

QUINTA UNIDAD

Curso de profesionalización 2025



Docente: Juan Alberto Oviedo

Juanalbertooviedo@gmail.com

Tabla de contenido

Profesiones de la Comunicación y Campos Laborales.....	2
1. Presentación.....	2
2. Objetivos del Curso	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos	2
6. Actividades de aprendizaje.....	4
Periodismo	4
Publicidad	4
Relaciones Públicas.....	4
Comunicación Organizacional	4
Medios Digitales	5
Otros campos.....	5
Comunicación política	5
Comunicación educativa	5
Comunicación ambiental.....	5
Comunicación científica	5
Comunicación audiovisual.....	6
Comunicación corporativa y responsabilidad social.....	6
Gestión de proyectos multimedia y emprendimiento digital	6
Comunicación en salud	6
Comunicación cultural y comunitaria	6
7. Autoevaluación.....	7
Preguntas de reflexión:	7
Actividad de reflexión	7
Actividad práctica / Autoevaluación.....	7
8. Glosario	8
9. Conclusión	8
Referencias bibliográficas	9

UNIDAD 5

Profesiones de la Comunicación y Campos Laborales

1. Presentación

¡Bienvenidos!

Esta unidad ofrece un análisis profundo y académico de las diversas profesiones y campos laborales del universo de la comunicación social y el periodismo. Se abordan las competencias necesarias y el perfil profesional que deben desarrollar los comunicadores para desempeñarse en áreas como periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación organizacional, medios digitales y otras especializaciones emergentes.

2. Objetivos del Curso

Objetivo general

Comprender las distintas áreas profesionales dentro de la comunicación social, identificando los perfiles y competencias claves para el ejercicio efectivo y ético de la profesión en escenarios actuales.

Objetivos específicos

- Analizar los perfiles profesionales y competencias específicas de las principales áreas laborales de la comunicación.
- Describir el desarrollo académico y profesional en periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación organizacional y medios digitales.
- Reconocer oportunidades emergentes en el campo de la comunicación social.
- Reflexionar sobre la propia orientación vocacional y profesional dentro del amplio espectro comunicacional.

3. Contenidos temáticos

Unidad	Tema	Descripción	Duración	Tipo de actividades
1	Profesiones de la comunicación y campos laborales	Análisis de los temas a partir de diversos autores propuestos para esta unidad.	5 horas	Lectura, análisis de textos e investigación.

4. Ruta de aprendizaje

- Introducción a la comunicación social y sus ámbitos profesionales.
- Estudio detallado de las profesiones principales: periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación organizacional y medios digitales.
- Exploración de otras áreas vinculadas: comunicación política, educativa, ambiental, audiovisual, entre otras.
- Conclusiones y panorama laboral futuro.
- Actividades de reflexión, práctica y autoevaluación para identificación vocacional.

5. Metodología de autoaprendizaje

Para aprovechar este curso, se recomienda que el participante:

- Dedique tiempo diario al estudio, priorizando la comprensión sobre la memorización.
- Utilice materiales como lecturas asignadas, videos y recursos multimedia disponibles.

- Realice las actividades propuestas para aplicar lo aprendido en contextos reales y reflexionar sobre su práctica profesional.
- Sea organizado y administre su tiempo según el cronograma sugerido.

6. Actividades de aprendizaje

Introducción

Comprender la comunicación social como una disciplina multidisciplinaria que articula teorías y prácticas en sociología, psicología, antropología, lingüística y otras ciencias afines. Entender cómo la comunicación modela la sociedad contemporánea mediante la producción y circulación de contenidos y discursos públicos.

Periodismo

El periodista es el profesional encargado de investigar, seleccionar, producir y comunicar información a través de diversos medios y soportes. Sus competencias incluyen la ética, verificación rigurosa de información, redacción clara, capacidad crítica y adaptabilidad a

formatos digitales y multimedia. El periodismo ha evolucionado hacia un enfoque multiplataforma que exige manejo experto de tecnologías y análisis de audiencias (UdeA, 2017; UNIR Colombia, 2024).

Publicidad

Se enfoca en la creación y gestión de campañas persuasivas para promover productos, marcas o ideas. Requiere creatividad, planeación estratégica, análisis del mercado, conocimiento profundo de comportamientos de consumo y dominio de tecnologías digitales. El publicista integra contenidos visuales, textuales y audiovisuales para impactar públicos específicos (Universidad de la Sabana, 2024).

Relaciones Públicas

Profesión orientada al manejo de la imagen institucional, gestión de la comunicación corporativa y construcción de relaciones estratégicas con públicos internos y externos. Las competencias incluyen manejo de crisis comunicativas, creación de reputación, organización de eventos y comunicación bidireccional basada en confianza y diálogo (UFV, 2023).

Comunicación Organizacional

Implicada en la planificación, ejecución y evaluación de las comunicaciones internas y externas en organizaciones públicas y privadas. El comunicador organizacional es actor clave en la

gestión del cambio, cultura corporativa, identidad y responsabilidad social, utilizando estrategias transmedia y análisis de datos para optimizar el flujo informativo (QuestionPro, 2023).

Medios Digitales

Área que comprende la producción, gestión y análisis de contenidos en plataformas digitales. Incluye community management, marketing digital, producción audiovisual y análisis de métricas. Se demanda alta especialización en herramientas tecnológicas, SEO, storytelling transmedia y comunicación interactiva (SNHU, 2023; SNHU, 2025).

Otros campos

Además de las áreas principales de periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación organizacional y medios digitales, los comunicadores sociales pueden desempeñarse en numerosos campos especializados que enriquecen y diversifican el ejercicio profesional. A continuación se explican detalladamente varios de estos ámbitos:

Comunicación política

Se centra en la gestión estratégica de mensajes, campañas electorales, relaciones con la prensa y manejo de la imagen de actores políticos y organismos gubernamentales. Este campo requiere comprensión profunda del contexto sociopolítico, habilidades para la persuasión y manejo de crisis, además del análisis de opinión pública y discursos públicos (Cortés, 2019).

Comunicación educativa

Involucra el diseño, producción y evaluación de estrategias comunicativas que facilitan procesos de enseñanza-aprendizaje. Puede incluir contenidos audiovisuales, didácticos, y gestión de plataformas educativas virtuales. El comunicador actúa como mediador entre emisores y receptores para promover el acceso al conocimiento y la formación continua (García & Fernández, 2018).

Comunicación ambiental

Se refiere a la divulgación y sensibilización sobre temas ambientales, sostenibilidad y responsabilidad social. El profesional desarrolla campañas, contenidos informativos y materiales educativos orientados a la protección del medio ambiente y cambios de comportamiento social (López & Martínez, 2020). Este campo se vincula estrechamente con ONG, organismos internacionales y empresas comprometidas con políticas verdes.

Comunicación científica

Especializada en traducir el lenguaje técnico y complejo de la ciencia al público general, promoviendo la divulgación, comprensión y valoración del conocimiento científico. El

comunicador científico debe manejar el rigor técnico, pero también la capacidad de simplificación y la narrativa atractiva para distintos públicos (Zimmerman, 2017).

Comunicación audiovisual

Incluye la producción, edición y dirección de contenidos visuales y sonoros para cine, televisión, video, y plataformas digitales. Los profesionales dominan técnicas narrativas, lenguaje audiovisual, guionismo y tecnologías de producción y postproducción (Martínez & Peña, 2019). Este campo es clave para la creación cultural y el entretenimiento.

Comunicación corporativa y responsabilidad social

Diseña y ejecuta proyectos comunicacionales que potencian la imagen corporativa y promueven prácticas responsables. Combina estrategias de branding con el compromiso ético y social, permitiendo a las organizaciones consolidar confianza y legitimidad ante públicos críticos (Ramírez & Gómez, 2021).

Gestión de proyectos multimedia y emprendimiento digital

Implica liderar procesos integrales de desarrollo de productos comunicativos mediante la combinación de distintas tecnologías digitales. El comunicador-emprendedor desarrolla habilidades de gestión, innovación y negocios digitales, facilitando la creación de nuevos medios, startups o consultorías especializadas (Vargas, 2023).

Comunicación en salud

Área orientada a la elaboración de contenidos y campañas informativas para promoción de la salud pública, educación sanitaria y prevención de enfermedades. Implica colaboración con profesionales médicos para garantizar información clara y veraz (Pérez & Rodríguez, 2016).

Comunicación cultural y comunitaria

Fomenta la participación activa de comunidades en la conservación de su patrimonio cultural y la construcción de identidades colectivas. El comunicador acompaña procesos dialogantes, promueve narrativas propias y utiliza metodologías participativas (Torres, 2018).

Comunicación religiosa

La comunicación religiosa se entiende como el proceso mediante el cual las religiones transmiten, comparten y vivencian sus creencias, valores y prácticas, tanto en contextos interpersonales como mediáticos y sociales. Este tipo de comunicación involucra la transmisión de mensajes espirituales, el diálogo y la socialización de contenidos desde una perspectiva simbólica, doctrinal y experiencial que busca fomentar el sentido de pertenencia y la identidad religiosa de sus miembros.

Desde el punto de vista académico, la comunicación religiosa se analiza como una forma de construir sentido y responder a necesidades existenciales, cuyos lenguajes, símbolos y

prácticas pueden variar según el grupo religioso, pero que en todos los casos implica interacción, educación y socialización de contenidos de carácter espiritual y doctrinal (Sbardelotto, 2016).

7. Autoevaluación

Aspecto	Calificación 1 a 5	Comentarios
Comprensión del tema		
Aplicación práctica		
Reflexión personal		

Preguntas de reflexión:

¿Qué aprendí sobre los temas tratados en la unidad?

¿Cómo puedo aplicar estas teorías en mi vida profesional y laboral?

¿En qué área de la comunicación me veo a futuro o en cuál de ellas me siento más a gusto?

Actividad de reflexión

Redacta un análisis personal sobre cuál de las áreas profesionales exploradas (periodismo, publicidad, relaciones públicas, comunicación organizacional, medios digitales u otras) resuena más contigo y por qué. Considera tus habilidades actuales, intereses y valores.

Actividad práctica / Autoevaluación

Diseña un mapa vocacional en el que:

- Identifiques las competencias clave para cada área de comunicación.
- Califica tu nivel actual en cada competencia con una escala del 1 al 5.
- Argumenta en qué áreas te sientes más motivado y define un plan de desarrollo para fortalecer tus competencias. Finalmente realiza una investigación más profunda con

carácter técnico que te permita aumentar tu nivel de conocimiento en esta área para que desarrolles mayores habilidades y competencias profesionales que mejoren tu capacidad comunicativa específica de lo que te gusta hacer como comunicador social y/o periodista.

8. Glosario

- **Comunicación social:** Estudio y práctica de la producción y circulación de discursos sociales en contextos mediáticos y comunitarios.
- **Competencias clave:** Conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para ejercer profesionalmente.
- **Community manager:** Profesional que gestiona la presencia e interacción de marcas y organizaciones en plataformas digitales.
- **Periodismo:** Actividad de investigación, producción y difusión informativa en diversos medios.
- **Publicidad:** Comunicación persuasiva dirigida a promover productos, servicios o ideas.
- **Relaciones públicas:** Gestión estratégica de las relaciones entre una organización y sus públicos.
- **Comunicación organizacional:** Planeación y gestión de la comunicación interna y externa en instituciones.
- **Medios digitales:** Plataformas y canales digitales para la difusión y creación interactiva de contenidos.

9. Conclusión

La profesión de comunicación social se caracteriza por su carácter interdisciplinario, dinámico y en constante evolución debido a los avances tecnológicos y sociales. El comunicador debe cultivar habilidades analíticas, creativas, éticas y tecnológicas para adaptarse a múltiples contextos laborales. La diversificación de campos abre oportunidades amplias, pero exige un perfil versátil y proactivo. El aprendizaje permanente y la reflexión crítica son elementos indispensables para construir una carrera sólida y satisfactoria en comunicación.

Referencias bibliográficas

CIS Informática. (2024). La impactante evolución de las redes sociales.

ComunicacionRadial. (2023). Historia de la comunicación radial.

Cortés, M. A. (2019). Comunicación política: teoría y práctica. Editorial Complutense.

García, P., & Fernández, L. (2018). Comunicación educativa en la era digital. Ediciones Académicas.

López, R., & Martínez, S. (2020). Comunicación ambiental: estrategias para la sostenibilidad. Universidad Verde.

Martínez, F., & Peña, J. (2019). Comunicación audiovisual y medios digitales. Ediciones Comunicación.

Pérez, J., & Rodríguez, A. (2016). Comunicación para la salud pública. Salud y Sociedad.

QuestionPro. (2023). Comunicación organizacional: Definición, tipos y ejemplos.

Ramírez, C., & Gómez, D. (2021). Comunicación corporativa y responsabilidad social empresarial. Revista de Comunicación Organizacional, 33(2), 45-62.

SNHU. (2023). ¿Qué hace un comunicador en los medios digitales?

SNHU. (2025). ¿Qué son los medios digitales y cuáles son sus tipos?

Sbardelotto, M. (2016). Mediatización de la religión: la relación entre lo “religioso” y lo mediático en tiempos de red. Inmediaciones de la Comunicación, 11(113-137).

Torres, E. (2018). Comunicación cultural y participación comunitaria. Editorial Participa.

UdeA. (2017). Periodismo.

UFV. (2023). ¿Qué salida laboral tiene relaciones públicas?

UNIR Colombia. (2024). ¿En qué puede trabajar un comunicador social?

Universidad de la Sabana. (2024). Publicidad.

Vargas, I. (2023). Emprendimiento digital en comunicación: retos y oportunidades. Innovación y Tecnología.

Zer, N. (2022). Investigación de perfiles profesionales en periodismo y comunicación.

Zimmerman, M. (2017). Divulgación científica: técnicas para comunicar ciencia. Springer.