

## Análisis de la conducta discursiva de estudiantes de Comunicación desde su imaginario profesional y laboral

MORALES–Mónica Violeta\*†, TELLO- Aleida Leticia, PASTOR- Cutberto

Universidad Autónoma de Guerrero

Recibido: septiembre, 22, 2020; Aceptado Febrero 9, 2021.

---

### Resumen

Este artículo presenta los resultados de un proyecto de investigación que tuvo como objetivo conocer la evocación que hacen del término “Ciencias de la Comunicación”, el desempeño profesional y los campos laborales imaginados por las y los estudiantes de octavo semestre de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Guerrero. La investigación utilizó la base teórica-metodológica de las representaciones de la conducta discursiva, con perspectiva cualitativa, un diseño no experimental, de tipo exploratorio y mayormente descriptivo. El análisis de los datos fue registrado en una matriz de componentes semánticos que, a su vez, utiliza el análisis de los modos discursivos. La metodología permitió conocer el imaginario que el estudiantado construye sobre la carrera y el campo laboral, en donde con palabras propias expresaron la asociación cognitiva que tienen con otros elementos significativos.

**Palabras clave:** Estudiantes de Comunicación, Comunicación, conducta discursiva, modos discursivos, Imaginario laboral.

### Abstract

This article presents the results of a research project that aimed to understand evocation of the term "Communication Sciences", the professional performance and the work fields imagined by the fourth-grade students of the Bachelor of Communication Sciences from the Autonomous University of Guerrero. The research used the theoretical-methodological basis of representations of discursive behavior, with a qualitative perspective, a non-experimental design, exploratory and mostly descriptive. The analysis of the data was registered in a matrix of semantic components that, in turn, uses the analysis of discursive modes. The methodology allowed us to know the imaginary that the students build on the career and the labor field, where with their own words they expressed the cognitive association they have with other significant elements.

**Keywords:** Communication students, communication, discursive behavior, discursive modes, laboral imaginary.

---

**Citación:** MORALES–Mónica Violeta\*†, TELLO- Aleida Leticia, PASTOR- Cutberto Análisis de la conducta discursiva de estudiantes de Comunicación desde su imaginario profesional y laboral. Foro de Estudios sobre Guerrero. 2020, Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 105-115

---

Correspondencia al Autor ([esviolet@yahoo.com.mx](mailto:esviolet@yahoo.com.mx))

**Artículo**

Desarrollo Humanístico y Social

**Introducción**

Los seres humanos forman imaginarios de casi todos los aspectos de la realidad, principalmente los que provienen del medio social, el tiempo y del espacio en que se vive, es decir, de lo que sucede en el entorno se recrea una situación a partir de lo imaginado. Gracias a la socialización se elaboran las imágenes mentales que se construyen, ya sea en lo individual como en lo colectivo. Es así que, siempre se imagina, a veces de manera controlada o incontrolada, pero de alguna manera el imaginario es fundamental. En el aspecto académico-educativo, en las instituciones escolares, que es en donde se construye la trayectoria académica, el imaginario del estudiante, puede, en ocasiones, distorsionar o favorecer, en este caso, su inserción al mercado laboral.

Pérez, Ortiz, Feria, Bravo, Achicanoy & Bastidas (2011), refieren que “estudiar los imaginarios en instituciones escolares permite construir un nuevo mundo académico” (p. 10). Si se parte de esta reflexión, entonces, es importante indagar en los imaginarios del estudiantado, principalmente, sobre muchos elementos de la carrera de Comunicación.

En el caso concreto de quienes estudian la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Comunicación y Mercadotecnia, se forman imaginarios sobre el campo laboral de la misma, el desempeño profesional y demás. El problema se aborda en que desde una primera apreciación, tanto aspirantes como estudiantes evocan a la carrera con su campo natural, que es el de los medios de comunicación. Si bien es cierto, es un campo de acción de la comunicación, pero no lo es todo. Por tanto, no se debe enfocar desde este punto, sería como reducirla en todos los ámbitos de la vida cotidiana.

En el Estado de Guerrero, principalmente, debido a la escasez de una oferta laboral sólida para los egresados de la carrera, se vuelve de vital importancia la reorientación y ampliación de ese imaginario hacia otras salidas de

desempeño profesional menos saturadas con mayor potencial laboral y económico. Esta problemática fue expuesta en el Informe Final del proyecto: Mapa de los Centros y Programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe, apartado México: fragmentación de la oferta educativa, realizado por la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS, 2009).

En el documento se plantean varias opciones con el fin de lograr que las y los egresados se ubiquen laboralmente en todos los campos y garantizarles puestos laborales. Dentro de las opciones planteadas, el personal directivo de diversas escuelas recomienda a todas las instituciones educativas que ofertan la licenciatura, que, durante su paso por la carrera se oriente a los alumnos sobre las diversas actividades que pueden hacer cuando egresen.

En el Informe se detalla que las necesidades del mercado laboral no se encuentran en los medios de comunicación, más bien, lo que se requiere es optimizar y potenciar el perfil profesional del comunicador, para que de esta forma, resulte beneficiado en todos los ámbitos laborales donde los esfuerzos de comunicación estén presentes.

En términos de expansión y matrícula las escuelas de Comunicación en México, han tenido éxito, pero cuántos de los miles de estudiantes matriculados en esos programas educativos de Comunicación comprenden y tienen alguna noción de lo que es “Ciencias de la Comunicación”, para qué sirve y cuáles son las funciones que desempeñarán a su egreso; por qué en esa expansión las escuelas presentan serias deficiencias de toda índole que, en la mayoría de los casos, el perfil de egreso no está impactando positivamente en el mercado laboral.

**Artículo**

Desarrollo Humanístico y Social

**Foro de Estudios sobre Guerrero**

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 105-115

Así lo expresa Barbero (citado en Martínez, 2005), las escuelas de Comunicación:

Construyen el campo de labor y acción profesional del comunicador sólo a los medios o a las empresas. Han creado un perfil de comunicador, alentado y estimulado únicamente por las exigencias que les han planteado el mercado laboral, sin tomar en cuenta a la sociedad civil. (p. 145)

Ante los desafíos que enfrentan los nuevos comunicadores, se problematiza generalmente en que la carrera la evocan más con el trabajo en los medios de comunicación que con otros que son, en este momento, tal vez más esenciales en el campo laboral de la comunicación. En el contexto guerrerense, no existe una sola investigación que estudie a la carrera de Comunicación desde los imaginarios, menos que relacione el imaginario de los jóvenes con el campo laboral.

El artículo expone la metodología para analizar e interpretar las respuestas o verbalizaciones derivadas del instrumento cualitativo. Posteriormente, se presenta cada matriz de análisis argumentativo con sus componentes semánticos centrados en los modos discursivos. Así mismo, se presentan los resultados que arrojaron la investigación, las conclusiones y algunas aportaciones del presente trabajo.

Importancia de la carrera de Comunicación desde el imaginario de sus estudiantes.

A decir de Hernández (2002), es a partir de la práctica educativa de las Ciencias de la Comunicación y los planes de estudio desde donde no se replantean muchos esquemas que son perjudiciales para quienes egresan. “Comunicación no sólo son los medios masivos; si extralimitamos nuestro campo nunca podremos entender que, análogamente, la Comunicación para la sociedad es como el fluido sanguíneo del cuerpo humano” (p.3). Por lo cual, tanto aspirantes como estudiantes perciben que la licenciatura está ligada íntimamente con los medios, lo que conlleva a que cuando egresen su

primer imaginario laboral esté enfocado en éstos y no otras áreas de orientación laboral.

Desafortunadamente, todo el quehacer cotidiano y operativo relacionado con los medios de comunicación, es aquel que atrae en primera instancia al estudiante de la carrera, pero también atrae de modo imaginario a muchos jóvenes que se deslumbran por trabajar en éstos, haciendo a un lado otros campos que de manera natural le competen a la Comunicación.

En este sentido, como en cualquier otro campo de conocimiento o campo profesional, en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación también existen imaginarios, a los cuales los jóvenes hacen uso. De alguna manera, se imaginan o simbolizan un campo profesional que, desde su punto imaginario, en ese pueden encontrar trabajo.

En términos de Murcia, Pintos y Ospina (2009) “el individuo toma de su realidad, imaginada o presente, sus imágenes, y desde su combinación les otorga un significado, siendo el Imaginario la suma de las imágenes recibidas” (p. 65). Por ello, el estudio a partir de los imaginarios es indispensable para descubrir cómo conciben a las Ciencias de la Comunicación los jóvenes universitarios que la estudian.

**Objetivo general**

Realizar un análisis descriptivo de la conducta discursiva de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación desde su imaginario.

**Artículo**

Desarrollo Humanístico y Social

**Foro de Estudios sobre Guerrero**

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 105-115

***Objetivos específicos***

Describir la evocación que tienen los estudiantes para expresar el término de “Ciencias de la Comunicación”.

Identificar el imaginario que tienen los estudiantes mencionados, sobre el desempeño profesional de un egresado de la carrera.

Identificar los campos laborales imaginados por los estudiantes mencionados, sobre la carrera de Ciencias de la Comunicación.

***Metodología******Técnica e instrumento para analizar e interpretar las respuestas recolectadas***

La investigación es cualitativa, de tipo exploratoria, con diseño no experimental y mayormente descriptiva. Se utilizó la técnica de las sesiones en profundidad. Hamui y Varela (2012) indican que “es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos” (p. 56).

Sobre los estudios cualitativos, Martínez (2012) expresa que en este campo no hay reglas para decidir el tamaño de la muestra. Y describe:

Depende del propósito del estudio, de lo que resulta útil para lograrlo, de lo que está en juego, de lo que lo hace verosímil, y en última instancia, incluso de lo que es posible. Así, para poder juzgar si una muestra es adecuada hay que conocer el contexto del estudio. (p.4)

Considerando lo anterior, la muestra cualitativa es para ofrecer un sentido de comprensión de cómo se encuentra el fenómeno estudiado, no son para representar una población, su fin es darle profundidad y calidad y no cantidad, es decir, está sujeta a las exigencias del estudio.

Se realizaron tres sesiones, integradas cada una, por un grupo mixto de 10 estudiantes hombres y mujeres sin importar edad, clase social o empleo laboral actual, sino que cursaran el octavo semestre febrero-julio 2019 de la Licenciatura en

Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Guerrero, legalmente inscritos y considerados alumnos regulares. Los estudiantes seleccionados no han tenido ningún acercamiento con el mercado laboral.

En las sesiones se aplicó la entrevista conversacional cara a cara como instrumento de recolección de datos, siguiendo una Guía de Tópicos semiestructurada. Ramírez y Zwerg (2012) refieren que “el grupo foco es eminentemente conversacional y esto lo diferencia de la entrevista en grupo; ya que con el grupo foco surge debate y a través de este discurso se da el sentido social” (p.13).

La confiabilidad se aseguró mediante el orden en la recolección de datos, teniendo como evidencias fotografías, audios y bitácoras. La validez estuvo sustentada aplicando la técnica de contenido por Juicio de Expertos. El criterio de selección de los 3 expertos participantes (dos hombres y una mujer) fue por competencia y estuvo decidido en función de la relación basada en la experiencia del experto/a con el fenómeno de estudio que se está analizando.

Una vez recolectados los datos, éstos se analizaron e interpretaron, adecuando al contexto de la Facultad, la propuesta metodológica de la maestra Silvia Gutiérrez Vidrio, sobre las conductas discursivas expresadas en las respuestas verbales de los entrevistados.

**Artículo**

Desarrollo Humanístico y Social

**Foro de Estudios sobre Guerrero**

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 105-115

Gutiérrez (2003), indica que: “Es un modelo que implica trabajar con representaciones discursivas que se expresan en las respuestas verbales de las personas.” (p. 112). La metodología retoma tres métodos, entre éstos el análisis argumentativo, mismo que ordena la información (cualitativamente), a partir de distintos niveles.

Verón (citado en Latorre, Opazo y Vega, 2004), define a los componentes semánticos discursivos, como “el conjunto de redes de estrategias semánticas discursivas a través de las cuales el enunciador manifiesta su relación con las diversas entidades que comprende su Imaginario” (p. 3). Las conductas discursivas son aquellos contenidos del discurso que los estudiantes pronunciaron, es decir, la actitud cognitiva que expresan a través de un enunciado (modos discursivos), a su vez, los modos discursivos es la manera de cómo se organiza un texto para expresar una intención.

**Resultados**

Para describir mejor los enunciados descritos por las y los estudiantes es que se presenta en la tabla 1, la Matriz de Componentes del Análisis Argumentativo: Evocación y que se relaciona con las palabras evocadas del término “Ciencias de la Comunicación”. Las modalidades del enunciado, se dividieron en los siguientes modos discursivos:

Componente Social: se ubican todas aquellas expresiones asociadas a la noción y que constituyen una de las formas de interacción entre individuos. Componente Comunicativo: Palabras o expresiones asociadas al intercambio de ideas. Componente Tecnológico: Expresiones asociadas a la comunicación mediática. Componente Axiológico: Manifiesta el juicio de valor que el enunciador (sujeto) presenta en relación con el contenido referencial del término “comunicación”.

Social	Comunicativo	Tecnológico (medios)	Axiológico (juicios)
Conducción Locución Convivencia social Artista de Tv Resolución de problemas sociales	Información Arte de transmitir Forma de comunicar Mensajes Reportajes Imagen Opinión pública Actuación Dicción, noticias	Televisión Radio Medios de comunicación Cámaras de Tv Prensa Fotografía Periódicos	Ética, Objetividad, Responsabilidad Imparcial Actualidad Verdad Libertad de comunicar Preparación

Tabla 1. Matriz de componentes del análisis argumentativo: Evocación: “Ciencias de la Comunicación”. Fuente: Morales, M. V. (2019).

Las expresiones utilizadas por las y los estudiantes se encuentran en el campo tecnológico y el comunicativo. En su imaginario ligán el término con el “arte de transmitir información”, “noticias”, “formas de comunicar”, etc. Se observa que es la comunicación mediática la que prevalece en su imaginario.

Con relación al enunciado “Campo laboral”, las modalidades descritas por los estudiantes se presentan en la tabla 2, Matriz de componentes del análisis argumentativo: Campo laboral y se agruparon en los siguientes: Componente tecnológico. Se ubican todos aquellos campos laborales asociados a la comunicación mediática y los sectores donde consideran que ejercerán la profesión.

## Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Componente social-gubernamental. Se ubican todos aquellos campos laborales expresados y asociadas con el sector público o social. Componente comunicativo empresarial. Se ubican todos los campos laborales asociados al entorno laboral dentro del sector privado-empresarial.

Componente axiológico. Se ubican los campos laborales mejor valorados por los estudiantes y que a su juicio consideran como campos laborales predominantes y de mayor futuro económico.

Comunicativo Social	Comunicativo empresarial	Tecnológico (medios)	Axiológico (juicios)
Oficinas de comunicación social Redactar documentos en oficinas de gobierno Imagen pública Llevar documentación Discursos Relaciones Públicas Docente.	Negocio familiar Campañas políticas Imagen pública Crear empresas propias Agencia de publicidad Empresas dedicadas al medio ambiente Consultor política Consultor en imagen	Prensa Televisión Radio Publicidad Ruedas de prensa Edición de audio Conducción de tv Telemundo Conductor de espectáculos Guionismo	Medios de comunicación Diseño de Páginas Web Fotografías Para medios Impresos Gobierno Comunicación Organizacional Consultorías.

Tabla 2. Matriz de componentes del Análisis argumentativo: Campo laboral. Fuente: Morales, M. V. (2019).

Los alumnos/as tienen el imaginario laboral de que el campo de trabajo está principalmente en los medios de comunicación, aunque no los vislumbran con potencial económico. Posterior a esto, su imaginario está enfocado en las dependencias del gobierno.

Con relación al enunciado “Desempeño profesional, las modalidades descritas por los estudiantes se presentan en la tabla 3, Matriz de componentes del análisis argumentativo: Desempeño profesional.

Tecnológico. Se ubican las actividades que los estudiantes imaginan que van a desempeñar a su egreso. Social. Se ubica el conocimiento que presentan sobre el perfil de egreso de la carrera y como éste se vincula con el desempeño profesional propuesta por la carrera. Axiológico. Considera, a su juicio, la actividad principal que un Licenciado en Ciencias de la Comunicación va a realizar de forma permanente y predominante.

Tecnológico	Social	Axiológico
Redactar notas informativas Buena ortografía Estrategias de comunicación Crear contenidos para los Tomar fotos Producir para los medios	“Desconozco” “No me acuerdo” “Sé algo” “Ya se me olvidó”	Locución en Radio Hacer notas informativas Comunicar a la sociedad Trabajar en los medios.

Tabla 3. Matriz de componentes del Análisis argumentativo: Desempeño profesional. Fuente: Morales, M. V. (2019).

De esta matriz se puede analizar que, aunque respondieron con diferentes conceptos, todos van ligados a los medios de comunicación. En su actitud cognitiva, refieren que un egresado de la carrera debe saber, principalmente, todo lo relacionado a las actividades que se ejercen en los medios.

## Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

Foro de Estudios sobre Guerrero  
Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 105-115

En la tabla 4, 5 y 6 se observan las Matrices de análisis de los modos discursivos, que, a su vez, es el contenido de las enunciaciones y reflejan la cognición de la noción que el estudiante mantiene, es decir, el sistema de categorías ayuda para ver la frecuencia de palabras o campos de enunciación que el estudiante relacionó con las expresiones preguntadas. (Por cuestión de espacio, la tabla expone solo un resumen de las enunciaciones).

**El constativo:** Es el enunciado oral que expresa el estudiante para afirmar algo relacionado con un evento, con un campo laboral, con una actividad que considera es verdadera y se presenta como constador del hecho.

**El axiológico.** Es el enunciado oral que a juicio del estudiante le confiere un valor determinado acerca de los acontecimientos, campos laborales, y actividades. Es decir, a “algo” le da un valor según su decisión. Por ejemplo, “en el medio televisivo se gana más que en otros campos laborales”.

**El proyectivo.** Es el modo discursivo que hace alusión al enunciado que predice o proyecta situaciones a futuros. El estudiante considera a un campo laboral, un medio de comunicación, una actividad o una motivación que los proyecte profesionalmente. Por ejemplo. “Me veo conduciendo un programa de televisión”.

**El prescriptivo.** Es el modo discursivo dónde el estudiante prescribe u ofrece su opinión sobre un acontecimiento o desempeño profesional. Es decir, enunciados donde expresa lo bueno y lo malo, la prohibición y el orden.

medios”, “Comunicar las noticias”, “Me gusta mucho la tv por ser dinámica”. ”Me gusta mucho hacer reportajes” “comunicación es pensar en los medios”.	sueño de trabajar en Telemundo, en un programa de espectáculos”, “Quiero trabajar en campañas políticas”. “Puedo organizar eventos y ruedas de prensa”. Quiero ser docente de telesecundaria”.	”, “Informar a la sociedad lo que está viviendo con objetividad”. “Dar buena información”, “La carrera tiene su ética”, “La comunicación es la base de todo”, “Hay que ser críticos”.	nos en todos lados”, “Debemos de saber hacer páginas web”, “Debemos de saber resolver todas las problemáticas de la comunicación”, “Tenemos que hacer algo por nuestro
---	--	---	--

Tabla 4. Matriz de Análisis de los modos discursivos sobre la evocación. Fuente: Morales, M. V. (2019).

Constativo	Proyectivo	Axiológico	Prescriptivo
“Cuando escucho Ciencias de la Comunicación se me vienen a la mente los medios”, “Son todos los	“Pienso salir en la tv”, “Quiero conducir programas”, “Me gusta producir cortometrajes y documentales”, “Tengo el	“Lo importante es la redacción”, “Tener una buena ortografía”, “Conocer las estrategias de comunicación	“Las empresas las podemos llevar al éxito”, “Un comunicador debe saber expresarse”, ”Tenemos que saber desenvolver

## Artículo

Desarrollo Humanístico y Social

## Foro de Estudios sobre Guerrero

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 105-115

Constativo	Proyectivo	Axiológico	Prescriptivo
<p>“La carrera abarca campos como los medios audiovisuales”, “Me llama la atención las relaciones públicas”, “Es un abánico de posibilidades como la radio y la tv.”, “Me gustaría trabajar en la empresa Telemundo”, “Tiene mucho campo laboral”, “Me enfocaría en los medios porque hay mucha oportunidad”.</p>	<p>“Quisiera trabajar en una casa productora de videos o en una estación de radio”. “Puedo trabajar en un centro de salud en comunicación social”, “Me imagino trabajando de guionista y editando videos”, “Me imagino trabajando como consultor de imagen”, “Me veo como fotógrafo o relacionista público en el gobierno”, “Quisiera organizar eventos sociales para el gobierno”.</p>	<p>“Lo importante es la redacción de notas”, “En la comunicación organizacional hay buenos ingresos”, “En el sector gubernamental hay futuro económico”, “Se paga bien en una empresa con responsabilidad social”, “Lo que más deja son las relaciones públicas y la imagen”. “Siento que hay más dinero y espacio para nosotros en el gobierno”.</p>	<p>“Los que estudiamos comunicación tenemos que hacer bien las cosas”. “Hay que solucionar los problemas que se presentan en nuestro trabajo”. “Las empresas las podemos llevar al éxito”, “Si queremos que nos contraten debemos hacer bien nuestro trabajo”, “Debemos de saber redactar oficios y documentos</p>

Tabla 5. Matriz de Análisis de los modos discursivos sobre el campo laboral. Fuente: Morales, M. V. (2019).

Constativo	Proyectivo	Axiológico	Prescriptivo
<p>“Sí lo conozco, es redactar”. “Sí hacer de todo, redactar y hacer guiones”, “Tal vez, haciendo produccion</p>	<p>“Tomar fotografías y hacer planes de relaciones públicas”, “voy a redactar notas informativas”, “Tal vez, haciendo cortometrajes”, “Son muchas</p>	<p>“Transmisión de información. Construcción de mensajes”, “Reflejar a la sociedad lo que se está viviendo”, “Me llama la atención la</p>	<p>“Tiene que hacer vínculos con los demás”, “No desviarnos de fin, que es comunicar”, “Todos debemos saber hacer</p>

<p>es para los medios”, “No conozco el perfil de egreso”. “No me acuerdo cuál es el perfil de egreso”, “No he leído nada del plan de estudios”.</p>	<p>las actividades que vamos a hacer, tal vez de periodista”, “Me veo trabajando en áreas de comunicación social”, “Redactando oficios y capturando datos en una dependencia de gobierno”.</p>	<p>práctica de las materias”, “Lo importante es la redacción. Ser críticos”, “Tener una buena ortografía”, “Lo más importante es comunicar a la sociedad sin filtros”.</p>	<p>páginas web”, “Debemos de ayudar a construir a la sociedad”, Debemos redactar buenos guiones”, “Comunicar y conducir programas de radio con ética”, “Tenemos que ser buenos profesionistas en todos los empleos”.</p>
---	--	--	--

Tabla 6. Matriz de Análisis de los modos discursivos sobre el desempeño profesional. Fuente: Morales, M. V. (2019).

## Anexos



Figura 1. Realización de las sesiones en profundidad. UAgro-Facom. Fuente: Morales, M. V. (2019)





Figura 2. Realización de las sesiones en profundidad. UAgro-Facom. Fuente: Morales, M. V. (2019)



Figura 3- Entorno de la investigación. Fuente: Morales, M. V. (2019)

### ***Agradecimientos***

Al Doctor en Ciencias Administrativas por la Universidad Iberoamericana, Pedro López Eiroá, por su asesoría para el desarrollo de este proyecto y a estudiantes participantes del mismo.

### ***Contribución***

Derivado de todo el proceso metodológico y teórico por el que se caminó, son algunas de las siguientes aportaciones:

Este es el primer y único trabajo que se realiza desde la perspectiva de los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación en todo el estado de Guerrero y, por lo tanto, ofrece una visión de cómo quienes estudian ven esa aproximación al campo laboral y no desde la de académicos y empleadores; cuyos datos pueden servir de base para la toma de decisiones,

principalmente de empleabilidad en el ámbito laboral de su carrera.

Pone de manifiesto las deficiencias y el aprovechamiento actual de formación académica de las y los estudiantes de Comunicación de la Universidad Autónoma de Guerrero, respecto a los conocimientos y habilidades en el desarrollo de todas las actividades que puede emprender un profesional de Comunicación.

El trabajo de investigación abre las puertas para que los estudiantes puedan insertarse en un nuevo entorno, donde impacten en campos novedosos y en tendencia, lo que implica un mejor desempeño profesional que contribuye a detonar el crecimiento del sector primario, secundario, terciario y cuaternario, principalmente del estado de Guerrero.

Este trabajo se convierte en una nueva propuesta en la entidad, que hace posible, a su vez, se generen otros proyectos de investigación científicos del estudio de la Comunicación vinculados a partir de la perspectiva de los Imaginarios y no desde otras como tradicionalmente se ha estudiado científicamente a la carrera.

### ***Conclusiones***

A través del análisis argumentativo se concluye que es la comunicación mediática la que prevalece en el imaginario de quienes estudian la carrera. El estudiantado vincula el término, en primer lugar, con la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación, en segundo lugar, con el intercambio de información interpersonal. Para tener estas concepciones sobre lo que es “comunicación”, las y los estudiantes definen de un modo muy deficiente este aspecto y lo evocan más por lo que se imaginan desde el aspecto social que por lo aprendido en la institución.

**Artículo**

Desarrollo Humanístico y Social

**Foro de Estudios sobre Guerrero**

Mayo 2021- Abril 2022 Vol.9 No.1 105-115

Se resalta que la evocación tiene influencia en el desempeño profesional. La mayoría de las respuestas sobre este aspecto se orientaron a considerar que existen otros campos laborales además del de los medios de comunicación, tales como: Relaciones públicas, Consultoría en imagen, Fotografía, Publicidad, pero no enfocadas al sector empresarial sino al gubernamental, campos que valen la pena decir, son limitados, escasos y saturados por lo menos en la entidad.

En relación con el campo laboral, su imaginario está orientado a los campos laborales centrados en la Comunicación Política, Social, Educativa, Periodismo Especializado, Se visualiza una conducta cognitiva indecisa acerca de que los medios de comunicación sean un campo laboral con perspectiva económica, pero sí los consideran como una alternativa de trabajo principal.

Aun cuando el estudiantado enuncia que el campo laboral de la carrera no se encuentra solo en los medios, se sigue teniendo una estrecha relación imaginaria hacia éstos y específicamente con el televisivo y radiofónico. La construcción del imaginario laboral se hace de manera inconsciente porque consideran que la carrera encuentra su especificidad laboral en los medios. Así mismo, se concluye que no presentan ninguna dificultad para insertarse en cualquier campo laboral de los mencionados.

También el que mencionen rasgos sobre actividades relacionados con la Docencia o con la Comunicación Política, es favorecedor para ampliar el imaginario de los campos laborales de la Comunicación. No están pensando, por ejemplo, emprender sus propias empresas de consultoría en Comunicación, tampoco el sector empresarial es de su consideración.

En conclusión, la actitud cognitiva se orientó a considerar a la carrera en dos campos: La Comunicación Mediática y la Comunicación Organizacional. La visión que tienen sobre la primera está centrada predominantemente en el medio televisivo más que en el radiofónico o en

El impreso, mientras que la visión sobre la Comunicación Organizacional se enfatiza en las Relaciones Públicas. Refieren que el desempeño profesional de un egresado de la carrera de Comunicación está relacionado con la producción para medios, ya que se encontraron evidencias de que el periodismo es una opción para ellos.

Por tanto, la asociación de la carrera como los medios es casi automática, un egresado de Comunicación se desempeñará en dos ámbitos: el relacionado con los medios de comunicación y el de la comunicación organizacional. El desempeño profesional va ligado con el campo laboral predominantemente imaginado.

**Referencias**

- Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. (2009). Informe final del proyecto: Mapa de los centros y programas de formación en comunicación y periodismo en América Latina y el Caribe, p.16. Lima, Perú. Recuperado el 22 de enero de 2019 del sitio web: [http://www.felafacs.org/wp-content/uploads/2012/02/mapeo\\_com.pdf](http://www.felafacs.org/wp-content/uploads/2012/02/mapeo_com.pdf)
- Gutiérrez, V. (2003). Las representaciones sociales del campo de la comunicación. En Russi Alzaga B. (ed.), Anuario de Investigación de la comunicación. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, XII pp. 106-132. San Luis Potosí. México: CONNEICC, A.C.
- Hamui, S. y Varela, R. (2012). La técnica de grupos focales. Investigación en educación media, 2 (5), p.56. Recuperado el 1 de enero de 2019 del sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733230009.pdf>
- Hernández, G. (2002). El imaginario educativo de la comunicación, hacia una conciencia participativa. Razón y Palabra, (25), p.3. [consultado el 9 de marzo de 2019]. Disponible en el sitio web: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n25/ghernan.html>
- Latorre, Opazo & Vega. (2004). Componentes semánticos discursivos, modalidades enunciativas y la imagen de las superpotencias en el siglo. Onomázein, 1(9), p.3. Recuperado el 8 de marzo de 2019 del sitio web: <http://www.redalyc.org/pdf/1345/134517749001.pdf>
- Murcia, P., Pintos, J. y Ospina, H. (2009). Función Versus Institución: Imaginarios de profesores y estudiantes universitarios. Pedagogía Universitaria, 12(9), pp. 63-97. Disponible en el sitio web:
- <http://educacionyeducadores.unisabana.edu.co/index.php/eye/article/view/759/841>
- Martínez, M. (2005). Historia, crítica y propuestas de renovación. Las Escuelas de Comunicación según Jesús Martín Barbero. En Calles Santillana, J.A. (ed.), Anuario de Investigación de la Comunicación. Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, XII, p.145. San Luis Potosí. México: CONNEICC, A.C.
- Martínez, S. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias, p.4. Recuperado el 30 de diciembre de 2019 y disponible en el sitio web: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sciarttext&pid=S1413-81232012000300006>
- Morales, Mónica. (2019). Estrategia de Comunicación para reorientar el imaginario laboral de los estudiantes de Comunicación. Tesis doctoral. Centro Panamericano de Estudios Superiores.
- Pérez, A., Ortíz, L., Fera M.A., Bravo, B., Achicanoy, E. & Bastidas, E. (2011). Imaginarios en las Instituciones Educativas. Ciencia y Tecnología. pp.1-25. Disponible en el sitio web: <http://www.scm.org.co/aplicaciones/lema/imaginarios.htm>
- Ramírez, A, y Zwerg, V. (2012). Metodología de la investigación: más que una receta. AD- Minister, (20), pp.91-111. Disponible en el sitio web: <https://www.redalyc.org/pdf/3223/322327350004.pdf>