estratégica de problemas comunicacionales

Producción de contenidos multiformato y transmedia
Diseño de propuestas comunicacionales creativas
Desarrollo de productos y servicios de comunicación
Emprendimiento y gestión de proyectos
Análisis y pensamiento crítico

Articulación de conocimientos teóricos y tecnológicos sobre comunicación
Dominio de la comunicación efectiva ante diferentes público y audiencias
Habilidades de liderazgo
Capacidad de gestión de proyectos

Aplicación de conocimientos teóricos y tecnológicos sobre la industria del deporte
Capacidad para análisis de datos relevantes
Desarrollo de campañas y de comunicación con apoyo visual
Visión estratégica y objetiva de la industria del deporte

Aplicación de conocimientos de tecnologías digitales, IA y ciencia de datos
Liderazgo de proyectos de comunicación
Análisis y pensamiento crítico
Diseño de propuestas comunicacionales creativas
Habilidad de comunicación efectiva para diferentes públicos y audiencias

Capacidad de análisis de problemas sociales contemporáneos
Liderazgo y trabajo en equipo
Dominio de la comunicación y producción audiovisual
Habilidad de comunicación efectiva en español e inglés

Dominio de metas y proyectos de comunicación estratégica
Capacidad de trabajo en equipo
Compromiso y ética para el desempeño profesional
Liderazgo y comunicación efectiva

Carrera	Universidad
Periodismo	Universidad Internacional del Ecuador
Comunicación	Universidad Metropolitana
Comunicación	Universidad Politécnica Salesiana
Comunicación	Universidad San Francisco de Quito
Periodismo (en línea)	Universidad San Francisco de Quito
Periodismo (presencial)	Universidad San Francisco de Quito
Comunicación	Universidad Ute
Periodismo (en línea)	Universidad Ute

Fuente: Oferta académica registrada en el Sistema de Educación Superior del Ecuador (al 2024) - Elaboración propia

versa índole han ido moldeando y adaptando a la realidad el perfil que requieren para el desempeño de actividades en departamentos de comunicación; este diagnóstico revela también cierta autocrítica de docentes de Periodismo y Comunicación con respecto a las mallas que ofertan las universidades donde trabajan. Se deja constancia que esta realidad no se compadece con el tiempo y recursos que requieren los ajustes curriculares para la definición de un perfil profesional ideal. En cuanto a esta investigación, el reto está en ampliar la identificación de conocimientos y destrezas que requiere el perfil de cada área y constituir como un insumo de apoyo para un trabajo conjunto entre el mundo laboral real y la formación académica práctica.

Por otro lado, si se considera el contexto cambiante que vivimos - marcado por crisis sociales, políticas, energéticas e incluso ligadas a la salud mental y el cambio climático- llama la atención e incluso preocupa esta especie de desconexión de las ciencias sociales y humanas con la esencia de los perfiles de egreso de las carreras analizadas. Se trata de carreras para las cuales el bagaje cultural y la comprensión del entorno social, la profundidad crítica de los temas sociales, entre otros, son fundamentales para la praxis profesional.

A la par de los conocimientos en disciplinas sociales y de las ciencias humanas, está el fortalecimiento de las competencias útiles para el desempeño profesional; se trata entonces de formar profesionales con conocimientos y competencias que les permitan respon-

Perfiles de egreso, en función de las competencias necesarias para el ejercicio profesional

Aplicación de técnicas de diseño y producción audiovisual
Diagnóstico de problemas comunicacionales
Manejo de fundamentos teóricos de la comunicación
Análisis crítico de la realidad social y mediática
Uso de métodos de investigación en comunicación

Planificación de campañas de comunicación
Ética para el desempeño profesional
Pensamiento y análisis crítico
Calidad y compromiso para el desarrollo de productos comunicacionales

Análisis de la realidad desde perspectivas de inclusión, diversidad y enfoque de género
Gestión y promoción de procesos comunicativos en los entornos hipermediales
Capacidad para implementación y evaluación de políticas, planes, proyectos y estrategias en los procesos de comunicación
Realización de productos comunicativos con narrativas inclusivas e para diferentes plataformas y formatos.

Liderazgo de proyectos de comunicación
Diseño de propuestas comunicacionales creativas
Pensamiento y análisis crítico
Calidad y dominio de estrategias para el desarrollo de campañas comunicacionales

Conocimiento para realización de reportajes audiovisuales y web
Capacidad para generación de contenidos, administración de redes sociales
Trabajo en equipo y comunicación efectiva

Conocimiento para realización de reportajes audiovisuales y web
Capacidad para generación de contenidos, administración de redes sociales
Trabajo en equipo y comunicación efectiva
Diagnóstico de plataformas de medios para manejo eficiencia de información

Comunicación efectiva oral y escrita
Pensamiento crítico e interpretativo
Dominio de habilidades de investigación
Gestión de proyectos
Capacidad para aprendizaje y actualización continua

Ética profesional y compromiso social
Investigación periodística crítica y rigurosa
Adaptabilidad tecnológica
Dominio de narrativas periodísticas
Gestión de proyectos y emprendimientos de comunicación

der tanto a los desafíos tecnológicos y digitales como a aquellos que no caducan: el razonamiento crítico y analítico, la capacidad de relacionarnos con diferentes entornos sociales y culturales, la conexión con la realidad y el presente social, la empatía y el enfoque humanista.

Muchos estudiantes que ingresan a las carreras de Comunicación y Periodismo lo hacen movidos por un deseo legítimo de incidir en la realidad y contarla desde su perspectiva; sin embargo, estas expectativas podrían truncarse si la formación en el dominio de herramientas tecnológicas -sin duda necesarias- prevalece frente a las competencias cognitivas. El ejercicio profesional de las ciencias de la Información y Comunicación puede correr el riesgo de convertirse en una forma de reproducir modelos y formatos, an-

tes que un espacio de transformación social. Allí la necesidad de no abandonar el enfoque humanista y las bases de las ciencias sociales, como ejes esenciales y transversales en la formación de comunicadores y periodistas.

*Enviado: 30/05/2025
Aceptado: 21/01/2026*

REFERENCIAS

- Armendáriz, E. (2015). El nuevo perfil del profesional de la comunicación y las relaciones públicas: Una visión desde la perspectiva del mercado. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 5, 153–178. <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-9-2015-09-153-178>
- Casero-Ripolés, A., Ortells-Badenes, S., & Doménech-Fabregat, H. (2013). Las competencias profesionales en periodismo: Una evaluación comparativa. *Historia y Comunicación Social*, 18, 53–64. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.44311
- Consejo de Educación Superior. (2019). *Guía metodológica de presentación y aprobación de proyectos de carreras*. CES. <https://www.ces.gob.ec/wp-content/uploads/2019/ces/herramientas/guia-metodologica-de-presentacion-y-aprobacion-de-proyectos-de-carreras.pdf>
- Consejo Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria. (2022). *La evaluación de los aprendizajes de los alumnos como instrumento de análisis del currículum universitario*. CONEAU. <https://www.coneau.gob.ar/archivos/1230.pdf>
- Escobar, P. (2025). Actualización curricular para potenciar los perfiles profesionales: ¿Una necesidad para la sostenibilidad de las carreras de comunicación? *Estudios Working Papers*, 10, 886–904. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15722376>
- Escobar, P., & Jaramillo, A. (2021). El perfil ideal del periodista, según los medios. *Estudios Working Papers*, 8, 247–262. <https://www.gigapp.org/ewp/index.php/GIGAPP-EWP/article/view/255>
- Guffante, T., Vanga, M., & Fernández, A. (2016). Metodología para el rediseño curricular de carreras en la educación superior: Caso UNACH. *San Gregorio*, 61–73. <https://doi.org/10.36097/rsan.v0i14>
- Marques-Hayasaki, P., Fernández-Cavia, J., & Singla Casellas, C. (2016). Mapeo de nuevos perfiles profesionales y competencias en el ámbito del periodismo. In M. Perlado Lamo de Espinosa, C. Cachán Alcolea, & Ramos Rodríguez (Eds.), *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación* (pp. 67–77). Dykinson. <https://repositori.upf.edu/server/api/core/bitstreams/84357186-bc82-45b0-b72c-ceb37dd301d3/content>
- Marta-Lazo, C., Rodríguez Rodríguez, J. M., & Peralva, S. (2020). Competencias digitales en periodismo: Revisión sistemática de la literatura científica sobre nuevos perfiles profesionales del periodista. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 53–68. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2020-1416>
- Mercier, A., & Pignard-Cheynel, N. (2014). Mutations du journalisme à l'ère du numérique: Un état des travaux. *Revue française des sciences de l'information et de la communication*. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1097>
- Montoya Ramírez, et al. (2020). Periodismo y competencias mediáticas: Una aproximación desde el contexto colombiano y ecuatoriano. *Revista de Comunicación*, 19, 185–206. <https://revistadecomunicacion.com/es/article/view/1646/1495>
- Ojeda, A., & Hernández, J. (2012). Las competencias laborales: Una construcción recíproca entre lo individual y lo grupal. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 17(1), 171–187. https://www.redalyc.org/pdf/292/Resumenes/Abstract_29223246011_2.pdf
- Organización Internacional del Trabajo. (2015). *Competencias para el empleo: Mejorar la empleabilidad de los jóvenes*. OIT. https://www.ilo.org/skills/pubs/WCMS_371815/lang-es/index.htm
- Romero, V., Bedón, Y., & Franco, J. (2022). Meta-análisis de competencias transversales en la empleabilidad de los universitarios. *Revista Gestión de las Personas y Tecnología*, 43, 20–42. <https://doi.org/10.35588/gpt.v15i43.5464>
- Rodríguez, N. S. (2022). Empowering students through intersectional critical communication pedagogy. *Teaching Journalism & Mass Communication*, 12(1), 36–45. https://www.academia.edu/130071706/Empowering_Students_Through_Intersectional_Critical_Communication_Pedagogy
- Roveda-Hoyos, A., & Aguaded-Gómez, J. (2024). Competencias en comunicación y periodismo: Una base común en Latinoamérica. *Contratexto*, 42, 153–175. <https://doi.org/10.26439/contratexto2024.n42.7332>
- Van Damme, D. (2023). ¿Los estudiantes de la educación superior realmente adquieren las competencias que se necesitan? In D. Van Damme & D. Zahner (Eds.), *¿La educación superior enseña a pensar críticamente?* (pp. 3–30). Universidad de los Andes. <https://doi.org/10.51573/Andes.9789587985665.9789587985672>
- Vilajoana, S. (2017). La esencia política de las relaciones públicas. In *Profesionales de la información y la comunicación: Lo que hacemos y lo que haremos*. UOC.
- Villanueva, J., López, K., Villavicencio, J., & Jordán, D. (2018). Los retos del periodismo ecuatoriano y los desafíos en la formación de nuevos profesionales. *Innova Research Journal*, 3(9), 182–195. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n9.2018.870>

Perfiles de la Comunicación y el Periodismo

Retos formativos y laborales para nuevos profesionales

Profils et compétences dans les domaines de la communication et du journalisme

Quels défis en matière de formation et d'emploi pour les nouveaux professionnels ?

Profiles and Skills in the Fields of Communication and Journalism

Training and Career Challenges for New Professionals

Perfis da comunicação e do jornalismo

Desafios formativos e profissionais para ingressantes na área

Es. El campo laboral de la comunicación es cada vez más amplio y diverso, en el contexto mundial; y, Ecuador no está exento de esta realidad. Nuevos perfiles profesionales como el *community manager* o el creador de contenidos han ido posicionándose y desplazando a otros perfiles como el del periodista general o sin especialización específica. Sin embargo, ni las condiciones laborales han evolucionado a la par, ni la formación académica ha logrado fortalecerse, en función de este mercado laboral cambiante. Este estudio analiza la distancia persistente entre los perfiles de egreso de las universidades y los que la realidad laboral de la comunicación requiere, pero además observa la fragmentación de las competencias profesionales que ofertan las diferentes carreras universitarias. Al mismo tiempo, reflexiona en torno a las competencias tecnológicas y digitales necesarias para el desempeño profesional en el presente y en el futuro inmediato, así como alrededor de la necesidad de no borrar de las mallas curriculares las asignaturas, consideradas de formación básica y transversal, vinculadas a las ciencias sociales y humanas. El estudio parte de un análisis de convocatorias de ofertas de trabajo para puestos en áreas de Comunicación y Periodismo, con el fin de identificar las brechas entre la formación universitaria y la demanda laboral; después, avanza con un análisis de los perfiles de salida de 20 carreras de Comunicación y Periodismo de universidades públicas y privadas del Ecuador; y, finalmente incluye un análisis del resultado de encuestas aplicadas a responsables de áreas institucionales o departamentos de comunicación y periodismo, así como a docentes de las dos carreras con el fin de identificar los cambios o actualizaciones en los planes de estudio, que desde su perspectiva ven imprescindibles para alinear la formación universitaria con las necesidades y exigencias del mercado laboral.

Palabras clave: perfiles profesionales; formación académica; comunicación; periodismo; competencias; mercado laboral.

Fr. Le domaine de la communication devient de plus en plus vaste et diversifié dans le monde entier, et l'Équateur n'échappe pas à cette réalité. De nouveaux profils professionnels, tels que les gestionnaires de communauté et les créateurs de contenu, gagnent du terrain et supplantent d'autres profils, tels que les journalistes non spécialisés. Cependant, ni les conditions de travail, ni la formation académique n'ont suivi les évolutions récentes de ce marché. Cette étude analyse l'écart persistant entre les profils des diplômés des universités et ceux exigés par les employeurs, ainsi que la fragmentation des compétences professionnelles offertes par les programmes d'études. Cet article réfléchit également aux compétences technologiques et numériques nécessaires à la performance professionnelle dans le présent et dans un avenir proche, ainsi qu'à la nécessité de ne pas effacer des cursus les matières fondamentales et transversales liées aux sciences sociales et humaines. L'étude commence par une analyse des offres d'emploi pour des postes dans les domaines de la communication et du journalisme, afin d'identifier les lacunes ; elle analyse ensuite les profils d'étudiants diplômés de vingt programmes de licence en communication et en journalisme dans des universités publiques et privées ; et elle examine également les résultats des enquêtes menées auprès des responsables de départements de communication et de journalisme, ainsi que des enseignants des deux programmes de licence, afin

d'identifier les changements qu'ils jugent nécessaires pour aligner la formation sur les besoins et les exigences du marché du travail.

Mots clés : profils professionnels ; formation académique ; communication ; journalisme ; compétences ; marché du travail.

En. The field of communication is becoming increasingly broad and diverse on a global scale, and Ecuador is no exception to this trend. New professional roles, such as community manager or content creator, have been gaining ground and replacing other roles, such as that of the general journalist or those without a specific specialisation. However, working conditions have not evolved in tandem, nor has academic training managed to adapt to this changing labour market. This study analyses the persistent gap between the profiles of university graduates and those required by the reality of the communications sector, whilst also examining the fragmentation of professional skills offered by different university degree programmes. At the same time, it reflects on the technological and digital skills required for professional practice both now and in the immediate future, as well as on the need to ensure that subjects linked to the social sciences and humanities—which are regarded as fundamental and cross-disciplinary—are not removed from the curriculum. This study begins with an analysis of job vacancies in the fields of Communication and Journalism, with the aim of identifying the gaps between university education and labour market demand; it then proceeds to analyse the graduate profiles of 20 Communication and Journalism degree programmes at public and private universities in Ecuador; and, finally, it includes an analysis of the results of surveys conducted among heads of institutional units or departments of communication and journalism, as well as lecturers on the two degree programmes, with the aim of identifying changes or updates to the curricula which, from their perspective, are essential to align university education with the needs and demands of the labour market.

Keywords: professional profiles; academic training; communication; journalism; skills; labour market.

Pt. O mercado de trabalho da comunicação está cada vez mais amplo e diversificado no mundo todo, e o Equador não é alheio a essa realidade. Novos perfis profissionais, como gerentes de comunidade e criadores de conteúdo, vêm ganhando espaço e substituindo outros, como os jornalistas generalistas. No entanto, tanto as condições de trabalho quanto a formação acadêmica não acompanharam as transformações recentes do mercado. Este trabalho analisa a distância persistente entre os perfis dos egressos universitários e os exigidos pelos empregadores, além de observar a fragmentação das competências profissionais oferecidas pelos diferentes currículos. O artigo também traz uma reflexão sobre as competências tecnológicas e digitais necessárias para o desempenho profissional no presente e no futuro próximo, bem como sobre a necessidade de não excluir dos currículos disciplinas básicas e transversais relacionadas às ciências sociais e humanas. O estudo parte da análise de vagas de emprego nas áreas de comunicação e jornalismo, para identificar lacunas; em seguida, analisam-se os perfis dos egressos de 20 cursos de graduação em Comunicação e Jornalismo de universidades públicas e privadas do Equador; por fim, discutem-se os resultados de pesquisas realizadas com responsáveis por departamentos de Comunicação e Jornalismo, bem como com docentes desses dois cursos de graduação, com o objetivo de identificar as mudanças que consideram necessárias para alinhar a formação universitária às necessidades e exigências do mercado de trabalho.

Palavras-chave: perfis profissionais; formação acadêmica; comunicação; jornalismo; competências; mercado de trabalho.