



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Facultad de Humanidades y Educación

Escuela de Comunicación Social

Mención Comunicaciones Publicitarias

Trabajo Especial de Grado

ESTUDIO EXPLORATORIO DEL MERCADO LABORAL EN EL CAMPO DE LAS COMUNICACIONES AUDIOVISUALES

Tesista:

Alicia Khedari R.

Tutor Académico: Lic. Elsi Araujo

Tutor Empresarial: Dr. Jesús María Aguirre, s.j.

Septiembre 2012

Formato G:

Planilla de evaluación

Fecha: 04/09/2012

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

ESTUDIO EXPLORATORIO DEL MERCADO LABORAL EN EL CAMPO DE LAS
COMUNICACIONES AUDIOVISUALES

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y
evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En letras: _____

Observaciones _____

Nombre:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Este trabajo está dedicado a mi papá:

locutor de cuentos,
camarógrafo de recuerdos,
y productor de felicidad.

AGRADECIMIENTOS

A mis papás, por ser la motivación principal de todos mis logros. En especial a mi mamá, que me enseñó con su ejemplo, en las buenas y las malas, que “no exigir del amado lo mejor es indiferencia, lo contrario del amor.”

A Vivian, por aguantar mis malos humores y atender el teléfono cuando yo estaba trabajando. A mi Tía Laura por los “mechos” y los “mornis”. A Mala, por ser mi ejemplo a seguir.

A mis tutores, el padre Aguirre y la profe Elsi, sin cuya guía no sería posible este trabajo.

A los indiecitos: Manu, Dani, Gus y Mac, por ser lo más valioso que me llevo de la universidad.

A Mati, por ser mi compañera constante en este maratón, y ayudarme a cruzar la línea de llegada.

A Alejandra y a UCAB HNMUN, por haberme atado a la universidad cuando nada más lo hacía, y por haberme hecho crecer de las maneras más inesperadas.

ÍNDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN	13
II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.1 Descripción del problema.....	15
2.2 Objetivos	15
2.2.1 Objetivo General	15
2.2.2 Objetivo Específico	15
2.3 Justificación.....	16
III. MARCO CONCEPTUAL	17
3.1 La Comunicación Social Audiovisual	17
3.1.1 Definición	17
3.1.2 Evolución digital de las Artes Audiovisuales en Venezuela.....	19
3.2 El Perfil Profesional	19
3.3 Tipos de Perfiles.....	21
3.4 Las Competencias.....	23
3.4.1 Competencias genéricas de la educación superior	23
3.4.2 Competencias específicas del comunicador social	26
IV. MARCO REFERENCIAL	28
4.1 Sobre el Perfil Profesional del Comunicador Social.....	28
4.2 Sobre las Competencias y Educación Superior en Latinoamérica	30
4.2.1 Tendencias en la educación superior en las universidades de América Latina	31
4.3 Sobre el contexto académico	32
V. MARCO CONTEXTUAL	34
5.1 Contexto económico de la Comunicación Social en Venezuela	34

5.1.1 Situación del mercado ocupacional en América Latina	36
5.1.2 Efectos de la crisis global en el mercado laboral venezolano	37
5.1.3 Situación del mercado laboral venezolano para los comunicadores sociales	39
5.1.4 Situación de los medios audiovisuales en Venezuela	41
5.1.4.1 La Radio	41
5.1.4.2 La Televisión	42
5.1.4.3 El Cine	45
5.2 Contexto académico de la Comunicación Social en Venezuela	48
5.2.1 Perfil del egresado de Comunicación Social – Universidades en Caracas.....	49
VI. MÉTODO	55
6.1 Modalidad de la investigación	55
6.2 Tipo de investigación.....	55
6.3 Diseño de la Investigación	56
6.4 Sistema de Variables	57
6.5 Cuadro técnico-metodológico de operacionalización de variables	58
6.6 Búsqueda de información secundaria	60
6.7 Unidades de análisis	61
6.8 Instrumento	62
6.8.1 Diseño del instrumento	62
6.8.2 Validación y ajustes	65
6.9 Diseño del plan operativo de muestro.....	66
6.9.1 Población de interés	66
6.9.2 Método de recolección de datos	67

6.9.3 Marco de muestreo	68
6.9.4 Tamaño de la muestra	68
6.9.5 Elementos de la muestra	69
6.9.6 Ejecución del plan.....	69
6.9.7 Limitaciones	70
VII. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	72
7.1 Desarrollo de la Investigación	72
7.2 Matrices de resultados por preguntas	72
VIII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	85
8.1 Sobre la situación de empleo para el campo de las Comunicaciones Audiovisuales	85
8.2 Sobre los cambios y transformaciones en los departamentos y en las organizaciones	86
8.3 Sobre las competencias	87
8.4 Sobre el grado de satisfacción con el desempeño de los egresados	90
8.5 Sobre la formación universitaria.....	91
8.6 Sobre el perfil del egresado	94
8.7 Comparación del perfil del egresado.....	94
IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
9.1 Conclusiones.....	98
9.2 Recomendaciones.....	100
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
ANEXOS	109
Anexo 1	109
Anexo 2	110

Anexo 3	112
Anexo 4	115
Anexo 5	128
Anexo 6	129

I. INTRODUCCIÓN

Las comunicaciones son un fenómeno dinámico y evolutivo, y como consecuencia la carrera de Comunicación Social y su campo laboral son versátiles y cada vez abarcan nuevas áreas de trabajo. Específicamente en el área de las Comunicaciones Audiovisuales, los egresados tienen una amplia gama de opciones para el ejercicio de su carrera, entre las cuales destacan la radio, el cine y la televisión. Cada uno de estos medios sigue expandiéndose y evolucionando con el tiempo.

A medida que los requerimientos laborales del comunicador social audiovisual cambian, las competencias que éste requiere para poder responder a la demanda del mercado profesional han debido ajustarse, integrando funciones y puestos de trabajo, adoptando nuevas tecnologías y globalizándose. Este proceso se ha visto impulsado en parte por la aparición de nuevos canales digitales de comunicación audiovisual y por la disponibilidad de nuevas herramientas de trabajo.

En los últimos años se han desarrollado estudios sobre el campo laboral y sus necesidades en las áreas de Comunicaciones Publicitarias y Periodismo, sin embargo, hasta el momento no se han avanzado investigaciones en el campo de las Comunicaciones Audiovisuales que abarquen los tres sectores principales en los que se desempeñan estos egresados.

Los profesionales que cursen una licenciatura de Comunicaciones Audiovisuales deben recibir una preparación que responda a las exigencias del mercado laboral en el cual persigue desempeñarse, y para ello las universidades deben estar atentas a las nuevas técnicas, prácticas y conocimientos requeridos en el área. La escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello debe conocer las nuevas tendencias y

considerar la adopción de revisiones al programa académico ofertado en la licenciatura.

Tomando en cuenta lo expuesto, esta investigación pretende determinar por medio de entrevistas a empleadores pertinentes cuál es para la empresa moderna venezolana el perfil profesional ideal del Comunicador Social especializado en Comunicaciones Audiovisuales.

Esta investigación busca ofrecer una comparación del perfil curricular de los egresados de las distintas casas de estudio en Caracas que ofrecen la carrera o menciones equivalentes, para posteriormente ofrecer conclusiones y recomendaciones a la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, con el propósito de servir como herramienta para su modernización y la adaptación del programa académico al mercado laboral actual.

II. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Descripción del problema

La pregunta fundamental que se intenta responder con este trabajo es cuál es el perfil profesional esperado del egresado de Comunicación Social, específicamente en el área de Comunicaciones Audiovisuales.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

El Objetivo General de este trabajo se define como:

- Describir el perfil laboral del profesional de las Comunicaciones Audiovisuales dentro del mercado existente, según los empleadores de Caracas.

2.2.2 Objetivo Específico

Los Objetivos Específicos definidos para esta investigación son:

- Describir las características atribuidas al comunicador social de la especialidad Comunicaciones Audiovisuales de la Universidad Católica Andrés Bello, desde la perspectiva de los empleadores del área.
- Definir el perfil esperado del egresado de Comunicación Social, mención Comunicaciones Audiovisuales.

- Comparar el perfil curricular del egresado de Comunicación Social mención Comunicaciones Audiovisuales de la UCAB con el de las universidades de Caracas que ofrecen la carrera.

2.3 Justificación

El avance de la tecnología, la globalización y la competitividad han modificado los requerimientos y expectativas que tienen las empresas al momento de contratar personal egresado de la carrera de Comunicación Social. Se han realizado ya estudios sobre el campo laboral y sus necesidades para el área de Periodismo y de Comunicaciones Publicitarias. Sin embargo, ningún análisis existe que abarque todas las aplicaciones laborales de las Comunicaciones Audiovisuales, por lo que se vuelve oportuna esta investigación.

Las nuevas exigencias de las empresas que se detecten a través de este trabajo investigativo podrán ser analizadas para incorporar nuevas técnicas, prácticas y conocimientos en el proceso educativo de los estudiantes de Comunicación Social.

La Universidad Católica Andrés Bello requiere conocer las nuevas tendencias para contemplar revisiones y adaptaciones del programa académico de la mención Comunicaciones Audiovisuales de su licenciatura en Comunicación Social.

III. MARCO CONCEPTUAL

3.1 La Comunicación Social Audiovisual

3.1.1 Definición

Como parte de su trabajo *Cuestiones jurídicas relativas a los archivos audiovisuales* para la Organización para la Educación, la Ciencia y La Cultura de las Naciones Unidas (UNESCO), BirgitKofler(1991) propuso que la definición de Contenido Audiovisual se refería a:

las grabaciones visuales (con o sin banda sonora) sin distinción de soporte físico ni de procedimiento de grabación, por ejemplo, películas, cintas de vistas fijas, microfilmes, diapositivas, cintas magnéticas, cinescopios, videogramas (videocintas, videodiscos), discos de lectura óptica a láser; a) destinadas a la recepción pública mediante la televisión o la proyección en pantalla, o por cualquier otro medio; b) destinadas a la difusión al público;

las grabaciones sonoras, sin distinción de soporte físico ni de procedimiento de grabación, por ejemplo cintas magnéticas, discos, bandas sonoras o grabaciones audiovisuales, discos de lectura óptica a láser; a) destinadas a la recepción pública mediante la radiodifusión o por cualquier otro medio; b) destinadas a su difusión al público. (p. 10-13)

Esta definición procuraba abarcar el máximo de formas y formatos audiovisuales para poder argumentar su preservación como contenidos culturales. Sin embargo, en vista de que este concepto ampliaba el espectro

audiovisual para la inclusión de “cualquier cosa que contenga imágenes y/o sonidos” ([UNESCO], 1994, Definiciones y términos), la UNESCO buscó reducir la definición a términos teóricos y prácticos que se ajustaran a la realidad del trabajo y afirmaran claramente el carácter distintivo de los medios audiovisuales. De acuerdo a este nuevo debate, se propuso como concepto de Arte Audiovisual:

Obras que comprenden imágenes y/o sonidos reproductibles integrados en un soporte, y que se caracterizan por el hecho de que: su grabación, transmisión, percepción y comprensión requieren habitualmente un dispositivo tecnológico; el contenido visual y/o sonoro tiene una duración lineal; y el objetivo es la comunicación de ese contenido, no la utilización de la tecnología con otros fines. (UNESCO, 1994, Definiciones y Términos)

Bajo esta definición y para efectos de este trabajo, los medios de difusión enteramente audiovisual se circunscriben a la televisión, el cine y la radio; quedando por fuera la fotografía cuya transmisión, percepción y comprensión no requieren necesariamente de dispositivos tecnológicos integrados.

En complemento a esta definición establecida del contenido audiovisual, se agrega la definición de la Comunicación Social Audiovisual. De acuerdo a lo expuesto en el tríptico informativo de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (ver Anexo 1), la Comunicación Social de Artes Audiovisuales en dicha casa de estudio está definida como aquel estudio que permite la creación e investigación de discursos audiovisuales, la comprensión y análisis textos de diversa naturaleza y su transformación en códigos audiovisuales, así como también el análisis de los posibles efectos de los mismos. La UCAB capacita a sus estudiantes de Artes Audiovisuales para

producir, dirigir y realizar mensajes para los diferentes medios de comunicación social audiovisual desde una perspectiva multicultural.

3.1.2 Evolución digital de las Artes Audiovisuales en Venezuela

De acuerdo a lo expuesto por el profesor Marcelino Bisbal (2007) en su investigación *Los medios en Venezuela ¿Dónde estamos?*, en Venezuela tanto la radio como la televisión comienzan a ofrecerse hoy en día a través de internet. Sin embargo, el desarrollo digital de los medios audiovisuales está supeditado a las políticas públicas del estado venezolano. En este sentido, comenta Bisbal (2007), ni la empresa privada audiovisual ni las productoras tienen previsto un avance hacia la creación de canales digitales terrestres. Sin embargo, esto no ha impedido que muchos canales televisivos y radiales transmitan su señal a través de internet. Una investigación de la empresa Datanálisis citada por Bisbal (2007) indica que “para el año 2002, en el total de menciones de los sitios web más visitados por los usuarios venezolanos, apareciera la televisión con un 44.2%, la radio con un 24%, siendo respectivamente el cuarto y séptimo lugar de preferencias” (p. 16)

Debido a lo antes expuesto por Bisbal (2007), para efectos de este trabajo de grado no se tomará en cuenta la incipiente industria de producción audiovisual exclusivamente destinada a los canales digitales, sino que se trabajará con los canales tradicionales audiovisuales: televisión, cine y radio.

3.2 El Perfil Profesional

Las Universidades Públicas Valencianas (España) bajo la coordinación de la Universitat Jaume I desarrollaron en su Glosario de fichas conceptuales y metodológicas del Sistema Universitario Público Valenciano (s.a., s.f.) la definición de perfil profesional, así como también las características del mismo.

Según lo expuesto en esta publicación, perfil profesional es el “conjunto de capacidades y competencias que identifican la formación de una persona para asumir en condiciones óptimas las responsabilidades propias del desarrollo de funciones y tareas de una determinada profesión.” (p. 1)

Este sistema de fichas conceptuales además nota que:

Los perfiles profesionales evolucionan y cambian según la demanda ocupacional y el mercado de trabajo, por tanto son dinámicos. Deben considerar la demanda social es decir, las necesidades sociales de los grupos que son objeto de la intervención. Son analíticos, pues posibilitan orientar y promover el comportamiento futuro e identifican espacios y condiciones disponibles para desarrollar determinadas estrategias y acciones. Y obedecen a la racionalidad esbozada por el currículo del plan de estudios. (p. 1)

De acuerdo a Rosamelia Gil (1994), autora de *Figuras sobresalientes de la comunicación social, un perfil de ejemplaridad de los comunicadores* un perfil profesional son las características y rasgos de un oficio dentro de un todo, donde el todo es la sociedad y el cuerpo a delimitarse es una carrera o profesión. Para su desarrollo y definición, es necesario tomar en cuenta las características del mercado laboral, el contexto socio-económico dentro del cual se va a desempeñar el oficio y los fines académicos.

En cuanto al perfil profesional en el área de las comunicaciones, Morales y Parra (2006) citan en el artículo *Perspectivas de la formación del comunicador social en Venezuela* al autor Vílchez, que afirma que el perfil profesional de un comunicador tiene tres tipos de influencias:

- a) Las influencias axiológicas, se refieren a los valores que sustentan el currículo; y pueden ser éticas (bondad), jurídicas (justicia) y estéticas.
- b) Las influencias epistemológicas, que se refieren al origen y naturaleza del conocimiento en el área de la comunicación.
- c) Las influencias del contexto social (económicas, políticas y culturales) y del entorno inmediato.

3.3 Tipos de Perfiles

Gil (1994) establece en su previamente mencionada obra la existencia de más de un tipo de perfil, que corresponden al tipo de información que busquen denotar y al área profesional dentro del cual se desempeña el oficio. Bajo esta clasificación propuesta por Gil (1994), es posible distinguir siete tipos de perfil:

- a) El Perfil Profesional: constituido por un diagnóstico que determina las características del contexto institucional y social, y las necesidades globales de los profesionales de un campo determinado, a partir de la relación demanda-oferta del mercado laboral y de las competencias requeridas del profesional. Contempla las expresiones Saber-Saber, Saber-Hacer y Saber-Ser: la primera alude a los conocimientos requeridos del individuo para desempeñarse en su ámbito laboral, la segunda denota las cualidades de eficiencia y eficacia esperadas del profesional y el conocimiento técnico y específico de la profesión, y la última se refiere a lo que es la persona independientemente de la profesión, es decir, sus cualidades personales.

- b) El Perfil de Formación: contempla los criterios específicos para la elección de áreas, funciones y productos aportados por el Perfil Profesional. Los mismos pueden estar o no relacionados con la profesión, y pueden ser de interés personal, institucional o social.
- c) El Perfil Académico: abarca las características requeridas y las condiciones factibles buscadas con la formación que ofrece la escolaridad formal, incluyendo todo aquello que el egresado piense, sienta y haga al culminar sus estudios y como producto de los mismos.
- d) El Perfil Ocupacional: determina las tareas específicas a partir de los roles y funciones que requiere el desempeño de un cargo, con sus respectivas especialidades. Es la visión de lo que el egresado de una institución universitaria estará en capacidad de hacer en el mercado de trabajo.
- e) El Perfil de Personalidad: define las características en la conducta del individuo como resultado de su proceso formativo, y explica la manera en la que el individuo se desenvuelve con su medio ambiente: su modo de ser, la forma en la que se relaciona y su adecuación al entorno.
- f) El Perfil Prospectivo: determina las características suficientes y necesarias que deberá desarrollar un profesional para desempeñarse eficazmente frente a las exigencias laborales que puedan surgir en el futuro.

- g) El Perfil Motivacional: se refiere a las metas y actitudes necesarias en el individuo para poder desempeñar su rol en determinada profesión.

A efectos de este trabajo, y según las definiciones desarrolladas por Gil (1994), se persigue responder cuál es el perfil profesional esperado del egresado de Comunicación Social, específicamente en el área de Comunicaciones Audiovisuales.

3.4 Las Competencias

A efectos de la educación superior, Proyecto Tuning (2007) propone como definición de competencia:

Conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas, tanto específicas como transversales, que debe reunir un titulado para satisfacer plenamente las exigencias de los contextos sociales. Fomentar las competencias es el objetivo de los programas educativos. Las competencias son capacidades que la persona desarrolla en forma gradual y a lo largo de todo el proceso educativo y son evaluadas en diferentes etapas. Pueden estar divididas en competencias relacionadas con la formación profesional en general (competencias genéricas) y con un área de conocimiento (específicas de un campo de estudio). (p. 320)

3.4.1 Competencias genéricas de la educación superior

De acuerdo con la clasificación de competencias planteada por el *Proyecto Tuning en Reflexiones y Perspectivas de la Educación Superior en América Latina*, y como parte de las investigaciones realizadas para complementar este informe, Análida Elizabeth Pinilla Roa (s.f.) describió en el

documento *Las competencias en la educación superior* las competencias genéricas como:

Conocimientos generales para realizar comportamientos laborales y habilidades que empleen tecnología. Para alcanzarlas es ineludible la coherencia entre los programas curriculares, el desempeño natural y el trabajo real de ese profesional en el ámbito local, nacional e incluso internacional. Tal es el caso de manejo de algunos equipos y herramientas.
(p. 13)

Proyecto Tuning (2007) se encargó de identificar las competencias genéricas consideradas importantes para el desarrollo de la región latinoamericana, y luego de un proceso de investigación el estudio determinó que, desde la perspectiva de los empleadores, relevante para este trabajo de grado, las mismas se ordenan de la siguiente forma de acuerdo a su importancia:

1. Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
3. Capacidad para organizar y planificar el tiempo
4. Conocimientos sobre el área de estudio y la profesión
5. Responsabilidad social y compromiso ciudadano
6. Capacidad de comunicación oral y escrita
7. Capacidad de comunicación en un segundo idioma

8. Habilidades en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación
9. Capacidad de investigación
10. Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente
11. Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas
12. Capacidad crítica y autocrítica
13. Capacidad para actuar en nuevas situaciones
14. Capacidad creativa
15. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas
16. Capacidad para tomar decisiones
17. Capacidad de trabajo en equipo
18. Habilidades interpersonales
19. Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes
20. Compromiso con la preservación del medio ambiente
21. Compromiso con su medio socio-cultural
22. Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad

23. Habilidad para trabajar en contextos internacionales

24. Habilidad para trabajar en forma autónoma

25. Capacidad para formular y gestionar proyectos

26. Compromiso ético

27. Compromiso con la calidad

3.4.2 Competencias específicas del comunicador social

Pinilla Roa (s.f.) definió las competencias específicas como aquellos conocimientos especializados que permiten realizar labores concretas propias de una disciplina y en determinado contexto laboral (p. 13).

Proyecto Tuning (2007) listó las competencias específicas para varias carreras universitarias, sin embargo ningún campo de la Comunicación Social fue incluido en el estudio, y por lo tanto para efectos de este trabajo de grado las competencias específicas a utilizar durante la investigación serán aquellas descritas por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello para esta carrera. Las mismas están expuestas en el tríptico informativo sobre el plan de estudios de la carrera (ver Anexo 1), disponible en la página web oficial de la universidad, y listadas en dos categorías:

Competencias específicas de conocimiento:

- a) Las principales teorías y metodologías que estudian el fenómeno de la comunicación humana y social

- b) Las diferentes tecnologías de comunicación
- c) La naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social
- d) La realidad social, cultural, política y económica de su entorno
- e) Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional

Competencias específicas de capacidad:

- a) Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación
- b) Contextualizar y producir discursos públicos adaptados a su entorno, multiculturales, de alta calidad, confiables, plurales y actualizados
- c) Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.

IV. MARCO REFERENCIAL

4.1 Sobre el Perfil Profesional del Comunicador Social

El perfil profesional del comunicador social ha sido discutido en distintos escenarios y por múltiples sectores académicos que se han especializado en la formación profesional de comunicadores. Como parte del marco referencial de este trabajo, se demarcarán aquellos estudios relevantes que se han llevado a cabo en el país en torno al tema del perfil laboral de los profesionales en Comunicación Social. En su conjunto, estos estudios contribuirán a definir las competencias del comunicador audiovisual actual.

El Prof. Jesús María Aguirre, tutor académico de la presente investigación, ha avanzado varias investigaciones sobre el tema del perfil profesional del comunicador social. Entre ellas, destaca su artículo para la Revista Comunicación: *Transformaciones en el campo laboral de la información y la comunicación*, publicado en el 2006. En esta publicación, Aguirre presenta un análisis del cambiante contexto laboral de las comunicaciones y de la necesidad de adaptación del perfil profesional para la preparación de nuevos comunicadores sociales de cara a los retos que plantea la nueva era digital. Este trabajo de Aguirre sirve como base para el planteamiento del problema expuesto en la presente investigación.

A su vez, la autora Rosamelia Gil ofrece también un respaldo para la presente investigación, en la forma de su informe *Figuras sobresalientes de la comunicación social, un perfil de ejemplaridad de los comunicadores* (1994). En el mismo, la autora hace un llamado a la investigación sobre los perfiles profesionales del comunicador de manera que sea posible identificar los valores, habilidades, contenidos formativos y competencias que es necesario

inculcar a los estudiantes de Comunicación Social para que puedan tener un desarrollo exitoso en el actual mercado laboral.

Morales y Parra, en un artículo de la Revista Comunicación, plantean las *Perspectivas de la formación del comunicador social en Venezuela* (2006), trabajo que también se ve referenciado en la presente investigación, por su análisis de los aportes teóricos de investigadores latinoamericanos sobre la formación profesional de los comunicadores sociales en la región. “Este fundamento teórico constituye un precedente orientador para comparar las ofertas curriculares de los programas de pregrado en comunicación social en Venezuela.” (Morales y Parra, 2006, p. 1)

Además de estos estudios, se hace referencia al trabajo del Prof. Marcelino Bisbal *Los medios en Venezuela, ¿Dónde estamos?* (2007) para presentar una visión holística de los medios audiovisuales en Venezuela y su proceso de adaptación en la era digital, con el objetivo de utilizar la presente investigación para comprender el perfil profesional del comunicador social requerido por el actual contexto laboral.

Adicional a estos estudios presentados por Aguirre, dos investigaciones similares a la presente se llevaron a cabo para responder a interrogantes surgidas dentro de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, para la mención de Periodismo y Comunicaciones Publicitarias.

El trabajo de grado *Perfil profesional del periodista actual según la visión del empleador en Venezuela*, presentado en septiembre de 2009 por Lauren Martínez y Carla Szemzo, y el trabajo de grado *Estudio exploratorio descriptivo del mercado laboral situado en el campo de las comunicaciones publicitarias*, presentado en septiembre de 2009 por Patricia Miralles y Daniella Rodríguez, sirven como antecedentes de la presente investigación. Ambos

trabajos, al igual que este estudio, se llevaron a cabo bajo la supervisión académica del Prof. Jesús María Aguirre y la asesoría metodológica de los Prof. Elsi Araujo y Jorge Ezenarro.

Al igual que estos estudios anteriores, la actual investigación pretende conclusiones y recomendaciones para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, apoyadas en los descubrimientos hechos, con el propósito de actualizar y adaptar prospectivamente el programa académico al mercado actual.

4.2 Sobre las Competencias y Educación Superior en Latinoamérica

Como principal recurso referencial sobre las competencias y la educación superior en América Latina, se utilizaron los documentos de Proyecto Tuning: *Informe Final América Latina 2004-2007: Reflexiones y perspectivas de la educación superior en América Latina* (2007) y *Documentos sobre algunos aportes al concepto de competencias desde la perspectiva de América Latina* (s.f.) publicado por Análida Elisabeth Pinilla Roa dentro del marco del mismo proyecto.

El proyecto Alfa Tuning América Latina se creó para aportar a las estructuras educativas de Latinoamérica información y opiniones sobre cómo mejorar la colaboración entre las instituciones de educación superior, con el objetivo de impulsar el desarrollo de la calidad, efectividad y transparencia. Entre los aportes más significativos del informe final de este proyecto a la presente investigación está la identificación de las competencias genéricas requeridas de cualquier profesional y la justificación de su uso al momento de desarrollar un perfil laboral ajustado a las necesidades del contexto. Análida Elisabeth Pinilla Roa desde su publicación sobre el concepto de competencia, permitió a la presente investigación manejar un concepto desarrollado de

competencia adecuado al entorno latinoamericano, y por lo tanto ajustado a la realidad del escenario dentro del cual se desarrolla la misma.

4.2.1 Tendencias en la educación superior en las universidades de América Latina

Según el informe final publicado por Proyecto Tuning – América Latina (2007), es posible sintetizar las nuevas tendencias en la educación superior asumidas por las universidades de Latinoamérica, en cinco puntos:

- a) Debido a la velocidad y diversidad con la que actualmente se generan conocimientos, las instituciones de educación superior han tenido que enfrentarse a la rapidez con la que el conocimiento impartido se vuelve obsoleto. En respuesta a esto, las universidades han asumido la actualización continua de los contenidos de sus planes de estudio, y la promoción de programas flexibles que permitan desarrollar las competencias que brindan capacidad de adaptación al cambio.
- b) Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han modificado los procesos de manejo de las mismas. Para poder desarrollar estas competencias es necesario un cambio profundo en la pedagogía, cambiando incluso el papel tradicional del profesor y del estudiante para dar pie a nuevos enfoques y formas de aprendizaje y enseñanza.
- c) Unida a esta necesidad de adaptación en los programas y en las formas de enseñanza y aprendizaje, se conjuga la necesidad de reformar los perfiles profesionales del universitario. Éstos deben satisfacer los requerimientos de la sociedad y además proyectarlos de acuerdo a las necesidades del país, a través de competencias,

permitiendo no centrar la enseñanza exclusivamente en el conocimiento teórico.

- d) Una consideración importante es el cambio de protagonismo que debe ocurrir en el salón de clases: donde antes el foco se encontraba en el profesor, ahora debe encontrarse en el estudiante. El estudiante debe formar parte activa de la construcción de su propio aprendizaje, dejando al profesor la figura de facilitador del mismo.
- e) La globalización juega un papel importante en la cambiante estrategia de educación superior. A medida que se internacionalizan los programas universitarios y existen más intercambios entre las distintas escuelas, éstas deben tener una estructura que les permita flexibilidad y el uso de tecnologías de información, asegurando sobre todo la calidad del estudio.

Este estudio refuerza la necesidad de adaptar los pensa universitarios de acuerdo a las competencias que forman parte del perfil profesional esperado por el mercado laboral de un comunicador social de la mención de Artes Audiovisuales.

4.3 Sobre el contexto académico

Con el objeto de presentar una visión comparativa de los pensa académicos y perfiles profesionales de las universidades de Caracas que ofrecen la carrera de Comunicación Social, se utilizó como referencia la información suministrada al público por parte de dichas casas de estudio a través de sus respectivas páginas web. Las universidades cuyos sitios en internet fueron referenciados en el presente trabajo fueron:

Universidad Católica Andrés Bello

Universidad Central de Venezuela

Universidad Monteávila

Universidad Santa María

Universidad Católica Santa Rosa

Universidad Bolivariana de Venezuela

V. MARCO CONTEXTUAL

5.1 Contexto económico de la Comunicación Social en Venezuela

El informe *Actividad, Empleo y Desempleo: Conceptos y Definiciones* (Neffa, Panigo y Pérez, 2005, p. 2) establece que empleo es toda aquella situación de trabajo realizado para obtener a cambio un ingreso, ya sea en calidad de asalariado, empleador o por cuenta propia. Define, entonces, trabajo como toda actividad orientada hacia la producción de un bien o prestación de un servicio, que involucra al ser humano no sólo en sus capacidades fisiológicas y biológicas, sino también en sus dimensiones psíquicas y mentales.

Para complementar este concepto, se expone en este trabajo lo descrito por Carlos Sabino (1991) en el *Diccionario de Economía y Finanzas* sobre el mercado laboral:

Dícese del mercado en el que se ofrece y se demanda trabajo: la oferta de trabajo está conformada por las personas que, en un momento dado, desean trabajar a los salarios corrientes; la demanda de trabajo la realizan las empresas, que requieren de este factor productivo para realizar sus actividades. Estas dos fuerzas confluyen en un espacio geográfico determinado y de su resultante emerge, como en cualquier otro mercado, el precio de la mercancía, que en este caso es el salario. No obstante, el mercado de trabajo posee ciertas particularidades que lo distinguen de los otros mercados, especialmente por la falta de completa movilidad. (Sección M, Mercado Laboral)

Sabino (1991) nota en su glosario que en realidad no existe un mercado único para todo tipo de trabajo, pues la oferta y la demanda son diferentes según el tipo de tarea a desempeñar. De acuerdo a su texto, las empresas no podrán intercambiar fácilmente un trabajador por otro, salvo en el caso de las ocupaciones más sencillas, pues de otro modo requieren que los trabajadores posean ciertas aptitudes específicas. Del mismo modo, los oferentes, que poseen también capacidades y entrenamientos diferentes, encontrarán que pueden desempeñar sólo ciertas labores y exigirán un salario acorde con sus capacidades. Es por esta razón que existen diversos submercados laborales, como especialidades vayan delineándose entre oferentes y demandantes.

La movilidad espacial del trabajo, por otra parte, tiene mayores restricciones que la de otras mercancías: como el trabajador tiene que vivir relativamente cerca del sitio donde trabaja, no podrá desplazarse con la misma facilidad con que se mueven los objetos que se transan en otros mercados. Factores adicionales como el idioma, el sexo y la edad condicionarán fuertemente tanto la oferta como la demanda. Habrá, por lo tanto, mercados locales y regionales muy activos, pero los mercados de trabajo de amplitud nacional e internacional sólo existirán para ciertos puestos. (Sabino, 1991, Sección M, Mercado Laboral)

Sabino (1991) observa que además de considerar la oferta, en el estudio del mercado laboral hay que tener en cuenta que los oferentes pueden escoger, dentro de límites a veces bastante amplios, si trabajarán o no, así como las condiciones en que lo harán. “La existencia de sindicatos y otras organizaciones laborales afecta también notablemente el funcionamiento de este mercado, lo mismo que las regulaciones que, sobre salario mínimo,

seguridad industrial, seguridad social y otros muchos aspectos, emanan del Estado.” (Sección M, Mercado Laboral)

5.1.1 Situación del mercado ocupacional en América Latina

Desde que se hizo patente que América Latina y el Caribe no era inmune frente a la crisis financiera, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) indicaron que el poco crecimiento de la economía mundial resultaría en la contracción de los mercados de trabajo.

Como consecuencia, la gran mayoría de los países estudiados en el *Boletín sobre la Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe* ([CEPAL y OIT], 2009) presentaron una disminución de la tasa de ocupación. Es importante resaltar que en el mismo estudio resultó que entre las excepciones a esta consecuencia negativa de la crisis financiera se encuentra la República Bolivariana de Venezuela. Este país, junto a Uruguay, fue el único que pese a las circunstancias del entorno, presentó un crecimiento en la tasa de ocupación.

A continuación se presenta una figura que ilustra las cifras arrojadas por el *Boletín sobre la Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe*, en la que se evidencia la contracción del mercado laboral en todos los países de América Latina estudiados, excepto en Venezuela y Uruguay.

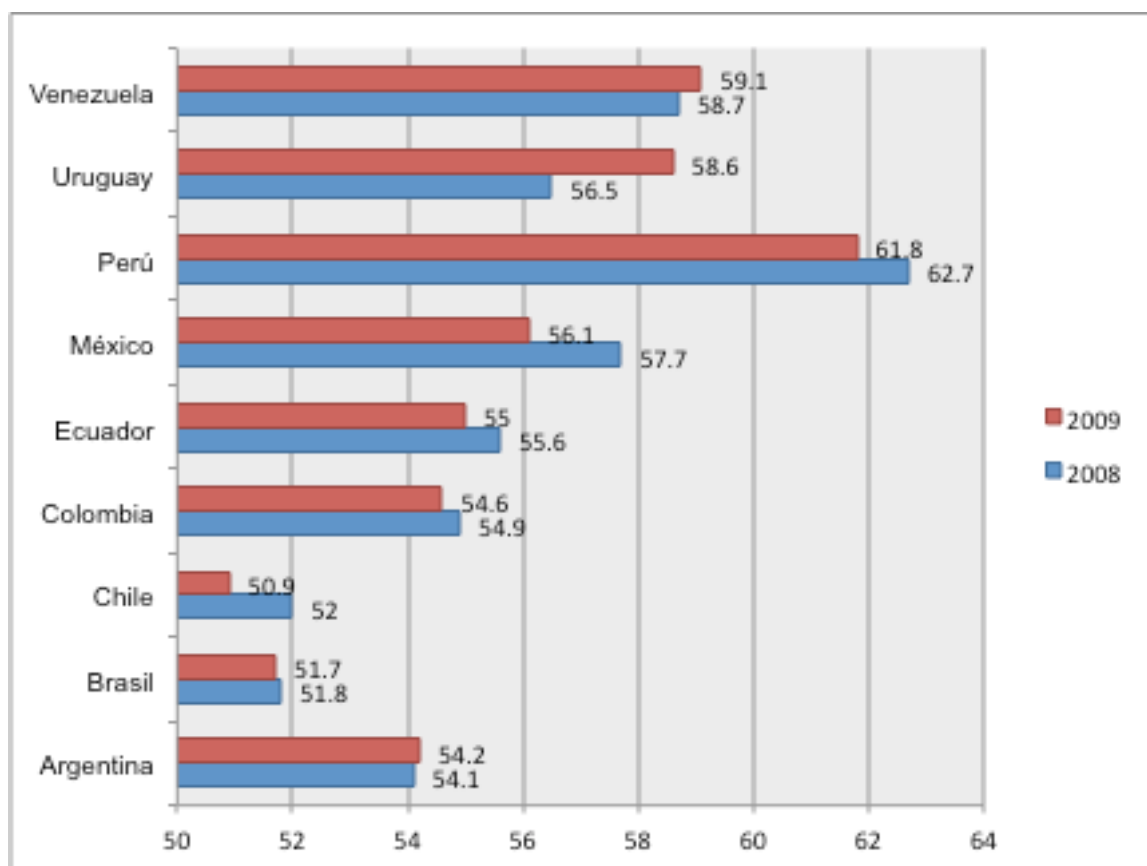


Figura 1: Tasa porcentual de ocupación urbana en el 2008 y 2009

5.1.2 Efectos de la crisis global en el mercado laboral venezolano

El 1 de julio de 2009, la Academia Nacional de Ciencias Económicas y la Academia de Ciencias Políticas y Sociales presentaron a la opinión pública nacional el documento titulado *Venezuela ante la crisis*. En el mismo, expertos académicos de ambas instituciones detallan cómo la reducción de los precios del petróleo, desencadenada por la crisis económica mundial, y aunada a la disminución de la producción nacional, resultarían en una contracción de las divisas extranjeras recibidas por Venezuela. En consecuencia, en el país se implementaron “una serie de políticas públicas y de acciones gubernamentales que han exacerbado la vulnerabilidad de la economía a shocks externos.” (p. 1)

La escasez de productos extranjeros debida a las restricciones de divisas preferenciales para la importación impuestas por el gobierno ha contribuido a la inflación en el país. Estas restricciones además han obligado a importadores a recurrir al uso de dólares del mercado cambiario libre, y esto ha resultado en una devaluación tácita de la moneda nacional venezolana.

La disminución en los ingresos de Venezuela afecta directamente el gasto público, obligando a los entes gubernamentales a reducir su expendio. “Eso implica que el factor locomotor que en años previos llevó a la economía a experimentar altos crecimientos --la demanda del sector público-- no estará presente en el futuro previsible.” (p. 3)

Los constantes ataques sobre el sector empresarial venezolano contribuirán a que la demanda agregada privada real también sufra una contracción. Los controles y restricciones impuestos por el gobierno desestimularán la inversión privada.

El estudio resalta que además de lo antes expuesto, la reducción del ingreso personal, el desempleo, el menor poder de compra, las restricciones crediticias y las pérdidas patrimoniales generadas por la crisis global desembocarán en una contracción del consumo privado real.

La combinación de estos factores combinada con las menores posibilidades de exportación de la industria nacional restringirá la actividad económica. “De allí que sea lógico esperar un incremento de importancia del desempleo y del subempleo.” (p.3)

En su artículo *Me gradué y no encuentro trabajo porque no tengo experiencia* (2009), Ana Díaz, periodista de la sección Economía y Negocios del periódico El Nacional, nota que el problema del desempleo en Venezuela afecta de manera particular a los jóvenes egresados de carreras universitarias

o institutos técnicos superiores. Este grupo demográfico, cuyas edades a efectos del artículo de Díaz se comprenden entre 16 y 30 años, tiene dificultades para ingresar en el mercado laboral, ya que la crisis económica ha obligado a la empresa venezolana a restringir los nuevos ingresos. En los casos en los que es necesario el reclutamiento de nuevos empleados, las empresas exigen al aspirante a contar con experiencia laboral previa, excluyendo a los jóvenes universitarios que buscan ingresar al mercado laboral por primera vez.

5.1.3 Situación del mercado laboral venezolano para los comunicadores sociales

En el artículo *Transformaciones en el Campo Laboral de la Información y la Comunicación*, se menciona que en Venezuela la evolución tecnológica se ha vuelto parte del proceso habitual de las formas de comunicación. Es importante considerar los impactos que estos cambios tienen sobre los perfiles ocupacionales de los comunicadores sociales en el campo laboral. “El espectro de perfiles profesionales no dejará de extenderse y contará con menciones cada vez más heterogéneas y más aún en los espacios de convergencia digital” (Aguirre, 2006, p. 51).

Los fenómenos más notorios del campo laboral presentados por el estudio de Aguirre (2006) son:

- a) El mercado laboral se ha ampliado desde el punto de vista de la “especialización funcional de los gestores de información y moderadores de procesos comunicativos con habilidades tecnológicas, sean comunicadores o no.” (p. 51)
- b) La presión del mercado laboral, a diferencia de la Universidad, va hacia la capacitación tecnológica más que a la de contenidos,

“favoreciendo la capacitación ad hoc para los puestos de trabajo, más que la preparación humanística y ético-social.” (p.51)

- c) Hay una preferencia por el recurso humano joven, capacitado en la tecnología de la información y la comunicación.
- d) Los comunicadores sociales deben enfrentarse a un mercado laboral de numerosos competidores egresados de otras escuelas, así como también institutos técnicos superiores y academias que ofrecen especialidades en la producción audiovisual, y demás áreas de la Comunicación Social.
- e) “La superioridad académica de los egresados universitarios resulta una desventaja a la hora de ser contratados por primera vez, debido a las expectativas de mayor salario.” (p. 51)
- f) La consigna de las empresas en la fase de convergencia entre los medios es la de “buscar profesionales capaces de coordinarse y de elaborar de manera distinta una información para diferentes soportes, atendiendo a la convergencia de los medios.” (p. 51)

Es posible ampliar este último punto expuesto por Aguirre al mencionar lo observado por Salaverría y García Avilés (2008) en *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*, en la que se nota como la convergencia de los medios a través de la tecnología ha derivado en una convergencia de los roles del comunicador social:

Varios factores han desencadenado los distintos tipos de convergencia de redacciones en las empresas de comunicación europeas y norteamericanas. Entre ellos figuran

el descenso paulatino de la circulación de prensa, la feroz competencia por los ingresos publicitarios, el incremento del número de usuarios de internet, los recortes presupuestarios en las diversas áreas de gestión y la necesidad de producir contenidos para plataformas pertenecientes a la misma empresa. La convergencia alude a algún tipo de combinación de tecnologías, productos, profesionales y espacios entre los ámbitos anteriormente separados de la prensa, televisión y medios digitales (p. 38).

La introducción de esta convergencia ha modificado la forma de practicar la Comunicación Social. Ahora los egresados de esta carrera deben contar con más conocimiento, y diferentes y variadas capacitaciones y competencias para poder cumplir con las expectativas del mercado laboral en el que se desempeñan.

5.1.4 Situación de los medios audiovisuales en Venezuela

5.1.4.1 La Radio

De acuerdo con lo expuesto por Rafael Quiñones (2008) en *Mapa de situación de la prensa y medios regionales*, la última década de la industria radial venezolana ha sido paradigmática en la historia de este medio en el país.

El auge de las emisoras comunitarias, impulsado principalmente por entes estatales, aunado a la sanción de la Ley de Telecomunicaciones ha contribuido significativamente al crecimiento de esta industria. Mientras que las emisoras radiales en el interior del país han experimentado a su vez un crecimiento con el incremento de la población en sus respectivas regiones,

intentando garantizar una cobertura que se extienda fuera de su canal de origen. La situación ha generado la masificación de empleos en la esfera radial.

Sin embargo, el crecimiento sostenido de la producción radial en Venezuela se ha visto restringido por la presión ejercida por el estado venezolano sobre el medio. Un ejemplo de esta coacción es la medida anunciada el 31 de julio de 2009 contra 34 canales radiales al considerar la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) que no cumplían los requisitos legales para operar (Noticias24, 2009); y el 20 de febrero de 2012 contra 35 otros canales, que de acuerdo al artículo publicado al respecto en *E/ Nacional* fueron sancionadas por “control de publicidad y línea editorial” (El Nacional, 2012). De cumplirse el cierre de las 240 emisoras radiales que según el gobierno operan actualmente sin autorización, el mercado laboral para la producción radial se vería reducido aún más.

De acuerdo con el *Listado de Habilitaciones de Radiodifusión* más reciente publicado por CONATEL(2009) existen a nivel nacional 364 habilitaciones comerciales de radiodifusión. Tomando en cuenta que un mismo difusor radial requiere de varias habilitaciones para transmitir en las diferentes regiones del país, el número de prestadores de servicio es menor al presentado.

5.1.4.2 La Televisión

Actualmente, la televisión abierta en Venezuela está integrada por distintos operadores de banda VHF y UHF, cuya descripción en este trabajo se realizará con información tomada de entrevistas realizadas por Carla Szemzo y Lauren Martínez (2009) a Eduardo Caballero, Presidente de MEDIAX Gente de Medios y antiguo Vicepresidente de Finanzas de Corporación Televén C.A. y de C.A. Radio Caracas Televisión, como parte de su trabajo de grado titulado *Perfil profesional del periodista actual según la visión del empleador en Venezuela*.

Con la no renovación de la concesión de Radio Caracas Televisión (RCTV) en el año 2007, el estado venezolano creó la Fundación Televisora Venezolana Social (TEVES) para ocupar el canal 2 de la banda VHF. A la vez que RCTV comenzó a operar como un canal de cable con una estructura reducida, TEVES abría nuevos puestos de trabajo contrarrestando los efectos negativos del cierre en el mercado laboral. Sin embargo, Caballero opina que el nuevo canal del estado tiene una tendencia marcada a la contratación de personal cuya postura política es favorable al gobierno, por lo que muchos comunicadores actualmente no pueden acceder a esos puestos de trabajo.

El canal 4 de la banda VHF está ocupado actualmente por Venevisión, que cuenta con más del 50% del share de la audiencia televisiva venezolana, lo que lo posiciona como el líder entre los canales nacionales. Gracias a su estructura amplia y su contenido variado, este canal era para el momento de la entrevista a Caballero el principal empleador de la industria televisiva nacional.

El canal 5 de la banda VHF lo ocupa Valores Televisión, conocido como Vale TV. Los contenidos de este canal son por definición culturales y educativos, y presenta una estructura reducida que alberga 30 empleados aproximadamente.

El canal 8 de la banda VHF, desde el cual opera Venezolana de Televisión, ha recibido un incremento en su estructura durante la última década gracias a su rol como vocero oficial del Estado, abriendo nuevos espacios laborales para comunicadores en el país, pero con la misma suposición sobre la restricción de contratación de empleados no favorables al actual gobierno venezolano.

El canal 10 de la banda VHF es ocupado por Televén, que pertenece al grupo de empresas Camero. En cuanto al share de la audiencia, este canal

ocupa el segundo lugar en sintonía televisiva en el país y posee la segunda estructura de empleados más grande en la televisión de señal abierta.

El canal 12 de la banda VHF lo ocupa La Tele, canal perteneciente al grupo de empresas Imagen. Es un canal con reducida audiencia, y una nómina de empleados relativamente pequeña.

Entre los canales de banda UHF destacan Globovisión (canal 33), Meridiano TV (canal 37), Canal-i (canal 57) y ViVe Visión Venezuela (canales 21, 24 y 25).

En los últimos años, la televisión regional se ha expandido en el interior del país, primordialmente a través de los canales comunitarios y gubernamentales. Con el crecimiento de estos medios, ha aumentado la demanda de personal calificado en el área de Comunicación Social, tanto para el campo audiovisual como para el periodístico y publicitario.

Las televisoras regionales han buscado establecer alianzas estratégicas con sus pares desde el año 2006, con el fin de incrementar sus audiencias y compartir información y programación. Estas estrategias generaron empleo para la industria televisiva regional. (Quiñones, 2008)

Caballero destaca en su comunicación con Szemzo y Martínez que la televisión por suscripción también ocupa un rol importante en la industria televisiva, ya que en ella se han dado las mayores evoluciones en la televisión de los últimos años. En este ámbito cabe destacar varios operadores de televisión privados que conforman importantes fuentes de empleo. En el sistema DTH satelital, resalta DIRECTV. En el sistema de cable con fibra óptica destacan SuperCable, Intercable y NetUno.

Todos los sistemas de televisión por suscripción cuentan con una amplia gama de emisoras y contenidos muy variados aglomerados en distintos grupos de canales que por generan empleo para los comunicadores sociales, aunque de manera reducida ya que gran parte de la programación es producida en el exterior. La mayoría de los empleos generados por la televisión por suscripción se encuentran en los departamentos de producción, comercialización y programación.

Por su penetración en el país, la televisión es el medio de comunicación más importante de Venezuela, y presenta la mayor movilización económica. Es uno de los generadores de empleo más importante para la industria comunicacional venezolana.

5.1.4.3 El Cine

Octavio Getino (2007), profesor de la Facultad Iberoamericana de Ciencias Sociales, describe a Venezuela en su informe Los desafíos de la industria del cine en América Latina y el Caribe, como uno de los países latinoamericanos de menor cantidad de producción cinematográfica. Sin embargo, en el mismo documento hace mención a la modernización de las empresas de producción y postproducción audiovisual en el país como una de las más altas del continente. Aunque se carezca de las estructuras estables de carácter industrial, la actividad audiovisual publicitaria aporta a menudo el capital necesario para la producción cinematográfica.

Con la aprobación de la reforma a la Ley de Cine en Venezuela, en el año 2005, se sentaron las bases para que aumentara el crecimiento en la producción y el consumo cinematográfico nacional. De esta reforma deriva la posterior formación de la Plataforma de Cine y Medio Audiovisual, creada para agrupar las instituciones del Ministerio del Poder Popular para la Cultura vinculadas a las actividades cinematográficas y audiovisuales del país, es

actualmente la agrupación institucional más grande del cine venezolano, concentrando gran parte del capital de la industria y la mayoría de los trabajos del sector cinematográfico (Ministerio del Poder Popular para la Cultura, 2011, Plataforma de Cine y Medio Audiovisual). Entre los principales entes que la conforman, los más destacados en materia de cinematografía son:

El Centro Autónomo Nacional de Cinematografía (CNAC) es el ente rector de la Plataforma de Cine y Medios Audiovisuales, y principal responsable de la actividad cinematográfica nacional. Define entre sus funciones “gerenciar la actividad cinematográfica, formular políticas e instrumentar acciones dirigidas a estimular, regular y desarrollar la industria audiovisual en Venezuela.” ([CNAC], 2011, Misión y Visión).

La Fundación Cinemateca Nacional fue creada el 4 de mayo de 1966 para presentar las principales obras de la cinematografía de los sesenta y los clásicos del cine mundial. Actualmente, tiene como objetivo principal

difundir el arte cinematográfico venezolano, americalatino [sic] y mundial de todos los tiempos, a la ciudadanía del país, para convertir este conocimiento en un coadyuvante de un proceso formativo que fortalezca valores y desarrollos potenciales de creación y expresivos en el ser humano, propiciando su participación efectiva en el desarrollo social nacional, así como incrementar y preservar el acervo fílmico nacional y democratizar el conocimiento de la actividad cinematográfica en país. (Fundación Cinemateca Nacional, s.f., Quiénes somos)

La Distribuidora Nacional de Cine Amazonia Films es una entidad constituida con rango de Fundación de Estado, adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Cultura cuyo objetivo es promover e impulsar la distribución de

obras audiovisuales nacionales en Venezuela y más allá de su territorio, “para dar a conocer la cultura e idiosincrasia del país a través de nuestras producciones audiovisuales, y apoyar a las creadoras y creadores venezolanos para que sus obras sean conocidas y disfrutadas alrededor del mundo.” (Amazonia Films, s.f., Somos).

La Villa del Cine es la primera productora cinematográfica del Estado venezolano, adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Cultura. Fue inaugurada el 3 junio de 2006 como proyecto cultural bandera del gobierno del Presidente Hugo Chávez durante su mandato. Describe su misión como la ejecución de

políticas de producción de obras cinematográficas y audiovisuales que impulsen el desarrollo de la industria a través de la disposición de una infraestructura física, tecnológica, personal técnico y profesional, contribuyendo al desarrollo de las políticas culturales de democratización de los bienes y servicios culturales de la República Bolivariana de Venezuela. (Villa del Cine, s.f., Quiénes somos).

Desde su creación en el 2006, la Villa del Cine ha generado 17 producciones y su catálogo cuenta con 460 producciones, entre series y largometrajes. (Villa del Cine, s.f., Catálogo de la Villa del Cine)

Entre los productores independientes del estado que resaltan en el panorama venezolano, cabe destacar la empresa cinematográfica Bolívar Films. Esta casa productora fue la primera de su tipo en Venezuela, creada en 1940 bajo Luis Guillermo Villegas Blanco, cuyo sueño de “crear un pequeño Hollywood en Venezuela” (Bolívar Films, 2010, La Empresa) impulsó este proyecto hasta el próximo siglo. Actualmente, producen documentales, largometrajes, noticiarios y comerciales.

5.2 Contexto académico de la Comunicación Social en Venezuela

De acuerdo a lo expuesto por Aguirre (2006) en el informe *Transformaciones en el campo laboral de la información y la comunicación* existen 16 escuelas universitarias que ofrecen la carrera de Comunicación Social, número que aumentaría de considerarse también aquellas universidades que ofrecen la misma a través de extensiones.

Aguirre (2006) afirma que la existencia de este número de escuelas ha resultado en una sobreoferta de graduados en un mercado que se encuentra saturado, y donde en una década se ha triplicado la oferta de egresados. Esto ha reforzado el proceso “ya no de proletarización de los comunicadores, sino de disolución profesional ante la proliferación del figura de trabajador independiente.” (p. 51).

Con respecto a la calidad de la educación ofrecida por este número de universidades en el campo de la Comunicación Social, nota que en el país no se dispone de un ranking que evalúe este aspecto. Sin embargo, acota que es un criterio compartido que la escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello es percibida como una de las primeras en cuanto a este criterio.

Sobre el avance de las universidades venezolanas con respecto a los procesos innovadores, observa que estas instituciones de educación superior presentan un atraso, “dando respuestas pedagógicas desiguales” (p. 52). Incluso asevera que la brecha tecnológica entre las universidades y las empresas empleadoras es grande “Especialmente en el paso de la etapa analógica a la convergencia digital” (p. 52).

El mencionado informe advierte que la rápida inserción en el trabajo ha sido asociada erróneamente a los logros académicos obtenidos por los estudiantes, cuando realmente “está vinculada con múltiples factores de oportunidad, emprendimiento personal, conexiones familiares, ideología política, entre otros” (p. 52); y que el alto nivel de formación académica no asegura la inserción rápida al campo laboral, aunque ayuda a obtener posiciones de más alto nivel.

Actualmente, seis universidades en Caracas ofrecen la carrera de Comunicación Social. Ellas son: la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), la Universidad Central de Venezuela (UCV), la Universidad Monteávila (UMA), la Universidad Santa María (USM), la Universidad Católica Santa Rosa (UCSAR) y la Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV). Adicionalmente, existen en Caracas centros de formación superior e institutos técnicos especializados que ofrecen grados en éste área.

5.2.1 Perfil del egresado de Comunicación Social – Universidades en Caracas

Con el objetivo de presentar una visión completa e integral del perfil del egresado de Comunicación Social en la ciudad de Caracas, se desarrollan a continuación las descripciones de los comunicadores egresados de las seis universidades que ofrecen estudios superiores en éste área.

De acuerdo a lo expuesto en el perfil del egresado de la escuela de Comunicación Social de la UCAB, esta universidad tiene como objetivo formar “individuos que posean criterios éticos y capacidades profesionales que le permitan procesar, crear y difundir mensajes pertinentes y contextualizados para la sociedad en que se desenvuelve” ([UCAB], 2012, Perfil del Egresado). Para ello, el egresado debe conocer:

Las principales teorías y metodologías que estudian el fenómeno de la comunicación humana y social; las diferentes tecnologías de comunicación; la naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social; la realidad social, cultural, política y económica de su entorno; y los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional.

Además, debe ser capaz de analizar, diseñar y ejecutar procesos de comunicación; contextualizar y producir discursos comunicativos; y valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral en su actuación profesional. ([UCAB], 2012, Perfil del Egresado).

Según Morales y Parra (2006) el egresado de la UCV debe ser un profesional comprometido con la democracia, los derechos humanos y la defensa de la libertad de información y expresión. Debe tener un compromiso con la defensa de la identidad nacional y la soberanía venezolana. Estará provisto de una sólida formación cultural y profesional, y capacitado para el uso del idioma, en su forma oral o escrita, con precisión. Debe comprender la lógica del funcionamiento de los medios de Comunicación Social.

La UMA persigue preparar al estudiante para el ejercicio de la actividad mediadora propia del comunicador, “logrando experiencias importantes en todas las áreas de especialización. No se trata de formar en el conocimiento parcelado de la comunicación, sino de dominar las claves del ejercicio profesional del comunicador.” ([UMA], s.f., Pregrado, Comunicación Social). En consecuencia, el egresado refuerza su capacidad de producción de mensajes, más allá de las cambiantes tecnologías.

El profesional egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Santa María tiene una formación integral en cada una de sus

menciones, orientada hacia la práctica profesional de acuerdo con parámetros de excelencia en el uso del lenguaje, capacidad estratégica, principios éticos y destrezas instrumentales. Está capacitado para el trabajo productivo en el desempeño de toda actividad comunicacional; entendida ésta como la investigación, recolección y procesamiento de información para la creación de mensajes adecuados a los requerimientos de las tecnologías y los nuevos medios. Además, es un “profesional que está permanentemente atento al surgimiento de nuevas disciplinas o nichos de especialización, dada la dinámica cambiante de los procesos comunicacionales.” Asimismo, se caracteriza por su flexibilidad, responsabilidad y creatividad, que son condiciones consustanciales a su función básica de encauzamiento de los flujos de información. ([USM], s.f., Facultades, FACES, Comunicación Social).

El egresado en Comunicación Social de la UCSAR está capacitado para desempeñarse en las áreas de comunicación impresa, audiovisual y organizacional, con la finalidad de crear un material destinado a educar, informar y entretener. “El comunicador de la mención audiovisual realiza y dirige producciones para el cine, la radio y la televisión, elaborando un material de calidad que instruya y a la vez divierta a un público cautivo.” ([UCSAR], 2012, Facultades, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Comunicación Social)

El Programa de Formación de Grado en Comunicación Social de la UBV tiene como objetivo:

Formar profesionales capacitados teórica y técnicamente para el desempeño comunicacional tanto en comunidades, organizaciones sociales, instituciones y organizaciones públicas y privadas, organismos internacionales, instituciones educativas, con una visión crítica y reflexiva sobre las condiciones histórico-culturales del

momento en que vive el país y con plena conciencia de la trascendencia de su labor en el seno de la sociedad. ([UBV], s.f., Programas de Formación, Comunicación Social)

Con el objetivo de presentar una visión comparativa de las seis universidades, a continuación se presenta una tabla que contrasta las menciones, principios, habilidades y planes de estudio de cada una de las seis universidades de Caracas que ofrecen la carrera de Comunicación Social, de acuerdo a lo antes expuesto.

Tabla 1 *Cuadro comparativo del perfil del egresado de Comunicación Social en las universidades de Caracas*

Universidades en Caracas	Menciones	Principios	Habilidades	Plan de estudios
UCAB	• Comunicaciones Publicitarias • Artes Audiovisuales • Periodismo	La Universidad Católica Andrés Bello pretende modelar individuos con criterios éticos y que sean capaces de conocer el valor de mantener pilares de integridad moral en su desarrollo profesional	El egresado conocerá las principales teorías que analizan el fenómeno de la comunicación humana y social; las tecnologías de comunicación y los diferentes lenguajes de los medios de comunicación. Procesar, crear y difundir discursos adecuados y pertinentes para la sociedad en que se desenvuelve. Además el comunicador debe ser capaz de analizar, diseñar e implementar procesos de comunicación y crear discursos comunicativos	Título a obtener: Lic. en Comunicación Social Horas teóricas: 163 Horas prácticas: 46 Unidades de crédito: 186 Duración total: 5 años Régimen semestral: 6 semestres de ciclo básico y 4 de mención

UCV	Plan variable de estudios: los primeros 7 semestres son comunes y luego las materias de los últimos 3 semestres son electivas	El egresado será un profesional comprometido con los valores de la democracia, los Derechos Humanos y en especial con la defensa de la libertad de información y expresión	Comprometido con la defensa de la identidad nacional y la soberanía del país. Provisto de una sólida formación cultural y profesional. Debe estar capacitado para el uso del idioma en su forma oral y/o escrita, con exactitud y precisión y en la comprensión de la lógica de funcionamiento de los medios de comunicación social	Título a obtener: Lic. en Comunicación Social Unidades de crédito: 200 Duración total: 5 años Régimen semestral: 7 semestres de ciclo común y 3 de plan variable
UMA	Título integral: una sola mención	Fomentar a plenitud la personalidad de sus estudiantes desde una perspectiva cristiana, eficaz transmisión de valores éticos y apreciación de la belleza	El estudiante se prepara para el ejercicio de la actividad mediadora propia del comunicador. No se intenta formar en diferentes menciones sino de dar herramientas para el ejercicio profesional", como resultado, el egresado de esta institución solidifica su capacidad de producir mensajes, sobrepasando las tecnologías cambiantes.	Título a obtener: Lic. en Comunicación Social Duración total: 5 Régimen anual
USM	• Mención Corporativa • Periodismo Audiovisual • Periodismo Impreso (Publicidad y Diseño tienen varios periodos	La preparación de profesionales como personas educadas con una base científica y humanística altamente competitiva,	Comprometidos con parámetros de excelencia en el uso del lenguaje, capacidad estratégica, principios éticos y destrezas instrumentales. Asimismo está	Título a obtener: Lic. en Comunicación Social Duración total: 5 años Régimen semestral: 6 semestres de

	sin abrirse, por poca demanda)	que se rijan por un sistema de valores basados en la ética personal y empresarial	capacitado para el trabajo productivo en el desempeño de toda actividad comunicacional; entendida ésta como la investigación, recolección y procesamiento de información para la creación de mensajes adecuados a los requerimientos de las tecnologías y los nuevos medios.	ciclo común y 4 de mención
UCSAR	• Comunicación Impresa • Comunicación Audiovisual • Comunicación Organizacional	La Universidad Católica Santa Rosa está inspirada en los principios cristianos y en el saber humanístico, científico y técnico. Comprometido s con principios universales, éticos y morales	El egresado en Comunicación Social de la Universidad Católica Santa Rosa, está capacitado para desempeñarse en las áreas de comunicación impresa, audiovisual y organizacional, con la finalidad de crear un material destinado a educar, informar y entretener	Título a obtener: Lic. en Comunicación Social Duración: 12 periodos (de 3 meses cada uno)
UBV	Título integral: una sola mención	Los profesionales serán formados bajo los pilares de la convivencia, la solidaridad, la democracia participativa, la libertad, la justicia y la responsabilidad social	El egresado, en este programa, está capacitado teórica, técnica y axiológicamente, en las áreas de la comunicación social, intelectualmente creativas, íntegramente éticas y con bases de la constitución para afrontar el reto de crear un nuevo esquema comunicacional	Título a obtener: Lic. en Comunicación Social Duración total: 5 Años. Salida Intermedia: 2 1/2 años TSU: Certificación de Producción de Medios Régimen semestral

VI. MÉTODO

6.1 Modalidad de la investigación

Este trabajo fue concebido bajo la modalidad Pasantía, con la supervisión académica y metodológica de los profesores Jesús María Aguirre y Elsi Araujo, ambos pertenecientes a la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.

De acuerdo al Manual del Tesista de la Escuela de Comunicación Social, consultado en la página web de dicha casa de estudio el 18 de febrero de 2012, la modalidad pasantía tiene como objetivo involucrar al estudiante con el campo laboral y de servicio social a través de un compromiso temporal con una empresa que le permita el logro de determinados objetivos específicos en un área relacionada con la comunicación social y la mención escogida. En el caso de este trabajo, se considera que la empresa es la Universidad Católica Andrés Bello.

6.2 Tipo de investigación

Ya que se pretendió determinar las competencias esperadas por el mercado laboral del comunicador social audiovisual, se optó por adoptar una metodología cualitativa, que según Bogdan y Taylor “produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Bogdan y Taylor, 2000, p.20)

Según la clasificación de investigaciones propuesta por Carlos Sabino (1992) en *El proceso de la investigación*, se considera que este trabajo presentó una investigación exploratoria, orientada a proporcionar elementos adicionales que clarifiquen áreas sobre un tema que ha sido poco explorado o

sobre el cual la información se encuentre dispersa y sea imposible formular hipótesis o conclusiones sobre la generalidad. “Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general y sólo aproximada de los objetos de estudio (Sabino, 1992, p.43) por lo que este trabajo no genera conclusiones terminantes sino aproximaciones que permitan reconocer tendencias, corrientes e inclinaciones.

La investigación es además del tipo descriptivo, según la definición ofrecida por Weiers (1986) porque se apoyó en la descripción de las variables y funciones del comunicador audiovisual para identificar su rol actual en el mercado laboral.

Según su propósito, la investigación es básica porque pretendió mejorar el conocimiento del tema, y tuvo un alcance temporal del tipo transversal porque sólo se tomó en cuenta un momento determinado para la investigación: el actual.

Según las fuentes, la investigación es del tipo mixta ya que se utilizó información primaria para alcanzar los objetivos junto con información secundaria recabada por terceros para el desarrollo de los marcos conceptuales, referenciales y contextuales de este estudio.

Se trata de una investigación de campo, porque el investigador se trasladó al campo de trabajo del empleador para llevar a cabo las entrevistas pertinentes a este estudio. Tomando en cuenta que el foco del mismo no fue manipulado, es posible decir que la investigación es de naturaleza empírica.

6.3 Diseño de la Investigación

Según la obra *Investigación del comportamiento* de Kerlinger y Lee (2008), el diseño del presente trabajo se considera del tipo no experimental. Este tipo de trabajo es definido por los autores como:

Una indagación empírica y sistemática en la cual el científico no tiene un control directo sobre las variables independientes porque sus manifestaciones ya han ocurrido o porque son inherentemente no manipulables. Las inferencias acerca de las relaciones entre variables se hacen sin una intervención directa, a partir de la variación concomitante de las variables dependientes e independientes. (p. 394)

En este trabajo se observó de manera no intrusiva el desarrollo de las situaciones y en virtud a un cuidadoso análisis se extrajo explicaciones de cierta validez. En este sentido, el acercamiento a los empleadores se llevó a cabo en su contexto natural, sin alterar ni manipular las variables intervinientes que componen la situación en curso.

Además se realizó una investigación documental de fuentes primarias y secundarias con el fin de ofrecer una visión comparativa del perfil de los egresados de las diferentes universidades que ofrecen Comunicaciones Audiovisuales o menciones equivalentes en la ciudad de Caracas, Venezuela.

6.4 Sistema de Variables

Con el objetivo de describir el mercado laboral del profesional en Comunicación Audiovisual se seleccionó un conjunto de variables e indicadores que permitieran llevar a cabo una investigación válida.

Para descomponer cada uno de los objetivos del estudio, las dimensiones a considerar en este trabajo, tomadas de los objetivos específicos, fueron 5:

1. Situación de empleo para el campo de comunicaciones audiovisuales en Caracas.
2. Cambios y transformaciones en los departamentos y organizaciones que trabajan con comunicadores audiovisuales.
3. Competencias requeridas del comunicador audiovisual por el mercado de trabajo.
4. Grado de satisfacción del empleador con respecto al egresado de Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB.
5. Perfil profesional esperado del egresado de dicha carrera o carreras afines en otras universidades de Caracas.

Con base en lo antes expuesto, se realizó una operacionalización de variables a través de un cuadro técnico-metodológico para cada uno de los objetivos específicos, con el fin de generar elementos que sirvieran como aspectos medibles en el instrumento de recolección de datos y de investigación documental.

6.5 Cuadro técnico-metodológico de operacionalización de variables

Tabla 2: Cuadro técnico-metodológico de operacionalización de variables

OBJETIVO	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM	INSTRUMENTO	FUENTE
Describir las características atribuidas al comunicador social de la especialidad Comunicaciones Audiovisuales de la Universidad Católica Andrés Bello, desde la perspectiva de empleadores y docentes del área.	Situación de empleo en Venezuela para el Campo de las Comunicaciones Audiovisuales	Posibilidades de empleo en el campo de las Comunicaciones Audiovisuales	1	Entrevista	Empleadores
		Empresas que demandan empleados de Comunicaciones Audiovisuales	2	Entrevista	Empleadores
		Contratación de servicios freelance	3	Entrevista	Empleadores
	Cambios y transformaciones en los	Cambios relativos a los departamentos	4	Entrevista	Empleadores
			5	Entrevista	Empleadores
	Competencia	Competencia Genéricas	6	Entrevista	Empleadores
		Competencias Específicas	7	Entrevista	Empleadores
			8	Entrevista	Empleadores
	Grado de satisfacción con el desempeño de los egresados	Consideraciones Apreciativas	9	Entrevista	Empleadores
			10	Entrevista	Empleadores
		Fortalezas y Debilidades	11	Entrevista	Empleadores
	Formación Universitaria	Comunicador Social Integral	12	Entrevista	Empleadores
			13	Entrevista	Empleadores
		Participación en el campo de trabajo	14	Entrevista	Empleadores
			15	Entrevista	Empleadores
	Perfil del egresado	Características	16	Entrevista	Empleadores
			17	Entrevista	Empleadores
Definir el perfil esperado del egresado de Comunicación Social, mención Comunicaciones Audiovisuales.					

OBJETIVO	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM	INSTRUMENTO	FUENTE
Comparar el perfil curricular del egresado de Comunicación Social mención Comunicaciones Audiovisuales de la UCAB con el de las universidades de Caracas que ofrecen la carrera.	Diferencias entre el perfil del egresado de la UCAB y las principales universidades que ofrecen Comunicación Social, mención Audiovisual	Comparación del perfil del egresado	18	Entrevista	Fuentes secundarias de las universidades seleccionadas
			19	Entrevista	Fuentes secundarias de las universidades seleccionadas
			20	Entrevista	Fuentes secundarias de las universidades seleccionadas

6.6 Búsqueda de información secundaria

Según Kinneer y Taylor (1982) en su obra *Investigación de Mercados*, la información secundaria es aquella que “ya está publicada y que se recopila con fines diferentes a los de suplir las necesidades específicas de la investigación que se encuentran a mano” (p. 148)

Para los fines de esta investigación se comparó el perfil del egresado de Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB con el de las otras cinco instituciones de Caracas que ofrecen la carrera a nivel universitario, mediante el uso de información secundaria. Esta información fue extraída de las páginas web de las universidades Universidad Católica Andrés Bello, Universidad Central de Venezuela, Universidad Monteávila, Universidad Santa María, Universidad Católica Santa Rosa y Universidad Bolivariana de Venezuela, todas en sus sedes de Caracas.

6.7 Unidades de análisis

Kinneer y Taylor sostienen que la información primaria se recopila con el objetivo de suplir las necesidades de la investigación que se encuentran a mano (Kinneer y Taylor, 1982, p. 148).

Para efectos de este trabajo, la información primaria se recabó mediante entrevistas a fuentes vivas que se desempeñan en el área de la Comunicación Audiovisual en calidad de empleadores, con el fin de generar datos empíricos que consoliden los objetivos de la investigación. Las unidades de análisis estuvieron puntualmente constituidas por:

- a) Empresas, organizaciones o instituciones que emplean y/o trabajan con comunicadores sociales del área de Comunicaciones Audiovisuales.
- b) Fuentes primarias y secundarias de las universidades de la ciudad de Caracas que ofrecen la carrera de Comunicaciones Audiovisuales, para definir el perfil de sus egresados.

6.8 Instrumento

El instrumento que se utilizó para recopilar datos para el presente trabajo investigativo fue la entrevista, tal como fue concebida por Kerlinger y Lee (2002):

Una situación interpersonal cara a cara donde una persona (el entrevistador) le plantea a otra persona (el entrevistado) preguntas diseñadas para obtener respuestas pertinentes al problema de investigación. (p. 631)

Esta entrevista fue presentada de manera no estructurada y focalizada (semi-estructurada), estilo de entrevista que según lo expuesto por Ander-Egg (1983) en *Técnicas de investigación social* permite al entrevistador proponer al entrevistado una lista de cuestiones derivadas del problema general, y en torno a ellas establecer una lista de tópicos en los cuales focalizar la entrevista, quedando a discreción del encuestador el esclarecimiento de determinados factores y el sondeo de razones y motivos, sin necesidad de ajustarse a una estructura formal.

6.8.1 Diseño del instrumento

A continuación se presenta la lista de ítems que conforman el instrumento de recolección de datos referenciado en la operacionalización de variables, e incluido en el Anexo 2 del presente trabajo. Este instrumento pretende ser una guía de preguntas sugerida para los empleadores del campo de la Comunicación Audiovisual, enmarcada dentro de la modalidad de entrevista no estructurada del tipo focalizada.

En este sentido, las preguntas sugeridas orientadas a conocer las características relacionadas al comunicador social en la mención de Artes Audiovisuales son:

1. ¿Usted considera que hay oportunidades de empleo en el mercado laboral venezolano para el comunicador audiovisual?
2. ¿Cuántos comunicadores sociales emplea su empresa? ¿Conoce el número que pertenece a Comunicaciones Audiovisuales? ¿Qué departamentos requieren o utilizan egresados de Comunicación Audiovisual?
3. Para realización de trabajos relacionados con Comunicaciones Audiovisuales, ¿Contratan los servicios de comunicadores *freelance*? ¿Para qué tipos de trabajo? ¿Con qué frecuencia?
4. ¿Considera que en los últimos años se han producido cambios en la estructura de la empresa?
5. ¿Ha cambiado el diseño de puestos de trabajo de su empresa? ¿Ha cambiado eso las competencias necesarias para satisfacer los puestos de trabajo relacionados a la Comunicación Audiovisual?
6. ¿Cuáles considera que son las competencias genéricas más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual? Seleccionar máximo 5 de la lista presentada.
7. ¿Cuáles considera que son las competencias específicas más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual? Seleccionar máximo 5 de la lista presentada.
8. Si trabaja con comunicadores sociales de la mención audiovisual de la UCAB, en una escala del 1 al 5, 1 siendo deficiente y 5 siendo excelente, ¿Cómo es su desempeño en el campo laboral?

9. ¿Cómo es el desempeño de los egresados de la UCAB con respecto al de otras universidades? ¿Mejor, igual o peor? ¿Por qué?
10. ¿Cuáles son las fortalezas del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?
11. ¿Cuáles son las debilidades del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?
12. ¿Considera que un egresado de Comunicación Social le será más efectivo si su formación es integral, sin distinción de menciones o si está dividido por menciones orientadas al mercado?
13. ¿Qué menciones considera que debería contemplar la carrera de Comunicación Social para satisfacer el mercado laboral?
14. ¿Qué opina de la mención Artes Audiovisuales que ofrece la UCAB?
15. ¿Considera que la experiencia laboral debería ser un requisito para graduarse? ¿Por qué?
16. Si es afirmativo, ¿Considera que este requerimiento debería hacerse al principio de la carrera, o en los últimos semestres, luego de escoger la mención deseada?
17. ¿Qué características considera actualmente que definen al egresado de Comunicación Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?

Para comparar los perfiles de los egresados de las distintas universidades de Caracas que ofrecen la carrera de Comunicación Social en el área audiovisual, se llevó a cabo una investigación documental orientada a responder a los ítems 18, 19 y 20 presentados a continuación, usando información de las páginas web de las casas de estudio:

18. Valores y Principios

19. Habilidades Profesionales

20. Áreas de Aplicación

6.8.2 Validación y ajustes

Para garantizar la validez de las entrevistas se recurrió a dos profesionales del área de investigación de mercado y a un experto académico para consultar sobre la calidad del instrumento investigativo:

- a) Lic. Anne Marie León, egresada de la Universidad Católica Andrés Bello y gerente de Medios para Pernod Ricard Venezuela.
- b) Ing. Carlos López, egresado de la Universidad Simón Bolívar y gerente de Investigación de Mercados para Pernod Ricard Venezuela.
- c) Prof. Carlos Mazquiarán, egresado de la Universidad Católica Andrés Bello, y profesor de postgrado en dicha casa de estudio.

A continuación, se procede a listar las observaciones hechas por cada uno de los expertos al instrumento investigativo. La posterior validación del instrumento por parte de los expertos se encuentra disponible en el Anexo 2 de este trabajo de grado.

Lic. Anne Marie León:

- Considerar definir la estructura tradicional de las empresas en las que se desempeñan los Comunicadores Audiovisuales, para la pregunta 4 del instrumento.

- Añadir a la pregunta 15 cuestionar el porqué de la respuesta, ya que puede ofrecer información de valor para la investigación entender la justificación tras este juicio.

Ing. Carlos López:

- Agregar a las preguntas 6 y 7 la lista de competencias para asegurar la concreción de la respuesta, añadiendo a la pregunta que limiten la respuesta a cinco opciones, de manera que se pueda apreciar realmente cuáles de las competencias son percibidas como las más importantes.

Profesor Carlos Mazquiarán:

- No añadió observaciones, dándole el visto bueno al instrumento.

De estas sugerencias resultaron los siguientes ajustes:

- Se añadió una lista de competencias sugeridas a las preguntas 6 y 7 del cuestionario, y se especifica que se deben seleccionar máximo 5 competencias. Dichas listas fueron tomadas de las competencias genéricas sugeridas en el Proyecto Tuning para América Latina y las definidas competencias específicas del comunicador social por la Universidad Católica Andrés Bello.
- La pregunta 15 del instrumento fue modificada para permitir que la respuesta incluyera la justificación del juicio emitido por el entrevistado.

6.9 Diseño del plan operativo de muestro

6.9.1 Población de interés

Para cumplir con los objetivos planteados por esta investigación se determinó que los parámetros muestrales de la misma definirían tres unidades de análisis:

La primera unidad se refiere a los empleadores de la ciudad de Caracas pertenecientes a organizaciones, medianas y grandes, públicas y privadas, que emplean o trabajan con comunicadores sociales de la mención Artes Audiovisuales.

La segunda unidad de análisis es la información obtenida de fuentes primarias y secundarias de las seis universidades de Caracas que ofrecen la carrera Comunicación Social Audiovisual o afines, utilizada para comparar los perfiles de sus egresados.

6.9.2 Método de recolección de datos

Según lo establecido por Kerlinger y Lee (2008) la recolección de datos puede ser obtenida de acuerdo a “entrevista personal, cuestionario enviado por correo, por panel y por teléfono. De éstas la entrevista personal eclipsa, por mucho, a las otras, y quizás sea la herramienta más poderosa y útil de la investigación científica” (p. 543)

Los autores agregan además que hay que si la cantidad de información a obtener de la fuente es muy grande, la entrevista personal es el medio más efectivo. Para efectos de este trabajo, la extensión de las respuestas es muy extensa y una encuesta no permite el acercamiento necesario para recabar la información sensible sobre las competencias de los egresados. Por esta razón se seleccionó el método de entrevista personal para la recolección de datos.

Adicionalmente, se llevó a cabo una investigación documental que permitió recabar información sobre los perfiles profesionales de los

egresados de Comunicación Social de las seis universidades de Caracas que ofrecen la carrera.

6.9.3 Marco de muestreo

Se definió para la muestra de empleadores las siguientes áreas del mercado laboral del comunicador social:

- a) Radio
- b) Televisión
- c) Producción Cinematográfica

6.9.4 Tamaño de la muestra

Como ya se ha expuesto, este estudio consta de tres tipos de muestras, que han sido definidas como “empleadores” y “fuentes documentales primarias y secundarias”. Para las unidades de análisis se utilizó el muestreo propositivo, que permite identificar deliberadamente las porciones de la población que sean representativas y típicas de la muestra.

El tamaño de la muestra para empleadores, por áreas, es el siguiente:

- a) Radio: un entrevistado
- b) Televisión: tres entrevistados
- c) Producción Cinematográfica: dos entrevistados

En el caso de la investigación documental se seleccionaron las páginas web de las seis universidades de Caracas, mencionadas anteriormente, que ofrecen la carrera de Comunicación Social.

6.9.5 Elementos de la muestra

Según el perfil de la muestra expuesto, se seleccionaron para la investigación los siguientes empleadores;

Radio

- Andreína Rancel, Locutora de Nos Vemos a la Salida, HOT 94.1

Televisión

- Janeth de Abreu, Coordinadora de Noticiero, Globovisión
- Anónimo, Productor y Ancla de Programa de TV, Venevisión
- Gustavo Battistela, Productor de Intersticiales, HBO

Producción Cinematográfica

- Carlos Malavé, Productor, Director y Guionista, Bolívar Films
- Adolfo Villar, Productor y Director, CINESA

6.9.6 Ejecución del plan

A continuación se presenta la bitácora de entrevistas realizadas entre los meses de julio y agosto del año 2012:

Tabla 3 *Bitácora de Entrevistas*

FECHA	HORA	NOMBRE	EMPRESA	OBSERVACIONES
6/7/2012	10.00 am	Andreína Rancel	HOT 94.1	
8/8/2012	2.00 pm	Janeth de Abreu	Globovisión	
11/8/2012	6.30 pm	Anónimo	Venevisión	Entrevistado solicitó permanecer anónimo.
25/7/12	-	Gustavo Battistela	HBO	Entrevista vía correo electrónico.
10/8/2012	12.00 pm	Carlos Malavé	Bolívar Films	
18/7/12	12.00 pm	Adolfo Villar	CINESA	

6.9.7 Limitaciones

Para el desarrollo de este trabajo se presentaron las siguientes limitaciones asociadas a la disponibilidad de información:

- Por consecuencia de la falta de estudios nacionales sobre la situación laboral de los Comunicadores Audiovisuales en Venezuela, este trabajo se apoya en referencias indirectas para nutrir el marco referencial.
- No fue posible obtener entrevistas con empleadores de Radio, Cine o TV Nacionales Públicas, debido a la reticencia de los miembros de estos medios a declarar de manera manifiesta o anónima sobre la calidad de la educación superior pública o privada en el país. Se trató de contactar telefónica y electrónicamente a miembros de estos medios sin haber recibido respuesta hasta la fecha de la presentación de este trabajo investigativo. Por restricciones de tiempo y disponibilidad de los empleadores, sólo fue posible concretar una entrevista en el campo de Radio.

- El investigador se identificó ante los entrevistados como tesista de la Universidad Católica Andrés Bello, lo cual pudo condicionar en cierta medida las respuestas de los empleadores.

VII. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

7.1 Desarrollo de la Investigación

Para llevar a cabo el trabajo investigativo de campo necesario para esta investigación, se contactó de manera personal a los empleadores seleccionados durante los meses de junio, julio y agosto del año 2012. El proceso se llevó a cabo con éxito y culminó la segunda semana de agosto.

Las entrevistas fueron grabadas con el consentimiento de los entrevistados.

Las transcripciones fidedignas fueron incluidas en el Anexo 4.

7.2 Matrices de resultados por preguntas

A continuación se presentan las matrices de análisis, orientadas a detectar convergencias entre las respuestas de los empleadores obtenidas durante el proceso de recolección de datos.

Tabla 3 *Matriz de análisis E1-E2*

	E1: Andreína Rancel	E2: Janeth de Abreu
1. ¿Usted considera que hay oportunidades de empleo en el mercado laboral venezolano para el comunicador audiovisual?	No, creo que los espacios se han ido cerrando mucho más. Se han cerrado desde que estudié comunicación social hasta ahora. Recuerdo la cantidad de avisos de solicitud de trabajadores y pasantes cuando yo estudiaba y creo que las opciones ahora son mucho más limitadas. La cuestión gubernamental evidentemente ha influido en esto. El cierre de los medios ha afectado especialmente a la radio.	Sí, claro.

2. ¿Cuántos comunicadores sociales emplea su empresa? ¿Conoce el número que pertenece a Comunicaciones Audiovisuales? ¿Qué departamentos requieren o utilizan egresados de Comunicación Audiovisual?	El equipo completo es de casi 20 personas, pero que yo sepa que son comunicadores sociales especializados en audiovisual hay por lo menos 8 y 3 son de la Universidad Monteávila, por lo que recibieron una formación integral. Trabajan sobre todo en producción.	No te sabría decir el número específico de comunicadores audiovisuales, pero estamos cercanos a los cien comunicadores sociales en el canal. Somos un canal de televisión, por lo que en todos nuestros departamentos hay gente de audiovisuales: en el departamento de televisión, que produce las noticias; en el departamento de producción, que se encarga de nuestros programas de opinión e información no noticiosa; en el departamento de investigación; y en la página web.
3. Para realización de trabajos relacionados con Comunicaciones Audiovisuales, ¿Contratan los servicios de comunicadores freelance? ¿Para qué tipos de trabajo? ¿Con qué frecuencia?	No se contratan comunicadores freelance nunca. Todo se hace dentro de la radio y con el staff con el que contamos.	Sólo utilizamos servicios freelance en los lugares donde no tenemos corresponsales que trabajen directamente para el canal, como por ejemplo, fuera del país. Para el trabajo diario sólo trabajamos con gente del canal.
4. ¿Considera que en los últimos años se han producido cambios en la estructura de la empresa?	Definitivamente, desde que entré a la radio hasta este momento ha habido dos cambios importantes de gerencia que han reestructurado la orientación, imagen y target del canal. Este año fue el cambio más reciente. HOY 94 ahora será una emisora para adulto joven.	Sí, ha habido cambios. Sobre todo en el departamento de investigación y web. Cada vez más nos hemos visto en la necesidad de ir ampliando el personal para poder monitorear todo lo que está haciendo la competencia, y actualicen nuestros canales de comunicación digitales.
5. ¿Ha cambiado el diseño de puestos de trabajo de su empresa? ¿Ha cambiado eso las competencias necesarias para satisfacer los puestos de trabajo relacionados a la Comunicación Audiovisual?	Creo que los cambios no han cambiado para nada las competencias que se necesitan. Dentro de los cambios particulares por los que ha pasado HOT no ha sido relevante.	Sí, tuvimos que crear cargos por las necesidad audiovisual de mantenernos al día con la competencia.

6. De la siguiente lista de competencias genéricas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Capacidad de comunicación oral y escrita. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad de trabajo en equipo. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Habilidades en el uso de las tecnologías de información y la comunicación	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Compromiso con la calidad. Capacidad para organizar y planificar el tiempo. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad para trabajo en equipo.
7. De la siguiente lista de competencias específicas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Las diferentes tecnologías de comunicación	La naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social. La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional. Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación.
8. Si trabaja con comunicadores sociales de la mención audiovisual, en una escala del 1 al 5, 1 siendo deficiente y 5 siendo excelente, ¿Cómo es su desempeño en el campo laboral?	5	3
9. ¿Cómo es el desempeño de los egresados de la UCAB con respecto al de otras universidades? ¿Mejor, igual o peor? ¿Por qué?	Yo considero que mejor o igual. Sus fortalezas los colocan muy por encima de las demás universidades, y sus debilidades yo creo que se compensan rápido acumulando experiencia.	Para mi la UCAB siempre ha sido la mejor, aún cuando últimamente no he tenido las mejores experiencias. Sin embargo, al momento de reclutar personal mi prioridad sigue siendo primero la UCAB, y luego la UCV, la Santa María y la Monteávila. La Santa María también lo está haciendo muy bien.
10. ¿Cuáles son las fortalezas del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Creo que en cuestiones de redacción y manejo del lenguaje en líneas generales están muy bien preparados. Las bases que ofrece la UCAB no las ofrece ninguna otra universidad.	Yo creo que la fortaleza es que todos han hecho, por lo menos, un cortometraje. Por eso tienen una idea de lo que es una producción y edición real en el campo laboral. Creo que es algo que le falta a las otras universidades, no todo el mundo pasa por ese trabajo. Eso es muy importante sobre todo en noticias para televisión.

11. ¿Cuáles son las debilidades del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	En cuanto a tecnología se quedaron un poco en el aparato, al no actualizar tanto su pensum. Han cambiado muchas cosas, en cuanto a herramientas y recursos utilizados hoy en día en la radio.	La debilidad es bien cercana a la fortaleza. Si bien se tiene un poco de práctica, el formato que utilizan en la universidad no tiene nada que ver con el que se utiliza en la vida real, no está actualizado.
12. ¿Considera que un egresado de Comunicación Social le será más efectivo si su formación es integral, sin distinción de menciones o si está dividido por menciones orientadas al mercado?	Si va a ser verdaderamente integral, la preparación debería ser integral pero creo que quizás cinco años no es suficiente para poder ofrecer una formación realmente completa. Pero realmente no hay comunicador audiovisual que no se apoye en conocimientos de periodismo, o publicidad. No se puede hacer publicidad sin tener nociones del manejo audiovisual. Y así sucesivamente.	Para mí, debería ser integral. Hay mucha gente que sabe montar una pauta, pero no sabe escribir. Como también hay gente que como periodista hace un buen trabajo pero que no conoce suficiente sobre las tomas que debe buscar y cómo lograrlas para la producción que está haciendo.
13. ¿Qué menciones considera que debería contemplar la carrera de Comunicación Social para satisfacer el mercado laboral?	Creo que las tres menciones que tiene la UCAB son las correctas. Creo que se debería contemplar a futuro la posibilidad de crear una mención dirigida a las comunicaciones web. El mundo 2.0 ha cambiado por completo nuestra forma de entender y utilizar la comunicación, y hasta ahora las universidades no han sabido responder por completo a esas nuevas demandas. Eventualmente, habrá que ajustar.	Considero que no deberían contemplarse menciones.
14. Según su criterio ¿Qué opinión se merece la mención Comunicaciones Audiovisuales que posee la Universidad Católica Andrés Bello?	Es buena, pero creo que en gran parte esto tiene poco que ver con los aprendizajes académicos y experienciales de la UCAB, y más con el carácter de sus estudiantes. Creo que el ucabista tiene un impulso distinto, un drive, unas ganas de hacer las cosas bien, que no todas las universidades tienen.	Es buena, pero de la universidad al trabajo real hay una larga distancia. Sin duda son los mejores a nivel académico teórico, pero hay que poner al día la práctica.
15. ¿Considera que la experiencia laboral debería ser un requisito para graduarse?	Sí. En verdad sí.	No. Creo que la universidad debe ser suficiente para darle las bases a los estudiantes.

16. Si es afirmativo, ¿Considera que este requerimiento debería hacerse al principio de la carrera, o en los últimos semestres, luego de escoger la mención deseada?	Creo que es importante hacer más de una pasantía, una en el básico y una después de haber escogido la mención. Pero entiendo que no es lo más factible. Creo que si tuviera que escoger, haría una sola exigencia de pasantía al final de la carrera y le pondría un peso importante dentro de la formación del estudiante.	-
17. ¿Qué características considera actualmente que definen al egresado de Comunicación Social mención Audiovisuales de la UCAB?	Creo que lo que dije: tienen demasiadas ganas de hacer las cosas bien, de aprender más, de ser mejores. Creo que para trabajar en audiovisuales lo más importante es estar profundamente enamorado de lo que haces, porque no es una carrera necesariamente lucrativa. Los comunicadores de la UCAB, de cualquiera de sus menciones, parecieran tener una vocación a la excelencia.	Es una universidad que en general prepara bien a los estudiantes, sobre todo porque el egresado de la UCAB tiene las competencias como para seguir aprendiendo y de manera constructiva continuar su formación. Tienen las herramientas para convertirse en buenos profesionales.

Tabla 4 Matriz de análisis E3-E4

	E3: Anónimo	E4: Gustavo Battistela
1. ¿Usted considera que hay oportunidades de empleo en el mercado laboral venezolano para el comunicador audiovisual?	Creo que hay pocas. En los medios grandes, hay pocas. Y hay poca posibilidad de crecimiento, desde el punto de vista de producción independiente. Este espectro quizás sea un poco más amplio trabajando en medios del estado. Pero en mi experiencia, donde hay más oportunidades para los comunicadores audiovisuales en Venezuela termina siendo en el área comercial. Estarías trabajando para empresas particulares, no para un medio.	Sí hay oportunidades de empleo, a pesar de que la televisión nacional, sin querer entrar en el tema político, ha sufrido un retroceso importante en cuanto a espacios y contenidos. Desde hace dos décadas Venezuela ha sido un lugar importante para la producción de contenidos de varias señales de cable para Latinoamérica (ejemplo HBO Latin America, Sony, E! Entertainment, A&E Mundo, etc.). Y aun cuando canales como Warner, han mudado sus operaciones fuera del país, el personal venezolano sigue siendo valorado y empleado por empresas audiovisuales de carácter internacional.

2. ¿Cuántos comunicadores sociales emplea su empresa? ¿Conoce el número que pertenece a Comunicaciones Audiovisuales? ¿Qué departamentos requieren o utilizan egresados de Comunicación Audiovisual?	En mi programa, todos son comunicadores audiovisuales. Cuento con cuatro productores y un asistente; tres comunicadores audiovisuales que trabajan prensa; y dos que trabajan web.	Honestamente desconozco ese número. Buena parte del talento creativo de HBO Latin America está conformado por comunicadores audiovisuales egresados de universidades de todo el país. Para ponerlo en perspectiva, dentro de HBO Latin America, la oficina de Caracas cuenta con una cuota más grande de personal que las oficinas de Sao Paulo y Ciudad de México juntas. Entre los departamentos que emplean más comunicadores están: Producción de contenidos originales (Intersticiales), Marketing, Promociones, Edición y Diseño.
3. Para realización de trabajos relacionados con Comunicaciones Audiovisuales, ¿Contratan los servicios de comunicadores freelance? ¿Para qué tipos de trabajo? ¿Con qué frecuencia?	Cuando estamos colapsados de trabajo se buscan trabajadores freelance, pero no es lo común. Buscamos sobre todo trabajadores fijos.	Evitamos contratar Comunicadores freelance. Contamos con un equipo interno que por lo general satisface todas nuestras necesidades. Sólo acudimos a comunicadores freelance en casos muy puntuales.
4. ¿Considera que en los últimos años se han producido cambios en la estructura de la empresa?	Sí, hemos crecido un poco en mi área a medida que el programa se ha movido hacia las plataformas digitales.	Se puede apreciar el crecimiento de productoras audiovisuales que proporcionan contenidos en plataformas de internet que cada vez más se fortalecen con la ayuda de las redes sociales. Además, ha aumentado y mejorado la oferta de cine, documentales y contenidos de internet venezolanos.
5. ¿Ha cambiado el diseño de puestos de trabajo de su empresa? ¿Ha cambiado eso las competencias necesarias para satisfacer los puestos de trabajo relacionados a la Comunicación Audiovisual?	Necesito mejor preparación, y cada vez soy más exigente con respecto a esto. De hecho, tengo meses peleando con mis productores porque no saben escribir para prensa. Es grave.	Sí, cada vez más se necesita personal calificado para manejar las nuevas tecnologías del medio.

6. De la siguiente lista de competencias genéricas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad de trabajo en equipo.	Capacidad de comunicación oral y escrita. Capacidad de comunicación en un segundo idioma. Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Capacidad creativa. Capacidad de trabajo en equipo
7. De la siguiente lista de competencias específicas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Las diferentes tecnologías de comunicación. La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación. Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.	La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional. Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.
8. Si trabaja con comunicadores sociales de la mención audiovisual, en una escala del 1 al 5, 1 siendo deficiente y 5 siendo excelente, ¿Cómo es su desempeño en el campo laboral?	4	4
9. ¿Cómo es el desempeño de los egresados de la UCAB con respecto al de otras universidades? ¿Mejor, igual o peor? ¿Por qué?	Considero que la mejor ahora es la UCV junto a la Católica. Estas dos universidades tienen una buena base y lo que les falta, en el día a día, es un poco más de iniciativa para la creación.	Mejor que el promedio. Tienen mejor criterio y una preparación muy completa. Salen de la universidad con algo de experiencia.
10. ¿Cuáles son las fortalezas del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Vienen bien formados. Precisamente, en la parte audiovisual.	Una sólida base académica.
11. ¿Cuáles son las debilidades del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Vienen con una estructura mental muy cerrada, que limita su creatividad, debido a la rigidez de su formación académica.	Carece de conocimientos reales sobre la producción en el mercado laboral actual, porque sus contenidos están desactualizados.

12. ¿Considera que un egresado de Comunicación Social le será más efectivo si su formación es integral, sin distinción de menciones o si está dividido por menciones orientadas al mercado?	No, creo que me sirve más un comunicador integral que luego se especialice.	Yo soy egresado de la Escuela de Comunicación Social de la UCV donde, hasta el momento de haberme graduado, se mantenía el sistema en el cual no existían menciones sino dos bloques en el que debías ver materias obligatorias (del primero al séptimo semestre) y otro en el que cada quien podía escoger materias según sus intereses personales y laborales (del octavo al décimo semestre). Considero que así es mejor porque te da una visión más completa de elegir lo que desees sin limitarte a una serie de materias relacionadas con un tema en particular. Comunicación social es lo suficientemente amplia para ofrecernos una gama de oportunidades interesantes que creo no deben limitarse a menciones.
13. ¿Qué menciones considera que debería contemplar la carrera de Comunicación Social para satisfacer el mercado laboral?	Debería haber una posibilidad de tener comunicadores audiovisuales, periodismo y publicidad. Pero además crearía una mención orientada a lo digital.	Más allá de nombrar nuevas menciones considero que hace falta hacer hincapié en las universidades es la producción audiovisual. Hacerle énfasis a todos esos estudiantes la importancia de tener una buena preparación, investigación, trabajo previo que a la larga te dará herramientas para crear un producto de calidad duradero, valioso y capaz de llenar al público (ya sea el televidente, el radioescucha, el lector, el internauta, etc.). Creo que en las universidades no se le hace especial énfasis a la producción y es por eso que al llegar al mercado laboral la labor del productor no se valora como debería dentro de un proyecto. Conservaría las tres menciones existentes. Es una buena distinción.
14. Según su criterio ¿Qué opinión se merece la mención Comunicaciones Audiovisuales que posee la Universidad Católica Andrés Bello?	Están bien, la verdad.	Son buenos comunicadores.

15. ¿Considera que la experiencia laboral debería ser un requisito para graduarse?	Sí debería serlo. 200%. Definitivamente lo que se aprende en la práctica es mucho más valioso que lo que se aprenda de teoría. Yo hice pasantías en los tres medios y creo que fueron esos aprendizajes los que me han permitido tener la cancha que hoy tengo en el programa. Incluso para temas gerenciales, es un aporte muy valioso.	No sé si sea necesario tomarlo como un requisito para graduarse, como algo que pueda retrasar la graduación del estudiante, pero sí creo que es fundamental para que este estudiante tenga una idea más clara de lo que desea hacer y lograr en su carrera profesional. Más que verlo como una obligación creo que es una gran oportunidad que tenemos con respecto a otras carreras educativas en las que no se puede ejercer antes de recibir el título universitario. Así que considero que los profesores y el propio programa educativo universitario deben estimular al estudiante para que él mismo decida vivir la experiencia laboral antes de graduarse pero sin necesidad de establecerlo como un obligación.
16. Si es afirmativo, ¿Considera que este requerimiento debería hacerse al principio de la carrera, o en los últimos semestres, luego de escoger la mención deseada?	Realmente, en los últimos semestres es cuando mejor se aprovecharía.	Dejo al estudiante con la libertad de hacerlo cuando lo desee. Para mí sale beneficiado quien tome la experiencia laboral paralelamente a la universitaria dentro de la medida de sus posibilidades. Es una elección personal.
17. ¿Qué características considera actualmente que definen al egresado de Comunicación Social mención Audiovisuales de la UCAB?	La base académica es la mejor. Definitivamente son profesionales bien formados.	Es proactivo y tiene una sólida base académica.

Tabla 5 Matriz de análisis E5-E6

	E5: Carlos Malavé	E6: Adolfo Villar
--	--------------------------	--------------------------

1. ¿Usted considera que hay oportunidades de empleo en el mercado laboral venezolano para el comunicador audiovisual?	Sí, creo que no solamente existe oportunidad de empleo sino que existen oportunidades para que muchas personas abran sus propios negocios. Las redes sociales, los nuevos sistemas de producción digital, hacen accesible para las personas invertir en su propio negocio de comunicación y producción audiovisual. Y siempre hay productoras de cine que están buscando personal, desde el punto de vista técnico o ejecutivo.	Sí, pero sobre todo emprendiendo su propia empresa. Creo que hay oportunidades en las empresas existentes, pero que el emprendimiento está tomando cada vez más fuerza sobre todo en el cine.
2. ¿Cuántos comunicadores sociales emplea su empresa? ¿Conoce el número que pertenece a Comunicaciones Audiovisuales? ¿Qué departamentos requieren o utilizan egresados de Comunicación Audiovisual?	Del 2008 para acá, el grupo productor en el que estoy trabajando está compuesto en su mayoría por comunicadores audiovisuales. Realmente producción y posproducción son las dos áreas del cine que más requieren de egresados de este campo.	Actualmente, somos aproximadamente 25 o 30 comunicadores, y por lo menos 15 son comunicadores audiovisuales. Trabajan en todos los departamentos de la empresa, excepto en el área administrativa. Sobre todo en el área de producción, todos somos comunicadores audiovisuales.
3. Para realización de trabajos relacionados con Comunicaciones Audiovisuales, ¿Contratan los servicios de comunicadores freelance? ¿Para qué tipos de trabajo? ¿Con qué frecuencia?	Sí, siempre pasa. Una película no se está rodando todo el año, por lo que el personal suele contratarse por producciones. Sólo posproducción es personal contratado.	Sí, siempre. Camarógrafos, editores, ingenieros de sonido. Rara vez nos damos abasto, y debemos recurrir al trabajo <i>freelance</i> .
4. ¿Considera que en los últimos años se han producido cambios en la estructura de la empresa?	Se ha tenido que abrir campo dentro de la compañía para el tema de promociones, en especial en redes sociales y la parte digital.	Muchísimos. Hemos tenido que crecer sobre todo en el área de edición digital, o para medios digitales.
5. ¿Ha cambiado el diseño de puestos de trabajo de su empresa? ¿Ha cambiado eso las competencias necesarias para satisfacer los puestos de trabajo relacionados a la Comunicación Audiovisual?	Yo creo que no ha cambiado realmente las competencias que necesitaba el Comunicador Audiovisual, porque siempre se ha necesitado que sea una persona dispuesta a mantenerse actualizada en lo que respecta a la tecnología. Estos nuevos cargos requieren sobre todo de esa disposición.	Creo que las competencias necesarias siguen siendo las mismas, y la más importante sigue siendo la capacidad para adaptarse al entorno. En cine, todo el tiempo hay una cámara nueva, una técnica nueva, un programa nuevo. Los cineastas y comunicadores audiovisuales siempre han tenido que ser creaturas evolutivas.

6. De la siguiente lista de competencias genéricas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Conocimiento sobre el área de estudio y la profesión. Capacidad de comunicación oral y escrita. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad de trabajo en equipo. Compromiso ético.	Capacidad de abstracción, análisis y síntesis. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas.
7. De la siguiente lista de competencias específicas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Las diferentes tecnologías de comunicación. La naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social. La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional. Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.	Las diferentes tecnologías de comunicación. La naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social. La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación.
8. Si trabaja con comunicadores sociales de la mención audiovisual, en una escala del 1 al 5, 1 siendo deficiente y 5 siendo excelente, ¿Cómo es su desempeño en el campo laboral?	4	4
9. ¿Cómo es el desempeño de los egresados de la UCAB con respecto al de otras universidades? ¿Mejor, igual o peor? ¿Por qué?	Para mi la UCAB tiene sus fortalezas y deficiencias. Siento que los ucabistas vienen preparados para muchas cosas, porque han tenido experiencias redactando, produciendo, editando. Es bueno que vengan tan preparados académicamente, y mejor que además cuenten con la experiencia.	Creo que junto a la Monteávila y la UCV, es una de las mejores universidades. Salen de la universidad con conocimientos técnicos que las demás universidades no ofrecen.
10. ¿Cuáles son las fortalezas del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Son comunicadores que saben responder a las exigencias de su entorno. Ante nada, sabe comunicar: elabora mensajes, conoce la carpintería detrás del mismo, y eso ayuda mucho a la hora de producirlo audiovisualmente. Son los mejores a la hora de elaborar un guión, que muchas otras universidades se caen en eso.	Me parece que los ucabistas tienen una parte gerencial y corporativa, incluso habiéndose especializado en comunicaciones audiovisuales. Además tienen buenas bases de redacción, de manejo de la imagen, de semiótica.

11. ¿Cuáles son las debilidades del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Son los que salen con mayores expectativas sobre su carrera. Opino que los egresados de la UCAB no están tan dispuestos a comenzar a trabajar en cargos muy bajos dentro de la producción, y este es un campo en el que sencillamente se tiene que empezar desde abajo.	Creo que otras universidades tienen pensa más actualizados. La Monteávila es la típica. Tiene todos los equipos, los profesores más jóvenes, todo lo necesario para que si mañana se me ocurre que quiero hacer cine lo pueda aprender a hacer con lo último, o penúltimo, en el mercado. Eso me parece algo valioso que la UCAB carece y siempre ha carecido.
12. ¿Considera que un egresado de Comunicación Social le será más efectivo si su formación es integral, sin distinción de menciones o si está dividido por menciones orientadas al mercado?	Sí se necesitan menciones. Sin duda si se quieren dedicar al cine debe existir una mención de audiovisuales, e incluso consideraría que dentro de la mención de audiovisuales debería haber una especialización en cine. No es lo mismo producir para TV, o incluso para internet.	Se necesitan menciones. Tiene que haber especialización obligatoriamente, porque sino no puede recibir los conocimientos técnicos específicos de aquello en lo que quiere ejercer su carrera.
13. ¿Qué menciones considera que debería contemplar la carrera de Comunicación Social para satisfacer el mercado laboral?	Creo que incluiría diseño gráfico. Y separaría publicidad de comunicaciones corporativas. Y quiero hacer énfasis en que todas las menciones requieren actualización continua para ser útiles. No pueden quedarse en el pasado.	Bueno, las tres que ya existen obviamente. Prensa o periodismo, publicidad y mercadeo, audiovisual. Antes había diseño gráfico, que me parece importante. Tomaría de la Santa María que separan corporativo de publicidad. No son la misma cosa. Y me parece súper necesaria una mención de comunicación digital. Para allá vamos todos.
14. Según su criterio ¿Qué opinión se merece la mención Comunicaciones Audiovisuales que posee la Universidad Católica Andrés Bello?	Son buenos comunicadores. En especial, son los que más <i>background</i> teórico tienen.	Son muy buenos comunicadores. Sin duda alguna, son buenos.
15. ¿Considera que la experiencia laboral debería ser un requisito para graduarse?	No. Creo que es importante para el alumno pero me parece importante que sea opcional.	Sí. La experiencia laboral es un <i>must</i> para conseguir trabajo en cualquier casa productora.
16. Si es afirmativo, ¿Considera que este requerimiento debería hacerse al principio de la carrera, o en los últimos semestres, luego de escoger la mención deseada?	No debería hacerse pero si se hace, debe ser en el último año de la carrera.	Creo que mientras más temprano mejor, porque así puedes decidir qué quieres hacer con tu vida objetivamente. Pero como empleador tengo que decir que lo que me conviene es recibir pasantes en los últimos semestres. Que ya tengan una base académica sobre la cual construir una experiencia laboral interesante.

17. ¿Qué características considera actualmente que definen al egresado de Comunicación Social mención Audiovisuales de la UCAB?	Lo que caracteriza al egresado de Comunicación Social de la UCAB es que todos, sin excepción, tienen ganas de hacer las cosas bien. Es gente que tiene en mente cumplir las cosas a cabalidad y con calidad. A veces, no saben cómo, pero todos quieren aprender a hacerlo mejor.	Son proactivos. Creo que son los más proactivos. Son organizados, metódicos. Son los que recuerdan su universidad con más cariño. Son muy profesionales en su trabajo, les importa que todo salga bien y que se les reconozca como profesionales buenos.
---	--	---

VIII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

8.1 Sobre la situación de empleo para el campo de las Comunicaciones Audiovisuales

De acuerdo a los resultados arrojados por las entrevistas recabadas en este trabajo, todos a excepción de uno de los entrevistados coinciden en que el mercado laboral de las Comunicaciones Audiovisuales sí ofrece oportunidades de empleo en Venezuela. Si bien en su artículo *Me gradué y no encuentro trabajo porque no tengo experiencia* (2009), Díaz nota que el problema del desempleo afecta particularmente a los jóvenes egresados de carreras universitarias, los resultados obtenidos en la entrevista indican que siguen existiendo oportunidades laborales para los Comunicadores Audiovisuales, a pesar de la crisis.

Los entrevistados fueron interrogados sobre la cantidad de Comunicadores Audiovisuales que laboran en sus respectivas empresas o medios, solicitándoseles que especificaran qué departamentos en particular requieren de este tipo de profesional. Todos los entrevistados respondieron que actualmente emplean egresados de Comunicación Audiovisual, resaltando que dichos profesionales ocupan puestos en los que desempeñan funciones variadas, como lo son la producción, investigación, redacción, locución, edición y posproducción.

Según lo expuesto por Miralles y Rodríguez (2009) en su investigación sobre el campo de trabajo para las Comunicaciones Publicitarias, los empleadores del área publicitaria no hacen distinción entre comunicadores de distintas menciones por considerar al comunicador como un ser integral. A diferencia de dicho estudio, los resultados de la presente investigación indican que todos los empleadores conocen la mención de estudio de sus empleados y las áreas en las que éstos se desempeñan. Esto puede ser explicado por una tendencia de los empleadores en medios audiovisuales a buscar personal especializado en este área.

Con respecto a las oportunidades laborales en el campo Audiovisual para los comunicadores que quisieran ejercer su profesión de modo *freelance*, los resultados de las entrevistas indican que:

- Existen pocas oportunidades para el trabajo *freelance* en televisión, ya que este medio suele contratar trabajadores regulares.
- El medio del cine contrata con frecuencia trabajadores *freelance* para el trabajo de producción.
- En los tres medios, TV, Cine y Radio, los comunicadores *freelance* son contratados cuando los requerimientos laborales no son cumplidos por los empleados regulares y requieren de asistencia externa, ya sea por exceso de trabajo o por la ubicación geográfica de la producción.

8.2 Sobre los cambios y transformaciones en los departamentos y en las organizaciones

Para conocer las transformaciones que han ocurrido en la estructura de las empresas en el campo de las Comunicaciones Audiovisuales, se preguntó a los entrevistados si han ocurrido cambios en la misma durante los últimos años. Todas las respuestas recabadas fueron afirmativas, resaltando que cuatro de los seis entrevistados mencionan que la razón para el cambio ha sido la ampliación de los departamentos para cubrir con los requerimientos de comunicación digital.

Esto se corresponde con lo expuesto por Aguirre (2006) sobre la convergencia tecnológica, donde observa que el espectro laboral se ha ampliado a la especialización de personas con habilidades tecnológicas y digitales.

Para profundizar esta respuesta, se preguntó a los entrevistados si estos cambios conllevan modificaciones a las competencias requeridas de un comunicador audiovisual. Tres de los seis entrevistados respondieron que cada vez más requieren personal que pueda mantenerse actualizado con los avances de su entorno laboral.

Esto concuerda con lo determinado por un estudio realizado en Finlandia por Rintala y Suolanen (2005), en el que se expone que una de las razones principales para que se de una modificación en la estructura de la empresa es el incremento de labores que se ocasiona cuando los nuevos medios y tecnologías amplían el campo de acción original del trabajador.

8.3 Sobre las competencias

Para conocer la opinión de los entrevistados sobre las características del Comunicador Social de la mención Comunicación Audiovisual de la Universidad Católica Andrés Bello, el entrevistador presentó a los entrevistados una lista de competencias genéricas (Ver Anexo 5) para que seleccionaran las cinco competencias que consideran son más importantes para que los profesionales egresados de esta carrera desempeñen sus funciones dentro de sus respectivas empresas.

De la lista presentada, tomada del Proyecto Tuning 2004-2007 y mencionada previamente en el marco contextual de este trabajo, los entrevistados seleccionaron sus respuestas de acuerdo a la siguiente tabla de resultados.

Tabla 6 *Competencias Genéricas*

COMPETENCIAS GENÉRICAS	ENTREVISTADOS
Capacidad de comunicación oral y escrita	5
Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas	5

Capacidad de trabajo en equipo	5
Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica	4
Habilidades en el uso de las tecnologías de información y la comunicación	3

Se puede apreciar cinco competencias genéricas que resultaron las más votadas por los empleadores entrevistados. Con un total de cinco votos cada una, la capacidad de comunicación oral y escrita, la capacidad para resolver problemas y la capacidad para trabajar en equipo, resultaron siendo la prioridad para los empleadores del sector de Comunicaciones Audiovisuales.

En segundo lugar la capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica obtuvo cuatro votos, mientras que la habilidad para utilizar la tecnología como herramienta de información y comunicación obtuvo tres votos.

Otros resultados fueron mencionados por los entrevistados sin observarse coincidencias entre sus respuestas.

Estos resultados obtenidos difieren de los planteados por el Proyecto Tuning (2007) para Latinoamérica. Este estudio estableció como primera prioridad la capacidad de abstracción, análisis y síntesis. Dicha competencia fue mencionada sólo por el empleador Adolfo Villar, de CINESA.

Esta discordancia entre los resultados de Proyecto Tuning (2007) y el presente estudio puede ser atribuida a lo presentado por el Sistema Universitario Público de la Generalitat Valenciana en su Glosario de fichas conceptuales y metodológicas (s.a., s.f.). En él se menciona que “el perfil profesional evoluciona y cambia según la demanda ocupacional y el mercado de trabajo, por tanto es dinámico.” (p. 1)

Con respecto a las competencias específicas del comunicador social audiovisual identificadas por la Universidad Católica Andrés Bello, se le presentó a los entrevistados la lista de competencias de conocimiento y de capacidad desarrollada por dicha casa de estudio (ver Anexo 6) y tomadas del Tríptico de Presentación de la Carrera (ver Anexo 1).

En la tabla a continuación se puede observar los resultados con mayor número de votos entre los entrevistados.

Tabla 7 *Competencias Específicas*

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	ENTREVISTADOS
La realidad social, cultural, política y económica de su entorno	6
Las diferentes tecnologías de comunicación	4
La naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social	3
Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional	3
Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación	3
Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional	3

La competencia específica que resultó votada el mayor número de veces fue la el conocimiento sobre la realidad social, cultural, política y económica del entorno del estudiante de Comunicaciones Audiovisuales. En segundo lugar, la competencia más apreciada por los empleadores fue el manejo de tecnologías de la comunicación. En tercer lugar, con tres votos cada una, se puede apreciar competencias tales como el manejo de los procesos y lenguajes propios de la comunicación, así como también la ética e integridad moral, resultan relevantes para los empleadores del sector.

8.4 Sobre el grado de satisfacción con el desempeño de los egresados

Para conocer el grado de satisfacción de los empleadores con el desempeño laboral de los egresados de Comunicación Audiovisual de la Universidad Católica Andrés Bello, se pidió a los entrevistados que calificaran bajo una escala apreciativa el ejercicio de sus empleados con esta licenciatura.

Del grupo entrevistado, cuatro empleadores califican el desempeño de los egresados ucabistas como “Muy Bueno”. Sólo uno lo califica como “Excelente”, mientras que otro tanto lo califica como “Bueno”. Ninguno de los entrevistados observó que el desempeño general de los comunicadores audiovisuales de la Universidad Católica Andrés Bello fuera regular o deficiente.

Se solicitó a los entrevistados emitir un juicio sobre el ejercicio laboral de los egresados ucabistas en comparación con el de aquellos comunicadores formados en otras universidades de Caracas.

Los seis entrevistados respondieron que la Universidad Católica Andrés Bello ofrece una formación profesional igual o superior a aquella impartida en las demás universidades de Caracas. La Universidad Central de Venezuela y la Universidad Monteávila son percibidas por algunos de los entrevistados como instituciones que ofrecen una educación de la misma calidad que la impartida en la Universidad Católica Andrés Bello. Ninguno de los entrevistados señaló que la formación recibida por los comunicadores audiovisuales en la Universidad Católica Andrés Bello es peor que la recibida en otras universidades.

Para profundizar en esta respuesta, se pidió a los entrevistados que describieran las fortalezas y debilidades de los profesionales ucabistas. Entre las fortalezas más mencionadas por los empleadores se encuentran:

- Sólidas bases académicas
- Adaptabilidad a los requerimientos del mercado laboral
- Práctica en la producción de contenidos audiovisuales

Se identificaron además las siguientes debilidades entre los profesionales de la Universidad Católica Andrés Bello:

- Falta de actualización en cuanto a tecnología
- Expectativas salariales altas

La necesidad de formar a los estudiantes en el uso de las tecnologías utilizadas actualmente en el mercado laboral concuerda con lo mencionado en el Informe Final del Proyecto Tuning (2004-2007), en el que se expone que las nuevas tecnologías de comunicación deben ser incorporadas al proceso educativo.

Carlos Malavé en su entrevista hace hincapié en el tema de las expectativas salariales de los licenciados en Comunicaciones Audiovisuales de la UCAB, resaltando que “no están tan dispuestos a comenzar a trabajar en cargos muy bajos dentro de la producción”. Estos resultados concuerdan con lo expuesto por Aguirre (2006), quien afirma que “la superioridad académica de los egresados universitarios resulta una desventaja a la hora de ser contratados por primera vez, debido a las expectativas de mayor salario.” (p. 51).

8.5 Sobre la formación universitaria

Para poder definir el perfil ideal esperado de un egresado de Comunicación Social especializado en Comunicaciones Audiovisuales, se le

hizo una serie de preguntas a los entrevistados cuyo fin fue obtener respuestas concretas sobre la formación integral de los estudiantes y su exposición al mercado laboral durante sus años formativos académicos.

En relación a la educación integral, se preguntó a los empleadores si lo ideal es contar con un profesional egresado de Comunicación Social con conocimiento en todas las áreas de esta carrera (integral) o especializado en un área, habiendo recibido una formación básica en los primeros años de la carrera y escogido una mención en los últimos (por menciones). En la siguiente tabla es posible apreciar los resultados obtenidos:

Tabla 8 *Formación integral o especializada*

FORMACIÓN INTEGRAL VS. ESPECIALIZADA	ENTREVISTADOS
Prefiere formación integral	4
Prefiere formación especializada a través de menciones	2
No responde / Es indiferente	0

De los entrevistados, cuatro señalaron que lo ideal es contar con una formación integral, mientras que dos indicaron lo contrario, prefiriendo una formación especializada a través de menciones. Ningún entrevistado mostró indiferencia ante estos tipos de formación.

Consultados sobre qué menciones debería incluir la carrera de Comunicación Social para satisfacer las demandas del mercado laboral venezolano, los empleadores coinciden en que es necesario contar con las menciones Publicidad, Periodismo y Comunicación Audiovisual, pero además añadirían menciones tales como Comunicación Corporativa, Comunicación Digital y Diseño Gráfico. Sólo un entrevistado escogió no responder esta pregunta: la fuente anónima de Venevisión insiste en que no deberían existir menciones.

Gustavo Battistela, de HBO, y Carlos Malavé, de Bolívar Films, ambos insistieron en que antes que crear nuevas menciones es importante reforzar las existentes, y mantenerlas actualizadas y vigentes.

Adicionalmente se consultó a los entrevistados sobre su opinión de la mención Comunicaciones Audiovisuales de la UCAB. Sin excepciones, todos los empleadores respondieron que la mención es buena, infiriéndose así que a pesar de las oportunidades de mejora, la mención cumple parcialmente las expectativas del mercado laboral actual venezolano.

En relación a la exposición al mercado laboral durante los años formativos académicos, se preguntó a los empleadores si lo ideal es que el estudiante sea obligado a cumplir con una experiencia laboral a nivel de pasantía para obtener su título. Los resultados pueden apreciarse en la siguiente tabla.

Tabla 9 *Pasantías*

PASANTÍAS OBLIGATORIAS	ENTREVISTADOS
Deben exigirse pasantías	2
No deben ser un requisito para la titulación	4

Del total de los entrevistados, dos afirman que la experiencia laboral debería ser un requisito para poder graduarse ya que es una experiencia indispensable de aprendizaje. La fuente anónima de Venevisión añade que de ser obligatorias, la universidad debe facilitar a los estudiantes oportunidades de pasantías.

Cuatro entrevistados sostienen, en cambio, que no debería haber pasantías obligatorias, a pesar de considerar que la experiencia laboral es esencial para un buen desempeño profesional. Gustavo Battistela, de HBO, argumenta que debe permanecer opcional de modo que sólo aquellos estudiantes que realmente lo deseen acudan a las pasantías, asegurando

así que los estudiantes pasantes asumirán sus responsabilidades con más dedicación. Añade que “los profesores y el propio programa educativo universitario deben estimular al estudiante para que él mismo decida vivir la experiencia laboral antes de graduarse”.

De los entrevistados que consideraron necesario imponer pasantías obligatorias a los estudiantes, todos coinciden en que el momento óptimo para iniciar a los estudiantes en el campo laboral debe ser luego de que éstos hayan escogido su especialización o mención.

8.6 Sobre el perfil del egresado

Para conocer la opinión de los empleadores sobre el perfil del egresado de Comunicaciones Audiovisuales de la UCAB, se consultó a los entrevistados sobre qué características genéricas definen a ese profesional en su opinión.

La respuesta más frecuente a esta pregunta es que el egresado de esta mención es proactivo, y está altamente comprometido con la calidad de su trabajo. También se observó con frecuencia que el profesional posee una formación académica superior a la impartida en otras universidades. Además, dos entrevistados notaron la disposición del egresado ucabista hacia el aprendizaje de nuevos conocimientos.

Adolfo Villar nota además que los profesionales de la UCAB cuentan con habilidades gerenciales superiores al promedio.

8.7 Comparación del perfil del egresado

Para comprender comparativamente los perfiles curriculares de los egresados de Comunicaciones Audiovisuales de las universidades caraqueñas que ofrecen esta especialización, u ofrecen la carrera de

Comunicación Social de modo integral, se llevó a cabo una investigación documental.

Con el objetivo de facilitar la comparación, se seleccionaron cuatro variables a tomar en cuenta para la misma: las menciones ofrecidas por cada una de las seis universidades en cuestión, los principios y valores bajo los cuales se abanderan, las habilidades que persiguen desarrollar y el plan de estudio.

Con respecto a las menciones ofrecidas, sólo tres universidades ofrecen actualmente la posibilidad a sus estudiantes de especializarse por mención. Éstas son: la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), la Universidad Santa María (USM) y la Universidad Católica Santa Rosa (UCSR).

Por otra parte, la Universidad Bolivariana de Venezuela (UBV) y la Universidad Monteávila (UMA) ofrecen una formación integral sin posibilidad de especialización. La titulación ofrecida por la Universidad Central de Venezuela (UCV) también es integral, sin embargo los estudiantes reciben una formación básica común al principio de la carrera, y tienen la posibilidad de escoger materias electivas al final de la misma para darle el enfoque que gusten.

Con respecto a los principios y valores bajo los cuales se abanderan estas universidades, la UBV y la UCV ambas buscan inculcar a sus estudiantes valores democráticos. La UCV agrega además que busca promover los derechos humanos, la libertad de expresión y la libertad de información; mientras que la UBV por su parte añade que busca defender la convivencia, la libertad, la solidaridad, la justicia y la responsabilidad social.

La UCAB, a igual que la USM, la UMA y la UCSR persigue valores como la integridad profesional y la ética personal. A pesar de que estas tres universidades son de origen católico, sólo la UMA y la UCSR expresan

instruir a sus estudiantes a través de una perspectiva cristiana. A diferencia de ellas, la UCAB no expone tendencias religiosas en la descripción de sus principios defendidos.

Con respecto a las habilidades desarrolladas por estas universidades, algunos puntos en común que comparten las universidades caraqueñas incluyen:

- Todas las escuelas buscan capacitar a sus estudiantes para el uso del idioma oral y/o escrito.
- La UCAB, UMA y USM resaltan querer preparar a sus estudiantes para la creación y difusión de discursos comunicativos, y destacan la importancia del enfoque en las nuevas tecnologías de comunicación.
- Por su parte, la UBV, UCV y UCSR mencionan, sin nombrar las nuevas tecnologías de comunicación, la importancia de impartir conocimientos sobre el funcionamiento de los medios de comunicación.

Por otra parte, algunas características particulares de cada escuela incluyen:

- La UCAB resalta el fenómeno de la comunicación humana como campo de experticia.
- La UCV provee a sus estudiantes con una formación cultural y un proceso educativo que persigue inculcar la identificación con la identidad nacional.
- La UBV imprime un carácter creativo en su formación.
- La USM reúne destrezas de investigación, recolección y procesamiento de información.

- La UMA prepara a sus estudiantes para el ejercicio de las actividades mediadoras propias del comunicador.
- La UCSR expresa que sus egresados podrán no sólo informar y educar sino también entretener a sus audiencias.

Como última variable, se consideró el plan de estudio de estas seis universidades. Del análisis de esta variable se observó que:

- La licenciatura en Comunicación Social toma cinco años de estudios en cualquiera de las seis universidades consideradas.
- La UMA ofrece la carrera en régimen anual.
- La UCAB, UCV, UBV y USM ofrecen la carrera en régimen semestral.
- La UCSR ofrece la carrera en régimen trimestral

IX. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusiones

- Todos los entrevistados coinciden en que actualmente existen oportunidades de trabajo en el campo de las Comunicaciones Audiovisuales, destacando que en Venezuela existe un mercado laboral amplio para emprendedores que deseen ejercer como productores cinematográficos.
- Los empleadores conocen la mención a la que pertenecen sus empleados, y buscan personal capacitado en Comunicaciones Audiovisuales para llevar a cabo trabajos de producción, posproducción, edición, fotografía, redacción, diseño, investigación, entre otros.
- En general, los entrevistados mencionan recurrir al trabajo freelance en aquellos casos puntuales en los que el personal fijo de la empresa no pueda cumplir con las obligaciones del medio, por falta de tiempo, recursos humanos o conocimientos. Los empleadores de cine aseguran requerir siempre de este tipo de apoyo cuando llevan a cabo alguna filmación y su posterior producción.
- Los empleadores consideran que se han producido cambios en las estructuras de sus empresas en los últimos años, requiriendo un crecimiento de las mismas para abarcar áreas de comunicación digital que antes no existían. Aseguran que esto no ha cambiado notablemente las competencias requeridas de sus empleados, ya que la adaptabilidad a nuevos medios y tecnologías siempre ha sido una exigencia para desempeñarse exitosamente en el campo de las Comunicaciones Audiovisuales.
- Las competencias específicas que resultaron siendo las más importantes para los empleadores del medio audiovisual fueron la

comunicación oral y escrita, la capacidad de trabajo en equipo y la capacidad de identificar y resolver problemas. La competencia genérica más relevante para los entrevistados fue el conocimiento del contexto económico, político y social en el que se desenvuelve.

- De acuerdo a los empleadores, el comunicador social especializado en Comunicaciones Audiovisuales de la UCAB es muy bueno en su trabajo, ubicándose a la par de o superior a los egresados de otras casas de estudio.
- Las fortalezas identificadas en estos profesionales fueron la proactividad, el compromiso con la calidad de su trabajo y la solidez de sus bases académicas. Las deficiencias identificadas fueron la desactualización del pensum y las altas expectativas salariales de los egresados de la UCAB.
- Más de la mitad de los entrevistados consideran que la formación integral de los comunicadores es preferible a la educación a través de menciones específicas. Sin embargo, de existir menciones, consideran que debe considerarse separar Comunicaciones Publicitarias de Comunicaciones Corporativas, y agregar la mención de Comunicaciones Digitales a las tres menciones existentes en la UCAB.
- Los entrevistados consideran que la experiencia es indispensable para el correcto desempeño en el mercado laboral, sin embargo, la mayoría de los empleadores coinciden en que esto no debe ser un requisito obligatorio durante los años formativos académicos del profesional. Antes bien, sugieren que se mantenga como una opción abierta a aquellos estudiantes que deseen complementar su educación accediendo a pasantías. Más de la mitad de los entrevistados sugiere que la etapa preferible para las pasantías es durante los años finales de la carrera universitaria.

9.2 Recomendaciones

- La Universidad Católica Andrés Bello debe mantenerse actualizada con respecto al evolutivo mercado laboral, particularmente en lo referente a nuevas tecnologías, pues se identificó que éste es el problema más resaltante para los empleadores. Para esto, sería preciso hacer una revisión periódica del pensum de la carrera y los contenidos impartidos.
- Se identificó que las comunicaciones digitales son un área desatendida en la Universidad Católica Andrés Bello, y son una de las áreas hacia las que está creciendo actualmente el campo de las comunicaciones audiovisuales, por lo que es importante que se refuerce o profundicen los conocimientos del tema en los estudiantes de la UCAB.
- Se debe motivar al alumno a adquirir experiencia laboral antes de su titulación, o considerar la imposición de pasantías obligatorias como requisito del pregrado, de manera que el estudiante complemente su formación académica.
- Debe exponerse al alumno a proyectos en equipo donde se pongan en práctica los conocimientos de producción audiovisual, y se haga ejercicio de la capacidad para identificar y resolver problemas, ya que la adquisición de estos conocimientos y habilidades resaltaron consistentemente como competencias importantes del profesional en Comunicaciones Audiovisuales.
- Se debe emprender otro trabajo investigativo que tenga como fin comparar, además de las licenciaturas en Comunicaciones Audiovisuales, los TSU y diplomados que abarcan este área.
- Se recomienda repetir este estudio a nivel nacional, de manera que se pueda observar a los empleadores del interior del país e incluir las

universidades venezolanas que ofrecen esta carrera fuera de la capital nacional.

- Adicionalmente, y según lo recomendado anteriormente por Miralles y Rodríguez (2009), se debe emprender un estudio sobre las competencias específicas del comunicador social a ser desarrolladas durante el ciclo básico del plan académico.
- Es también necesario, para reforzar este trabajo, desarrollar un estudio que utilice como fuente primaria a los egresados de Comunicaciones Audiovisuales y los docentes, de manera que se pueda su visión sobre el perfil laboral al que debe aspirar la Universidad Católica Andrés Bello.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Academia Nacional de Ciencias Económicas y Academia de Ciencias Políticas y Sociales, (2009, julio). *Venezuela ante la crisis*. Caracas. El Universal. p. 1-3
- Aguirre, J.M. (2006). Transformaciones en el campo laboral de la información y la comunicación: Retos para la formación de los comunicadores sociales en Venezuela. *Revista Comunicación. Número 135*. p. 42-56.
- Ander-Egg, E. (1983) *Técnicas de Investigación Social* (decimo novena edición) Buenos Aires, Editorial Hvmánitas.
- Bisbal, M. (2007). Los medios en Venezuela: ¿Dónde Estamos?. *Revista Espacio Abierto. Año/vol. 16, número 004*. p. 643-668
- Bogdan, R., Taylor, S. (2000). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Edición Paidós. España.
- Bolívar Films. *La Empresa*. Recuperado en febrero 18, de 2012. <http://www.bolivarfilms.com/empresa/>
- Centro Nacional Autónomo de Cinematografía. *Filosofía de Gestión. Misión y Visión*. Recuperado en febrero 18, 2012. http://www.cnac.gob.ve/?page_id=1388
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe y Organización Internacional del Trabajo (2009, junio). *Boletín sobre la Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe*. Número 1. p. 16

- Comisión Nacional de Telecomunicaciones. 2009. *Listado de Habilitaciones de Radiodifusión*. Recuperado en febrero 18, 2012.
<http://www.conatel.gob.ve/#http://www.conatel.gob.ve/index.php/principal/mapasitio>
- De Kofler, B. (1991). *Cuestiones jurídicas relativas a los archivos audiovisuales*. París, UNESCO, p. 10-13.
- Díaz, A. (2009, agosto 10). Me gradué y no encuentro trabajo porque no tengo experiencia. *El Nacional. Sección Economía y Negocios. Cuerpo La Nación*. p.6.
- Distribuidora Amazonia Films. *Somos*. Recuperado en febrero 18, de 2012.
<http://www.amazoniafilms.gob.ve/?content=noticias&clf=3>
- El Nacional. (2012, febrero 20). En tres meses han desaparecido estaciones en todo el país. *El Nacional. Cuerpo La Nación*. p.1.
- Fundación Cinemateca Nacional. *Inicio. Quiénes Somos*. Recuperado en febrero 18, de 2012.
http://www.cinemateca.gob.ve/fcn/index.php?option=com_content&view=article&id=2&Itemid=16
- Fundación La Villa del Cine. *Quiénes somos. La Villa*. Recuperado en febrero 18, 2012.
http://www.villadelcine.gob.ve/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=8
- Getino, O. (2007) *Los Desafíos de la Industria del Cine en América Latina y el Caribe*. Argentina. Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales.

- Gil, R. (1994). *Figuras sobresalientes de la comunicación social, un perfil de ejemplaridad de los comunicadores*. UCAB, Escuela de Comunicación Social. Caracas.
- Kerlinger, F y Lee, H. (2008) *Investigación del Comportamiento* (Cuarta Edición) México. Editorial MacGraw Hill.
- Kinnear, J., Taylor, J., Kresge, S. (1982). *Investigación de mercados*. México.
- Ministerio del Poder Popular para la Cultura. (2011) *Plataformas Culturales. Plataforma de Cine y Medio Audiovisual*. Recuperado en febrero 18, de 2012.
http://www.ministeriodelacultura.gob.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=9846&Itemid=45
- Martínez, L y Szemzo, C. (2009) *Estudio exploratorio descriptivo del mercado laboral situado en el campo de las comunicaciones publicitarias*. Trabajo de grado de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Miralles, P. y Rodríguez, D. (2009) *Estudio exploratorio descriptivo del mercado laboral situado en el campo de las comunicaciones publicitarias*. Trabajo de grado de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.
- Morales, E. y Parra, L. (2006) Comunicador Social en Venezuela. *Revista Comunicación*. 135, p. 58-71.
- Pinilla Roa, A.E. (s.f) *Documentos sobre algunos aportes al concepto de competencias desde la perspectiva de América Latina A.2. Las competencias en la educación superior*. Proyecto Tuning.

- Neffa, J., Panigo, D. y Pérez, P. (2010) *Actividad, empleo y desempleo: conceptos y definiciones*. Argentina. Universidad Nacional de la Plata.
- Noticias24. 2009. Diosdado Cabello exige destitución de directores de 34 emisoras de radio. *Noticias 24. Actualidad. Noticia*. Recuperado en febrero 18, 2012.
<http://www.noticias24.com/actualidad/noticia/71246/diosdado-cabello-exige-destitucion-de-directores-de-34-emisoras-de-radio/>
- Proyecto Tuning. *Informe Final América Latina 2004-2007: Reflexiones y perspectivas de la Educación Superior en América Latina*, Universidad de Gronigen y Universidad de Deusto, España.
- Quiñones, R. (2008) Mapa de Situación de la prensa y medios regionales. *Revista Comunicación. Número 144*. p. 22-29
- Quiñones, R. (2011) Mapa de Situación de los Medios Privados en la Venezuela Actual. *Revista Comunicación. Número 156*. p. 84-98.
- Rintala, N. y Suolanan, S. (2005) *The Implications of Digitalization for Job Descriptions, Competencies and the Quality of Working Life*. Nordicom Review 26, p. 53-67.
- Sabino, C (1991). *Diccionario de Economía y Finanzas*. Caracas. Recuperado en febrero 18, 2012.
<http://www.eumed.net/cursecon/dic/M.htm#mercado%20de%20trabajo>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de la investigación*. (Primera edición). Caracas. Editorial Panapo.

- Salaverría, R y García Avilés, J. *La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo*. Barcelona. Revista Digital Tripodos.com
- Sistema Universitario Público de la Generalitat Valenciana. *Glosario de fichas conceptuales y metodológicas: Perfil Profesional*. Recuperado en febrero 18, 2012, 1 pág. <http://www.recursoseees.uji.es/fichas/fc12.pdf>
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 1994. Definiciones y Términos. Recuperado en febrero 18, de 2012 <http://www.unesco.org/webworld/publications/philos/philos3.htm>
- Universidad Bolivariana de Venezuela. *Programas de formación de grado*. Perfil del Egresado. Recuperado en febrero 18, 2012. http://www.ubv.edu.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=27&Itemid=92.
- Universidad Católica Andrés Bello. (2012) *Escuela de Comunicación Social. Perfil del Egresado*. Recuperado en febrero 18, 2012. <http://www.ucab.edu.ve/perfil-del-egresado.488.html>
- Universidad Católica Santa Rosa. *Facultad de Ciencias Humanas y Sociales. Perfil del Egresado*. Recuperado en febrero 18, 2012. http://www.santarosa.edu.ve/ciencias_hum.asp
- Universidad Monteávila. *Facultad de Ciencias de la Comunicación y la Información*. Recuperado en febrero 18 2012. <http://www.uma.edu.ve/carreras/comunicacion/comunicacion.php>
- Universidad Santa María. *Facultad de Faces*. Recuperado en febrero 18, 2012. http://www.usm.edu.ve/usmccs/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=44&Itemid=287

- Weiers, R. (1986). *Investigación de mercados*. México.

ANEXOS

Anexo 1

Mención Periodismo

Séptimo Semestre:

- Periodismo I
- Periodismo Institucional
- Información Internacional
- Diseño Periodístico
- Fotografía Periodística
- Ética Profesional
- Inglés I

Octavo Semestre:

- Periodismo II
- Periodismo Radiofónico
- Periodismo Televisivo
- Producción Editorial
- Investigación en Medios Periodísticos
- Electiva I
- Inglés II

Noveno Semestre:

- Periodismo Interactivo
- Reportaje
- Entrevista Periodística
- Régimen Jurídico I
- Seminario de Trabajo de Grado I
- Electiva II
- Inglés III

Décimo Semestre:

- Comunicación Pública
- Periodismo de Investigación
- Gerencia de Empresas de Comunicación
- Régimen Jurídico II
- Seminario de Trabajo II
- Electiva III
- Inglés IV

Mención Comunicaciones Publicitarias

Séptimo Semestre:

- Publicidad I
- Creatividad Publicitaria
- Comunicaciones Organizacionales
- Agencias de Publicidad
- Conducta del Consumidor
- Ética Profesional
- Inglés I

Octavo Semestre:

- Publicidad II
- Mercadeo Especializado I
- Planificación de Medios
- Planificación de la Comunicación
- Investigación Publicitaria
- Electiva I
- Inglés II

Noveno Semestre:

- Publicidad III
- Mercadeo Especializado II
- Fotografía Publicitaria
- Régimen Jurídico I
- Seminario de Trabajo de Grado I
- Electiva II
- Inglés III

Décimo Semestre:

- Políticas Comunicacionales
- Comunicaciones Integradas
- Gerencia de Empresas de Comunicación
- Régimen Jurídico II
- Seminario de Trabajo de Grado II
- Electiva III
- Inglés IV

Mención Artes Audiovisuales

Séptimo Semestre:

- Televisión I
- Radio I
- Videografía
- Guion Argumental
- Fotografía
- Ética Profesional
- Inglés I

Octavo Semestre:

- Televisión II
- Radio II
- Diseño de Producción Audiovisual
- Historia y Teorías del Cine
- Investigación Audiovisual
- Electiva I
- Inglés II

Noveno Semestre:

- Cine I
- Realización Multimedia
- Documental
- Régimen Jurídico I
- Seminario de Trabajo de Grado I
- Electiva II
- Inglés III

Décimo Semestre:

- Cine II
- Políticas Comunicacionales
- Gerencia de Empresas de Comunicación
- Régimen Jurídico II
- Seminario de Trabajo II
- Electiva III
- Inglés IV

Comunicación Social

Facultad de Humanidades y Educación



www.ucab.edu.ve

Final Av. Teherán, Urb. Montalbán - La Vega.
Apartado 20.332. Teléfonos: 407.44.44 • 407.47.00
Fax: 0212-407.43.26. Caracas (1021) - Venezuela

Comunicación Social

Definición

El comunicador social egresado de la UCAB es un profesional dotado de criterios éticos y capacidades que le permiten procesar, crear y difundir discursos informativos, persuasivos o de entretenimiento pertinentes y contextualizados para la sociedad en que se desenvuelve. Es también un mediador/articulador de procesos y códigos comunicativos, con habilidad para trabajar en equipos, comunicarse eficazmente, y comprender contextos y audiencias. Sus valores fundamentales: responsabilidad social, ética y capacidad de trabajo en equipo.

Competencias específicas:

- 1) Conocimiento de:
 - Las principales teorías y metodologías que estudian el fenómeno de la comunicación humana y social;
 - Las diferentes tecnologías de comunicación;
 - La naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social;
 - La realidad social, cultural, política y económica de su entorno;
 - Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional.
- 2) Capacidad de:
 - Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación;
 - Contextualizar y producir discursos públicos adaptados a su entorno, multiculturales, de alta calidad, confiables, plurales y actualizados;
 - Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.

Naturaleza del trabajo

El profesional con mención Artes Audiovisuales está capacitado para la creación y el análisis de significación de la imagen. Centra su campo de acción en empresas de producción audiovisual de diferente índole: productoras de contenidos electrónicos, así como áreas audiovisuales de instituciones públicas o privadas. El profesional con mención Periodismo desarrolla actividades informativas, editoriales y de investigación en medios radiofónicos, electrónicos o impresos, así como en unidades de comunicación de empresas públicas o privadas. El profesional con mención Comunicaciones Publicitarias planifica estrategias y campañas para la difusión de productos y servicios, desarrolla estudios para la creación y ampliación de los mercados de consumo. Igualmente elabora y coordina programas que permiten proyectar la imagen de organizaciones públicas o privadas, y realiza investigaciones de opinión pública.

Especialidades

Al concluir el sexto semestre del Ciclo Básico, el estudiante puede elegir entre tres menciones:

- Artes Audiovisuales
- Periodismo
- Comunicaciones Publicitarias

El egresado de la mención **Artes Audiovisuales** es un creador e investigador de discursos audiovisuales con capacidad para comprender y analizar textos de diversa naturaleza y transformarlos en códigos audiovisuales, así como de analizarlos y evaluar sus posibles efectos. Se capacita en la producción, dirección y realización de mensajes para los diferentes medios de comunicación social desde una perspectiva multicultural.

El egresado de la mención **Periodismo** es un profesional con competencia para producir textos informativos sobre temas de relevancia social en diversos formatos. Para ello, además de buscar fuentes válidas y confiables, debe ser capaz de establecer un diálogo multidisciplinario que le permita interpretar la significación de los hechos y procesos sociales, así como comunicar a las audiencias el significado y potencialidad de dichos fenómenos. Para ello se vale de medios electrónicos, radiofónicos e impresos.

El egresado de la mención **Comunicaciones Publicitarias** es un profesional capacitado para poner en juego los recursos teóricos y técnico-instrumentales necesarios que le proporcionen la capacidad para analizar, diseñar, implementar y evaluar planes efectivos de acción dentro del área de comunicaciones, así como el uso de las herramientas de mercadeo y de investigación de medios que le permitan regular la toma de decisiones a nivel gerencial en el campo de las comunicaciones.

Exigencias académicas

- Habilidades superiores de lecto-escritura
- Capacidad de comprender conceptos abstractos y aplicarlos en función de contextos específicos
- Capacidad de creación

Exigencias profesionales

- Capacidad de informar y de manejar utilizando adecuadamente el idioma español
- Capacidad de observación, análisis e interpretación de los hechos humanos y sociales
- Abstracción visual
- Competencia numérica y tecnológica
- Competencia cultural y cívica
- Ética y responsabilidad

Duración de la carrera

Los estudios abarcan 10 semestres y tienen como requisito la realización de un Trabajo Especial de Grado. Se obtiene el título de Licenciado en Comunicación Social.

Pensum

Primer Semestre:

- Introducción a la Comunicación
- Morfosintaxis
- Teoría de la Argumentación
- Comunicación Oral
- Metodología I
- Movimientos Artísticos
- Historia de la Cultura I

Segundo Semestre:

- Redacción I
- Artes Gráficas
- Historia de la Cultura II
- Estudio del Hombre
- Teorías de la Comunicación
- Estadística I
- Principios de Economía

Tercer Semestre:

- Redacción II
- Psicología General
- Historia de la Cultura II
- Semiotica
- Sociología General
- Metodología II
- Medios de Comunicación Social y Economía

Cuarto Semestre:

- Literatura y Comunicación I
- Psicología Social
- Historia de Venezuela I
- Redacción para los Medios
- Sociología Política
- Estadística II
- Informática

Quinto Semestre:

- Literatura y Comunicación II
- Artes Escénicas
- Historia de Venezuela II
- Mercadotecnia
- Teorías Sociales de la Comunicación
- Metodología III
- Informática II

Sexto Semestre:

- Periodismo I
- Artes Audiovisuales
- Comunicación Publicitaria
- Teorías de la Imagen
- Sociología de la Comunicación en América Latina
- Teorías de la Opinión Pública
- Gerencia de Proyectos Comunicacionales

Anexo 2

Preguntas sugeridas para empleadores orientadas a conocer las características relacionadas al comunicador social de la especialidad comunicaciones audiovisuales:

1. ¿Usted considera que hay oportunidades de empleo en el mercado laboral venezolano para el comunicador audiovisual?
2. ¿Cuántos comunicadores sociales emplea su empresa? ¿Conoce el número que pertenece a Comunicaciones Audiovisuales? ¿Qué departamentos requieren o utilizan egresados de Comunicación Audiovisual?
3. Para realización de trabajos relacionados con Comunicaciones Audiovisuales, ¿Contratan los servicios de comunicadores *freelance*? ¿Para qué tipos de trabajo? ¿Con qué frecuencia?
4. ¿Considera que en los últimos años se han producido cambios en la estructura de la empresa?
5. ¿Ha cambiado el diseño de puestos de trabajo de su empresa? ¿Ha cambiado eso las competencias necesarias para satisfacer los puestos de trabajo relacionados a la Comunicación Audiovisual?
6. De la siguiente lista de competencias genéricas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?
7. De la siguiente lista de competencias específicas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?
8. Si trabaja con comunicadores sociales de la mención audiovisual de la UCAB, en una escala del 1 al 5, 1 siendo deficiente y 5 siendo excelente, ¿Cómo es su desempeño en el campo laboral?
9. ¿Cómo es el desempeño de los egresados de la UCAB con respecto al de otras universidades? ¿Mejor, igual o peor? ¿Por qué?
10. ¿Cuáles son las fortalezas del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?

11. ¿Cuáles son las debilidades del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?
12. ¿Considera que un egresado de Comunicación Social le será más efectivo si su formación es integral, sin distinción de menciones o si está dividido por menciones orientadas al mercado?
13. ¿Qué menciones considera que debería contemplar la carrera de Comunicación Social para satisfacer el mercado laboral?
14. Según su criterio ¿Qué opinión se merece la mención Comunicaciones Audiovisuales que posee la Universidad Católica Andrés Bello?
15. ¿Considera que la experiencia laboral debería ser un requisito para graduarse?
16. Si es afirmativo, ¿Considera que este requerimiento debería hacerse al principio de la carrera, o en los últimos semestres, luego de escoger la mención deseada?
17. ¿Qué características considera actualmente que definen al egresado de Comunicación Social mención Audiovisuales de la UCAB?

Anexo 3



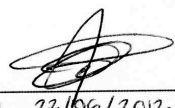
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Por medio de la presente, yo CARLOS MAZQUIRÁN, cédula de identidad 3.981.161 declaro que: una vez analizado el instrumento de investigación para el trabajo de grado titulado Estudio Exploratorio Descriptivo del Mercado Laboral situado en el Campo de las Com. Audiovisuales, realizado por Alicia KHEDARI B., doy por validado dicho instrumento siendo pertinente para la obtención de los datos que la investigación requiere.

Firma [Firma]
Fecha 16/06/2012
Cédula 3.981.161

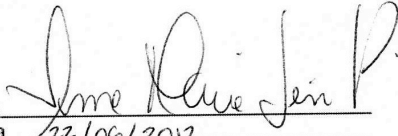
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Por medio de la presente, yo CARLOS LÓPEZ, cédula de identidad
14.890.360 declaro que: una vez analizado el instrumento de investigación para
el trabajo de grado
titulado Estudio Exploratorio Descriptivo del Mercado Laboral situado en el Campo de las Com. Audiovisuales,
realizado por Alicia VUEDAZI B.
doy por validado dicho instrumento siendo pertinente para la obtención de los datos que la
investigación requiere.

Firma 
Fecha 22/06/2012
Cédula 14.890.360

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Por medio de la presente, yo ANNE MARIE LEÓN, cédula de identidad 12.959.546 declaro que: una vez analizado el instrumento de investigación para el trabajo de grado titulado Estudio Exploratorio Descriptivo del Mercado Laboral situado en el Campo de las Com. Audiovisuales, realizado por Alicia KHEDARI B., doy por validado dicho instrumento siendo pertinente para la obtención de los datos que la investigación requiere.

Firma 
Fecha 22/06/2012
Cédula 12.959.546

Anexo 4

	E1: Andreína Rancel	E2: Janeth de Abreu
1. ¿Usted considera que hay oportunidades de empleo en el mercado laboral venezolano para el comunicador audiovisual?	No, creo que los espacios se han ido cerrando mucho más. Se han cerrado desde que estudié comunicación social hasta ahora. Recuerdo la cantidad de avisos de solicitud de trabajadores y pasantes cuando yo estudiaba y creo que las opciones ahora son mucho más limitadas. La cuestión gubernamental evidentemente ha influido en esto. El cierre de los medios ha afectado especialmente a la radio.	Sí, claro.
2. ¿Cuántos comunicadores sociales emplea su empresa? ¿Conoce el número que pertenece a Comunicaciones Audiovisuales? ¿Qué departamentos requieren o utilizan egresados de Comunicación Audiovisual?	El equipo completo es de casi 20 personas, pero que yo sepa que son comunicadores sociales especializados en audiovisual hay por lo menos 8 y 3 son de la Universidad Monteávila, por lo que recibieron una formación integral. Trabajan sobre todo en producción.	No te sabría decir el número específico de comunicadores audiovisuales, pero estamos cercanos a los cien comunicadores sociales en el canal. Somos un canal de televisión, por lo que en todos nuestros departamentos hay gente de audiovisuales: en el departamento de televisión, que produce las noticias; en el departamento de producción, que se encarga de nuestros programas de opinión e información no noticiosa; en el departamento de investigación; y en la página web.
3. Para realización de trabajos relacionados con Comunicaciones Audiovisuales, ¿Contratan los servicios de comunicadores freelance? ¿Para qué tipos de trabajo? ¿Con qué frecuencia?	No se contratan comunicadores freelance nunca. Todo se hace dentro de la radio y con el staff con el que contamos.	Sólo utilizamos servicios freelance en los lugares donde no tenemos corresponsales que trabajen directamente para el canal, como por ejemplo, fuera del país. Para el trabajo diario sólo trabajamos con gente del canal.
4. ¿Considera que en los últimos años se han producido cambios en la estructura de la empresa?	Definitivamente, desde que entré a la radio hasta este momento ha habido dos cambios importantes de gerencia que han reestructurado la orientación, imagen y target del canal. Este año fue el cambio más reciente. HOY 94 ahora será una emisora para adulto joven.	Sí, ha habido cambios. Sobre todo en el departamento de investigación y web. Cada vez más nos hemos visto en la necesidad de ir ampliando el personal para poder monitorear todo lo que está haciendo la competencia, y actualicen nuestros canales de comunicación digitales.

5. ¿Ha cambiado el diseño de puestos de trabajo de su empresa? ¿Ha cambiado eso las competencias necesarias para satisfacer los puestos de trabajo relacionados a la Comunicación Audiovisual?	Creo que los cambios no han cambiado para nada las competencias que se necesitan. Dentro de los cambios particulares por los que ha pasado HOT no ha sido relevante.	Sí, tuvimos que crear cargos por las necesidad audiovisual de mantenernos al día con la competencia.
6. De la siguiente lista de competencias genéricas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Capacidad de comunicación oral y escrita. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad de trabajo en equipo. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Habilidades en el uso de las tecnologías de información y la comunicación	Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica. Compromiso con la calidad. Capacidad para organizar y planificar el tiempo. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad para trabajo en equipo.
7. De la siguiente lista de competencias específicas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Las diferentes tecnologías de comunicación	La naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social. La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional. Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación.
8. Si trabaja con comunicadores sociales de la mención audiovisual, en una escala del 1 al 5, 1 siendo deficiente y 5 siendo excelente, ¿Cómo es su desempeño en el campo laboral?	5	3
9. ¿Cómo es el desempeño de los egresados de la UCAB con respecto al de otras universidades? ¿Mejor, igual o peor? ¿Por qué?	Yo considero que mejor o igual. Sus fortalezas los colocan muy por encima de las demás universidades, y sus debilidades yo creo que se compensan rápido acumulando experiencia.	Para mi la UCAB siempre ha sido la mejor, aún cuando últimamente no he tenido las mejores experiencias. Sin embargo, al momento de reclutar personal mi prioridad sigue siendo primero la UCAB, y luego la UCV, la Santa María y la Monteávila. La Santa María también lo está haciendo muy bien.

10. ¿Cuáles son las fortalezas del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Creo que en cuestiones de redacción y manejo del lenguaje en líneas generales están muy bien preparados. Las bases que ofrece la UCAB no las ofrece ninguna otra universidad.	Yo creo que la fortaleza es que todos han hecho, por lo menos, un cortometraje. Por eso tienen una idea de lo que es una producción y edición real en el campo laboral. Creo que es algo que le falta a las otras universidades, no todo el mundo pasa por ese trabajo. Eso es muy importante sobre todo en noticias para televisión.
11. ¿Cuáles son las debilidades del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	En cuanto a tecnología se quedaron un poco en el aparato, al no actualizar tanto su pensum. Han cambiado muchas cosas, en cuanto a herramientas y recursos utilizados hoy en día en la radio.	La debilidad es bien cercana a la fortaleza. Si bien se tiene un poco de práctica, el formato que utilizan en la universidad no tiene nada que ver con el que se utiliza en la vida real, no está actualizado.
12. ¿Considera que un egresado de Comunicación Social le será más efectivo si su formación es integral, sin distinción de menciones o si está dividido por menciones orientadas al mercado?	Si va a ser verdaderamente integral, la preparación debería ser integral pero creo que quizás cinco años no es suficiente para poder ofrecer una formación realmente completa. Pero realmente no hay comunicador audiovisual que no se apoye en conocimientos de periodismo, o publicidad. No se puede hacer publicidad sin tener nociones del manejo audiovisual. Y así sucesivamente.	Para mí, debería ser integral. Hay mucha gente que sabe montar una pauta, pero no sabe escribir. Como también hay gente que como periodista hace un buen trabajo pero que no conoce suficiente sobre las tomas que debe buscar y cómo lograrlas para la producción que está haciendo.
13. ¿Qué menciones considera que debería contemplar la carrera de Comunicación Social para satisfacer el mercado laboral?	Creo que las tres menciones que tiene la UCAB son las correctas. Creo que se debería contemplar a futuro la posibilidad de crear una mención dirigida a las comunicaciones web. El mundo 2.0 ha cambiado por completo nuestra forma de entender y utilizar la comunicación, y hasta ahora las universidades no han sabido responder por completo a esas nuevas demandas. Eventualmente, habrá que ajustar.	Considero que no deberían contemplarse menciones.
14. Según su criterio ¿Qué opinión se merece la mención Comunicaciones Audiovisuales que posee la Universidad Católica Andrés Bello?	Es buena, pero creo que en gran parte esto tiene poco que ver con los aprendizajes académicos y experienciales de la UCAB, y más con el carácter de sus estudiantes. Creo que el ucabista tiene un impulso distinto, un drive, unas ganas de hacer las cosas bien, que no todas las universidades tienen.	Es buena, pero de la universidad al trabajo real hay una larga distancia. Sin duda son los mejores a nivel académico teórico, pero hay que poner al día la práctica.

15. ¿Considera que la experiencia laboral debería ser un requisito para graduarse?	Sí. En verdad sí.	No. Creo que la universidad debe ser suficiente para darle las bases a los estudiantes.
16. Si es afirmativo, ¿Considera que este requerimiento debería hacerse al principio de la carrera, o en los últimos semestres, luego de escoger la mención deseada?	Creo que es importante hacer más de una pasantía, una en el básico y una después de haber escogido la mención. Pero entiendo que no es lo más factible. Creo que si tuviera que escoger, haría una sola exigencia de pasantía al final de la carrera y le pondría un peso importante dentro de la formación del estudiante.	-
17. ¿Qué características considera actualmente que definen al egresado de Comunicación Social mención Audiovisuales de la UCAB?	Creo que lo que dije: tienen demasiadas ganas de hacer las cosas bien, de aprender más, de ser mejores. Creo que para trabajar en audiovisuales lo más importante es estar profundamente enamorado de lo que haces, porque no es una carrera necesariamente lucrativa. Los comunicadores de la UCAB, de cualquiera de sus menciones, parecieran tener una vocación a la excelencia.	Es una universidad que en general prepara bien a los estudiantes, sobre todo porque el egresado de la UCAB tiene las competencias como para seguir aprendiendo y de manera constructiva continuar su formación. Tienen las herramientas para convertirse en buenos profesionales.

	E3: Anónimo	E4: Gustavo Battistela
1. ¿Usted considera que hay oportunidades de empleo en el mercado laboral venezolano para el comunicador audiovisual?	Creo que hay pocas. En los medios grandes, hay pocas. Y hay poca posibilidad de crecimiento, desde el punto de vista de producción independiente. Este espectro quizás sea un poco más amplio trabajando en medios del estado. Pero en mi experiencia, donde hay más oportunidades para los comunicadores audiovisuales en Venezuela termina siendo en el área comercial. Estarías trabajando para empresas particulares, no para un medio.	Sí hay oportunidades de empleo, a pesar de que la televisión nacional, sin querer entrar en el tema político, ha sufrido un retroceso importante en cuanto a espacios y contenidos. Desde hace dos décadas Venezuela ha sido un lugar importante para la producción de contenidos de varias señales de cable para Latinoamérica (ejemplo HBO Latin America, Sony, E! Entertainment, A&E Mundo, etc.). Y aun cuando canales como Warner, han mudado sus operaciones fuera del país, el personal venezolano sigue siendo valorado y empleado por empresas audiovisuales de carácter internacional.

2. ¿Cuántos comunicadores sociales emplea su empresa? ¿Conoce el número que pertenece a Comunicaciones Audiovisuales? ¿Qué departamentos requieren o utilizan egresados de Comunicación Audiovisual?	En mi programa, todos son comunicadores audiovisuales. Cuento con cuatro productores y un asistente; tres comunicadores audiovisuales que trabajan prensa; y dos que trabajan web.	Honestamente desconozco ese número. Buena parte del talento creativo de HBO Latin America está conformado por comunicadores audiovisuales egresados de universidades de todo el país. Para ponerlo en perspectiva, dentro de HBO Latin America, la oficina de Caracas cuenta con una cuota más grande de personal que las oficinas de Sao Paulo y Ciudad de México juntas. Entre los departamentos que emplean más comunicadores están: Producción de contenidos originales (Intersticiales), Marketing, Promociones, Edición y Diseño.
3. Para realización de trabajos relacionados con Comunicaciones Audiovisuales, ¿Contratan los servicios de comunicadores freelance? ¿Para qué tipos de trabajo? ¿Con qué frecuencia?	Cuando estamos colapsados de trabajo se buscan trabajadores freelance, pero no es lo común. Buscamos sobre todo trabajadores fijos.	Evitamos contratar Comunicadores freelance. Contamos con un equipo interno que por lo general satisface todas nuestras necesidades. Sólo acudimos a comunicadores freelance en casos muy puntuales.
4. ¿Considera que en los últimos años se han producido cambios en la estructura de la empresa?	Sí, hemos crecido un poco en mi área a medida que el programa se ha movido hacia las plataformas digitales.	Se puede apreciar el crecimiento de productoras audiovisuales que proporcionan contenidos en plataformas de internet que cada vez más se fortalecen con la ayuda de las redes sociales. Además, ha aumentado y mejorado la oferta de cine, documentales y contenidos de internet venezolanos.
5. ¿Ha cambiado el diseño de puestos de trabajo de su empresa? ¿Ha cambiado eso las competencias necesarias para satisfacer los puestos de trabajo relacionados a la Comunicación Audiovisual?	Necesito mejor preparación, y cada vez soy más exigente con respecto a esto. De hecho, tengo meses peleando con mis productores porque no saben escribir para prensa. Es grave.	Sí, cada vez más se necesita personal calificado para manejar las nuevas tecnologías del medio.

6. De la siguiente lista de competencias genéricas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad de trabajo en equipo.	Capacidad de comunicación oral y escrita. Capacidad de comunicación en un segundo idioma. Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Capacidad creativa. Capacidad de trabajo en equipo
7. De la siguiente lista de competencias específicas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Las diferentes tecnologías de comunicación. La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación. Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.	La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional. Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.
8. Si trabaja con comunicadores sociales de la mención audiovisual, en una escala del 1 al 5, 1 siendo deficiente y 5 siendo excelente, ¿Cómo es su desempeño en el campo laboral?	4	4
9. ¿Cómo es el desempeño de los egresados de la UCAB con respecto al de otras universidades? ¿Mejor, igual o peor? ¿Por qué?	Considero que la mejor ahora es la UCV junto a la Católica. Estas dos universidades tienen una buena base y lo que les falta, en el día a día, es un poco más de iniciativa para la creación.	Mejor que el promedio. Tienen mejor criterio y una preparación muy completa. Salen de la universidad con algo de experiencia.
10. ¿Cuáles son las fortalezas del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Vienen bien formados. Precisamente, en la parte audiovisual.	Una sólida base académica.
11. ¿Cuáles son las debilidades del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Vienen con una estructura mental muy cerrada, que limita su creatividad, debido a la rigidez de su formación académica.	Carece de conocimientos reales sobre la producción en el mercado laboral actual, porque sus contenidos están desactualizados.

12. ¿Considera que un egresado de Comunicación Social le será más efectivo si su formación es integral, sin distinción de menciones o si está dividido por menciones orientadas al mercado?	No, creo que me sirve más un comunicador integral que luego se especialice.	Yo soy egresado de la Escuela de Comunicación Social de la UCV donde, hasta el momento de haberme graduado, se mantenía el sistema en el cual no existían menciones sino dos bloques en el que debías ver materias obligatorias (del primero al séptimo semestre) y otro en el que cada quien podía escoger materias según sus intereses personales y laborales (del octavo al décimo semestre). Considero que así es mejor porque te da una visión más completa de elegir lo que desees sin limitarte a una serie de materias relacionadas con un tema en particular. Comunicación social es lo suficientemente amplia para ofrecernos una gama de oportunidades interesantes que creo no deben limitarse a menciones.
13. ¿Qué menciones considera que debería contemplar la carrera de Comunicación Social para satisfacer el mercado laboral?	Debería haber una posibilidad de tener comunicadores audiovisuales, periodismo y publicidad. Pero además crearía una mención orientada a lo digital.	Más allá de nombrar nuevas menciones considero que hace falta hacer hincapié en las universidades es la producción audiovisual. Hacerle énfasis a todos esos estudiantes la importancia de tener una buena preparación, investigación, trabajo previo que a la larga te dará herramientas para crear un producto de calidad duradero, valioso y capaz de llenar al público (ya sea el televidente, el radioescucha, el lector, el internauta, etc.). Creo que en las universidades no se le hace especial énfasis a la producción y es por eso que al llegar al mercado laboral la labor del productor no se valora como debería dentro de un proyecto. Conservaría las tres menciones existentes. Es una buena distinción.
14. Según su criterio ¿Qué opinión se merece la mención Comunicaciones Audiovisuales que posee la Universidad Católica Andrés Bello?	Están bien, la verdad.	Son buenos comunicadores.

15. ¿Considera que la experiencia laboral debería ser un requisito para graduarse?	Sí debería serlo. 200%. Definitivamente lo que se aprende en la práctica es mucho más valioso que lo que se aprenda de teoría. Yo hice pasantías en los tres medios y creo que fueron esos aprendizajes los que me han permitido tener la cancha que hoy tengo en el programa. Incluso para temas gerenciales, es un aporte muy valioso.	No sé si sea necesario tomarlo como un requisito para graduarse, como algo que pueda retrasar la graduación del estudiante, pero sí creo que es fundamental para que este estudiante tenga una idea más clara de lo que desea hacer y lograr en su carrera profesional. Más que verlo como una obligación creo que es una gran oportunidad que tenemos con respecto a otras carreras educativas en las que no se puede ejercer antes de recibir el título universitario. Así que considero que los profesores y el propio programa educativo universitario deben estimular al estudiante para que él mismo decida vivir la experiencia laboral antes de graduarse pero sin necesidad de establecerlo como un obligación.
16. Si es afirmativo, ¿Considera que este requerimiento debería hacerse al principio de la carrera, o en los últimos semestres, luego de escoger la mención deseada?	Realmente, en los últimos semestres es cuando mejor se aprovecharía.	Dejo al estudiante con la libertad de hacerlo cuando lo desee. Para mí sale beneficiado quien tome la experiencia laboral paralelamente a la universitaria dentro de la medida de sus posibilidades. Es una elección personal.
17. ¿Qué características considera actualmente que definen al egresado de Comunicación Social mención Audiovisuales de la UCAB?	La base académica es la mejor. Definitivamente son profesionales bien formados.	Es proactivo y tiene una sólida base académica.

	E3: Anónimo	E4: Gustavo Battistela
--	--------------------	-------------------------------

1. ¿Usted considera que hay oportunidades de empleo en el mercado laboral venezolano para el comunicador audiovisual?	Creo que hay pocas. En los medios grandes, hay pocas. Y hay poca posibilidad de crecimiento, desde el punto de vista de producción independiente. Este espectro quizás sea un poco más amplio trabajando en medios del estado. Pero en mi experiencia, donde hay más oportunidades para los comunicadores audiovisuales en Venezuela termina siendo en el área comercial. Estarías trabajando para empresas particulares, no para un medio.	Sí hay oportunidades de empleo, a pesar de que la televisión nacional, sin querer entrar en el tema político, ha sufrido un retroceso importante en cuanto a espacios y contenidos. Desde hace dos décadas Venezuela ha sido un lugar importante para la producción de contenidos de varias señales de cable para Latinoamérica (ejemplo HBO Latin America, Sony, E! Entertainment, A&E Mundo, etc). Y aun cuando canales como Warner, han mudado sus operaciones fuera del país, el personal venezolano sigue siendo valorado y empleado por empresas audiovisuales de carácter internacional.
2. ¿Cuántos comunicadores sociales emplea su empresa? ¿Conoce el número que pertenece a Comunicaciones Audiovisuales? ¿Qué departamentos requieren o utilizan egresados de Comunicación Audiovisual?	En mi programa, todos son comunicadores audiovisuales. Cuento con cuatro productores y un asistente; tres comunicadores audiovisuales que trabajan prensa; y dos que trabajan web.	Honestamente desconozco ese número. Buena parte del talento creativo de HBO Latin America está conformado por comunicadores audiovisuales egresados de universidades de todo el país. Para ponerlo en perspectiva, dentro de HBO Latin America, la oficina de Caracas cuenta con una cuota más grande de personal que las oficinas de Sao Paulo y Ciudad de México juntas. Entre los departamentos que emplean más comunicadores están: Producción de contenidos originales (Intersticiales), Marketing, Promociones, Edición y Diseño.
3. Para realización de trabajos relacionados con Comunicaciones Audiovisuales, ¿Contratan los servicios de comunicadores freelance? ¿Para qué tipos de trabajo? ¿Con qué frecuencia?	Cuando estamos colapsados de trabajo se buscan trabajadores freelance, pero no es lo común. Buscamos sobre todo trabajadores fijos.	Evitamos contratar Comunicadores freelance. Contamos con un equipo interno que por lo general satisface todas nuestras necesidades. Sólo acudimos a comunicadores freelance en casos muy puntuales.

4. ¿Considera que en los últimos años se han producido cambios en la estructura de la empresa?	Sí, hemos crecido un poco en mi área a medida que el programa se ha movido hacia las plataformas digitales.	Se puede apreciar el crecimiento de productoras audiovisuales que proporcionan contenidos en plataformas de internet que cada vez más se fortalecen con la ayuda de las redes sociales. Además, ha aumentado y mejorado la oferta de cine, documentales y contenidos de internet venezolanos.
5. ¿Ha cambiado el diseño de puestos de trabajo de su empresa? ¿Ha cambiado eso las competencias necesarias para satisfacer los puestos de trabajo relacionados a la Comunicación Audiovisual?	Necesito mejor preparación, y cada vez soy más exigente con respecto a esto. De hecho, tengo meses peleando con mis productores porque no saben escribir para prensa. Es grave.	Sí, cada vez más se necesita personal calificado para manejar las nuevas tecnologías del medio.
6. De la siguiente lista de competencias genéricas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica. Capacidad de comunicación oral y escrita. Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas. Capacidad de trabajo en equipo.	Capacidad de comunicación oral y escrita. Capacidad de comunicación en un segundo idioma. Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación. Capacidad creativa. Capacidad de trabajo en equipo
7. De la siguiente lista de competencias específicas, ¿Cuáles considera que son las más importantes para el egresado de Comunicación Social que ejerza en el campo audiovisual?	Las diferentes tecnologías de comunicación. La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación. Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.	La realidad social, cultural, política y económica de su entorno. Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional. Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional.
8. Si trabaja con comunicadores sociales de la mención audiovisual, en una escala del 1 al 5, 1 siendo deficiente y 5 siendo excelente, ¿Cómo es su desempeño en el campo laboral?	4	4

9. ¿Cómo es el desempeño de los egresados de la UCAB con respecto al de otras universidades? ¿Mejor, igual o peor? ¿Por qué?	Considero que la mejor ahora es la UCV junto a la Católica. Estas dos universidades tienen una buena base y lo que les falta, en el día a día, es un poco más de iniciativa para la creación.	Mejor que el promedio. Tienen mejor criterio y una preparación muy completa. Salen de la universidad con algo de experiencia.
10. ¿Cuáles son las fortalezas del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Vienen bien formados. Precisamente, en la parte audiovisual.	Una sólida base académica.
11. ¿Cuáles son las debilidades del Comunicador Social mención Artes Audiovisuales de la UCAB?	Vienen con una estructura mental muy cerrada, que limita su creatividad, debido a la rigidez de su formación académica.	Carece de conocimientos reales sobre la producción en el mercado laboral actual, porque sus contenidos están desactualizados.
12. ¿Considera que un egresado de Comunicación Social le será más efectivo si su formación es integral, sin distinción de menciones o si está dividido por menciones orientadas al mercado?	No, creo que me sirve más un comunicador integral que luego se especialice.	Yo soy egresado de la Escuela de Comunicación Social de la UCV donde, hasta el momento de haberme graduado, se mantenía el sistema en el cual no existían menciones sino dos bloques en el que debías ver materias obligatorias (del primero al séptimo semestre) y otro en el que cada quien podía escoger materias según sus intereses personales y laborales (del octavo al décimo semestre). Considero que así es mejor porque te da una visión más completa de elegir lo que desees sin limitarte a una serie de materias relacionadas con un tema en particular. Comunicación social es lo suficientemente amplia para ofrecernos una gama de oportunidades interesantes que creo no deben limitarse a menciones.

13. ¿Qué menciones considera que debería contemplar la carrera de Comunicación Social para satisfacer el mercado laboral?	Debería haber una posibilidad de tener comunicadores audiovisuales, periodismo y publicidad. Pero además crearía una mención orientada a lo digital.	Más allá de nombrar nuevas menciones considero que hace falta hacer hincapié en las universidades es la producción audiovisual. Hacerle énfasis a todos esos estudiantes la importancia de tener una buena preparación, investigación, trabajo previo que a la larga te dará herramientas para crear un producto de calidad duradero, valioso y capaz de llenar al público (ya sea el televidente, el radioescucha, el lector, el internauta, etc.). Creo que en las universidades no se le hace especial énfasis a la producción y es por eso que al llegar al mercado laboral la labor del productor no se valora como debería dentro de un proyecto. Conservaría las tres menciones existentes. Es una buena distinción.
14. Según su criterio ¿Qué opinión se merece la mención Comunicaciones Audiovisuales que posee la Universidad Católica Andrés Bello?	Están bien, la verdad.	Son buenos comunicadores.
15. ¿Considera que la experiencia laboral debería ser un requisito para graduarse?	Sí debería serlo. 200%. Definitivamente lo que se aprende en la práctica es mucho más valioso que lo que se aprenda de teoría. Yo hice pasantías en los tres medios y creo que fueron esos aprendizajes los que me han permitido tener la cancha que hoy tengo en el programa. Incluso para temas gerenciales, es un aporte muy valioso.	No sé si sea necesario tomarlo como un requisito para graduarse, como algo que pueda retrasar la graduación del estudiante, pero sí creo que es fundamental para que este estudiante tenga una idea más clara de lo que desea hacer y lograr en su carrera profesional. Más que verlo como una obligación creo que es una gran oportunidad que tenemos con respecto a otras carreras educativas en las que no se puede ejercer antes de recibir el título universitario. Así que considero que los profesores y el propio programa educativo universitario deben estimular al estudiante para que él mismo decida vivir la experiencia laboral antes de graduarse pero sin necesidad de establecerlo como un obligación.

16. Si es afirmativo, ¿Considera que este requerimiento debería hacerse al principio de la carrera, o en los últimos semestres, luego de escoger la mención deseada?	Realmente, en los últimos semestres es cuando mejor se aprovecharía.	Dejo al estudiante con la libertad de hacerlo cuando lo desee. Para mí sale beneficiado quien tome la experiencia laboral paralelamente a la universitaria dentro de la medida de sus posibilidades. Es una elección personal.
17. ¿Qué características considera actualmente que definen al egresado de Comunicación Social mención Audiovisuales de la UCAB?	La base académica es la mejor. Definitivamente son profesionales bien formados.	Es proactivo y tiene una sólida base académica.

Anexo 5

Competencias genéricas del Comunicador Social

- ☐ Capacidad de abstracción, análisis y síntesis
- ☐ Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica
- ☐ Capacidad para organizar y planificar el tiempo
- ☐ Conocimiento sobre el área de estudio y la profesión
- ☐ Responsabilidad social y compromiso ciudadano
- ☐ Capacidad de comunicación oral y escrita
- ☐ Capacidad de comunicación en un segundo idioma
- ☐ Habilidad en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación
- ☐ Capacidad de investigación
- ☐ Capacidad de aprender y actualizarse permanentemente
- ☐ Habilidades para buscar, procesar y analizar información procedente de fuentes diversas
- ☐ Capacidad crítica y autocrítica
- ☐ Capacidad para actuar en nuevas situaciones
- ☐ Capacidad creativa
- ☐ Capacidad para identificar, plantear y resolver problemas
- ☐ Capacidad para tomar decisiones
- ☐ Capacidad de trabajo en equipo
- ☐ Habilidades interpersonales
- ☐ Capacidad de motivar y conducir hacia metas comunes
- ☐ Compromiso con la preservación del medio ambiente
- ☐ Compromiso con su medio socio-cultural
- ☐ Valoración y respeto por la diversidad y multiculturalidad
- ☐ Habilidad para trabajar en contextos internacionales
- ☐ Habilidad para trabajar en forma autónoma
- ☐ Capacidad para formular y gestionar proyectos
- ☐ Compromiso ético
- ☐ Compromiso con la calidad

Anexo 6

Competencias específicas del Comunicador Social

Competencias específicas de conocimiento:

- ☐ Las principales teorías y metodologías que estudian el fenómeno de la comunicación social
- ☐ Las diferentes tecnologías de comunicación
- ☐ La naturaleza, características y usos de los diferentes lenguajes de los medios de comunicación social
- ☐ La realidad social, cultural, política y económica de su entorno
- ☐ Los principios éticos que rigen y guían su ejercicio personal y profesional

Competencias específicas de capacidad:

- ☐ Analizar, diseñar, ejecutar y auditar procesos de comunicación
- ☐ Contextualizar y producir discursos públicos adaptados a su entorno, multiculturales, de alta calidad, confiables, plurales y actualizados
- ☐ Valorar la importancia de mantener ejes de integridad moral como norte de su actuación profesional