



El rol de las habilidades comunicativas en el ingreso al mercado laboral de los egresados de sociología de la Universidad de Antioquia.

Un acercamiento a la experiencia profesional actual

Leidy Laura Moreno Quiceno

Informe de práctica presentado para optar al título de Sociólogo

Selecione tipo de orientador(es)

Juan David Sandoval Carvajal, Magíster (MSc) en Historia

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Sociología

Medellín, Antioquia, Colombia

2023

Cita

(Moreno Quiceno, 2023)

Referencia

Estilo APA 7 (2020)

Moreno Quiceno, L. (2023). *El rol de las habilidades comunicativas en el ingreso al mercado laboral de los egresados de sociología de la Universidad de Antioquia. Un acercamiento a la experiencia profesional actual*. [Informe de práctica]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.



CRAI María Teresa Uribe (Facultad de Ciencias Sociales y Humanas)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Tabla de contenido

Resumen	4
Abstract	5
Introducción	6
1. Planteamiento del problema.....	7
1.1 Antecedentes	8
1.1.1 Estudios entorno a las estrategias comunicativas	8
2. Justificación	10
3. Objetivos	13
3.1 Objetivo general	13
3.2 Objetivos específicos.....	13
4. Marco teórico	14
5. Metodología	16
6. Resultados	18
6.1 El afán y la inmediatez de la sociedad moderna.	18
6.1.1 De la complejidad de la ciencia a la simplicidad de la modernidad	20
6.2 El mercado laboral como parte de la estructura social.....	22
6.2.1 Un paso más allá del título profesional.....	22
6.3. Escenarios limitantes del mercado laboral	25
6.3.1 El lugar equivocado	26
6.4. Públicos diversos.....	28
6.4.1 Públicos diversos, mayores retos a la creatividad.....	28
7. Conclusiones	32
Referencias	34

Resumen

El propósito de este informe es analizar la incidencia que tienen las estrategias comunicativas en la capacidad de agencia de los egresados de sociología al momento de ingresar al mercado laboral actual. Esta idea surge a partir de la reflexión de la práctica académica en una empresa dedicada a la investigación organizacional. Desde la perspectiva de los profesionales, la necesidad de adaptarse a diferentes escenarios y públicos obliga a trabajar en las formas de comunicar sus ideas, al igual que algunos han identificado prejuicios referente a la forma en que se expresa el sociólogo, catalogándose como retórica y poco cercana, por lo que el dominio de diferentes estrategias comunicativas se considera le aporta a superar estas posibles barreras. En este informe se sostiene que los egresados que han trabajado en mejorar sus habilidades comunicativas perciben tener una mejor ventaja competitiva a la hora encontrar y mantenerse en un trabajo.

Palabras clave: Experiencia profesional, estrategias comunicativas, mercado laboral, agente social, sociología.

Abstract

The purpose of this report is to analyze the impact of communication strategies on the agency capacity of sociology graduates at the time of entering the current labor market. This idea arises from the reflection of the academic practice in a company dedicated to organizational research. From the perspective of professionals, the need to adapt to different scenarios and audiences forces them to work on the ways of communicating their ideas, just as some have identified prejudices regarding the way in which sociologists express themselves, categorized as rhetorical and not very close, so that the mastery of different communication strategies is considered to contribute to overcoming these possible barriers. This report argues that graduates who have worked on improving their communication skills perceive that they have a better competitive advantage when it comes to finding and keeping a job.

Keywords: Professional experience, communication strategies, labor market, social agent, sociology.

Introducción

El presente documento es resultado de un proceso reflexivo que combina las experiencias vividas durante el proceso de práctica académica, con las reflexiones realizadas por egresados del pregrado de sociología de la Universidad de Antioquia, sede Medellín, en función de analizar la importancia que tiene el lenguaje y las estrategias comunicativas que el profesional domina para hacer más atractiva su hoja de vida, cómo esto incide en su inserción al mercado laboral y en el desarrollo de las actividades dentro de los cargos desempeñados.

Esta reflexión surgió con el fin de dar cuenta de que, si bien el conocimiento teórico y el desarrollo del pensamiento crítico - analítico son pilares para la formación de un profesional, también es de gran relevancia trabajar en las habilidades “blandas”, en cuanto específicamente desde las estrategias comunicativas se considera que aportan a reconocer las condiciones del entorno y tener la capacidad de adaptarse a las formas comunicativas ya establecidas, es decir, al uso del lenguaje apropiado según el espacio en el que se encuentre que permita al otro valorar los aportes que el profesional tenga. La síntesis, la explicación simple de resultados que parten de conceptos complejos y las posibilidad de mostrar de manera creativa y que capte la atención del interlocutor, le permiten al profesional desenvolverse en diferentes ámbitos del mercado laboral.

En el presente documento se partió por preguntarse cuál es la incidencia que tienen las estrategias comunicativas en la capacidad de agencia de los egresados de sociología al momento de ingresar al mercado laboral. Este enfoque se tomó en cuanto trabajar en capacidades y habilidades extra para el desarrollo profesional se identifica como un proceso que ha partido del interés personal, los cuales les han posibilitado tener ventajas frente a otros.

1. Planteamiento del problema

La sociología como disciplina que desarrolla un método científico, comparte espacios y medios de divulgación de conocimiento instaurados tradicionalmente, como lo son los artículos académicos, las ponencias, simposios, entre otros. Estos espacios son dispuestos de tal forma que se pueda evidenciar la rigurosidad, objetividad y homogeneidad de los trabajos expuestos al apropiarse de un lenguaje científico (Fretes & Jiménez, 2017), que esencialmente parten de relatos y razonamientos lingüísticos (Barnhurst et al., 2004) y que son cruciales para dar validez a los resultados ante pares.

Sin embargo, la ciencia actualmente ha ampliado su horizonte y ha comenzado a analizar la forma en que este mismo conocimiento puede ser abierto a otros públicos, o incluso cómo a partir del método científico se puede construir conocimiento de interés para personas no académicas. En ello han salido iniciativas como la triada comunicación-compromiso-participación, como base para que los ciudadanos se informen más y de la misma forma participen en temas relacionados con ciencia en la cual el abordaje y uso de elementos visuales es una de las estrategias centrales (Campos, 2022). Adicionalmente, se han desarrollado discusiones en torno a la importancia de adaptar la información a formatos creativos mediante los cuales se pueda lograr una mejor comprensión de lo hallado a públicos más diversos (Ståhl y Kaihovirta, 2019), dada la idea de que hay un ejercicio de poder centralizador cuando la alfabetización es la única forma disponible para acceder al conocimiento (Le Guin, 2008, citado por Sligo y Tilley, 2011).

De esta forma, se puede identificar que a medida que se han ampliado los públicos de interés para la ciencia, se hace necesario abordar de diferentes formas y con diferentes estrategias comunicativas el conocimiento construido. Estos públicos también se ven ampliados en cuanto el quehacer sociológico se lleva a escenarios empresariales, a organizaciones públicas y comunitarias, en las que es primordial que se combine el pensamiento sociológico y los formatos de comunicación propios de estos espacios.

1.1 Antecedentes

La revisión de literatura se realizó referente al rol que tiene las estrategias comunicativas en la ciencia. La consolidación de la información se llevó a cabo en dos momentos, el primero desde un sondeo cuantitativo que permitió encontrar segmentos temáticos de los intereses que se han desarrollado en la producción académica, se restringió la descarga a la producción publicada entre los años 2017-2022 con el fin de obtener las discusiones más actualizadas y la descarga se realizó de la base de datos Web of Science dado que ofrece los metadatos con una estructura más organizada. En un segundo momento, se hace una revisión de los títulos y resúmenes de los grupos generados en el primer ejercicio y se seleccionaron los más relevantes para su lectura completa y contrastar los resultados que el primer ejercicio entregó. A continuación se presenta lo obtenido:

1.1.1 Estudios entorno a las estrategias comunicativas

Fernández Fontecha et al., (2019) sostienen que una forma de comunicación cultural que permite la reducción de la complejidad de las ideas científicas es el pensamiento visual, específicamente lo analiza desde “complejos multimodales” que combinan varios recursos semióticos como las imágenes, símbolos, infografías, con el fin de traducir ideas abstractas a públicos no especializados. A partir de esta búsqueda se ha identificado un interés por dar cuenta del rol de la comunicación como un medio sea para traducir un mensaje (Savoie, 2022), mejorar la interlocución con personas con trastornos en la capacidad de comunicación (Elko et al., 2022; Wilkinson y Bennett, 2021), mejorar procesos de aprendizaje (Shkedy et al., 2021), entre otros.

Dado que el estudio de las formas de comunicación ha tomado gran potencial desde el análisis de las redes sociales y las Mass Media, por ser los escenarios que más están captando la atención de la sociedad moderna, estas se han convertido en objeto de análisis atrayendo la atención de investigaciones que se interesan por su potencial en actividades comerciales al dar cuenta de la incidencia del uso de estas plataformas en la toma de decisiones para el consumo (Kujur y Singh, 2020), en la capacidad de crear imaginarios desde las redes sociales (Jenzen et al., 2021), la credibilidad de la información multimodal frente a la información textual en eventos como la divulgación de información falsa (Hameleers et al., 2020), el análisis de las competencias que se activan en la interacción con imágenes de las redes sociales (competencia visual, competencia

técnica, conocimiento de las normas sociales, y conocimiento de uno mismo) (Ståhl y Kaihovirta, 2019).

Los formatos de comunicación o estrategias comunicativas como la fotografía y el video se han integrado y aprovechado como medios para recolectar información, un ejemplo son los trabajos que tienen como objetivo buscar entender la forma en que las personas capturan imágenes y ven el mundo. De esta forma (Klein, 2020) analiza las fotografías de cuatro jóvenes con autismo para entender las formas en que estos ven y entienden el mundo; también como la propuesta de Filewod y Watt citado en (Chigbu, 2019) de permitir a las personas hacer registros audiovisuales para dar cuenta de las percepciones que los trabajadores tienen de sus condiciones laborales. Estas formas toman relevancia en cuanto se muestra que la comunicación tiene diferentes niveles de efectividad según la estrategia que se utilice y los propósitos que se busquen.

Finalmente, la comunicación en la sociedad moderna demanda diferentes teorías asociadas a la construcción de significado, como la representación social de significado (Stocchetti, 2017) y la construcción colectiva de significado (Goyes, 2020). El uso de estas teorías han aportado para el análisis de las asociaciones que se construyen entorno a una imagen representativa de un suceso o un tema, que va desde la valoración social de los emojis y las imágenes virales en las redes sociales, hasta el análisis de imágenes representativas de eventos específicos como el 11 de septiembre. Otros trabajos como el de Forceville (2014) presentan un interés principal por establecer conceptualmente a qué hace referencia los modos de comunicación cuando se habla de multimodalidad del lenguaje.

Esta revisión permite concluir que las estrategias comunicativas como parte de la construcción de conocimiento es un tema que ha tomado relevancia en el campo de las ciencias sociales. Primero, desde el reconocimiento de las diferentes formas de entregar y recibir información y los niveles de eficiencia según el formato utilizado. Segundo, como forma de adaptación a una sociedad que se ha adentrado en unos modos de comunicación mediados por las redes sociales y los Mass Media. Tercero, desde la relevancia que ha ido tomando el tema en el campo científico, y en la construcción de márgenes teóricos. Y por último, desde un sentido sociológico, la comunicación hace parte de la interacción que se desarrolla en un contexto socio-cultural e ideológico característicos de la sociedad en que se da el mensaje (Lozano Medina, 2006), por lo que su estudio es de pertinencia y relevancia actual.

2. Justificación

El programa de sociología de la Universidad de Antioquia sede Medellín, propone seis campos de acción, que pueden resumirse en: investigación científica y académica; docencia; puestos político-administrativos en organizaciones públicas; gestión, capacitación y orientación del talento humano en organizaciones privadas; trabajos con Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) y con organizaciones sociales autónomas. Al evaluar la relación entre la propuesta universitaria en torno al mercado laboral se encuentra una preocupación por el escaso campo en el que se han venido desempeñando los profesionales en sociología, Beltrán y Berrio (2016) presentan los resultados del estudio de egresados llevado a cabo en el marco de la actualización curricular de la Universidad Nacional de Bogotá, cuyo objeto fue señalar los mercados parciales de trabajo donde se han desempeñado los egresados de sociología de las cortes del 2000 al 2010. Al respecto, señalan inicialmente la carencia de estudios relacionados aun cuando las preguntas por las oportunidades de trabajo, los principales contratantes y las condiciones laborales son de gran relevancia para los aspirantes y los ya profesionales en sociología. Como principal resultado de este estudio, se identifica que son cuatro los campos donde se ha centrado el desempeño de los egresados: la docencia, la investigación, la consultoría y el trabajo con comunidades. Este estudio, es contrastable con el realizado en la Universidad de Antioquia por parte del CEO (1996) en el que se evalúa el currículo implementado en 1991, desde el cual se evidencia que el mayor campo de trabajo en el que se desempeñan los egresados es la docencia (28%) en todas sus formas (docentes de cátedra, de tiempo completo, de universidades y colegios y de otras instituciones), seguido por coordinación de proyectos (11%) e investigación (5%). En un estudio mas actualizado de los egresados de sociología de la Universidad de Antioquia sede oriente, se encuentran resultados similares, en donde se expone “las ocupaciones y actividades se encuentran relacionadas, principalmente, con procesos comunitarios y ejercicio de la docencia” (Brand, et al., 2021, p.112).

Estos resultados dan cuenta de un limitado campo de acción, donde la mitad de los espacios propuestos para la inserción al mercado laboral ha quedado poco abarcada, centrandose en consecuencia el quehacer sociológico al ejercicio de la docencia y funciones asociadas y a procesos comunitarios. Esta reducción de posibilidades puede además tener incidencia en la dificultad que poseen los egresados de sociología para conseguir el primer empleo que según lo hallado por Beltrán y Berrio (2016) solo el 66,2% de los egresados de sociología habría conseguido su primer

empleo antes de 6 meses, y según Brand et al., (2021) el 75% habría encontrado el primer empleo en el mismo transcurso de tiempo. Adicionalmente, se encuentra que en estos espacios predomina tipos de contrato de periodos cortos, lo que se refleja en desventaja y dificultades para el desarrollo económico, así como se muestra en el estudio de los egresados del oriente antioqueño donde solo el 40% de los profesionales consideraron que su profesión les ha permitido tener un desarrollo económico (Brand, et al., 2021, p.108).

Este panorama, lleva a considerar que los profesionales en sociología se les ha dificultado abrirse espacios diferentes a los que las investigaciones citadas muestran. En este ejercicio se plantea que la adquisición de habilidades blandas y estrategias comunicativas le posibilitan al sociólogo ampliar los escenarios de empleabilidad.

En cuanto a la relevancia del tema remito a algunas posturas críticas que se han ido generando en torno a la comunicación como eje problémico de la ciencia. La primera, centradas en señalar la necesidad de propiciar espacios de socialización que permitan relacionar la ciencia con los públicos, con el objetivo de promover el apoyo de la ciencia y su legitimidad, bajo el concepto de democratización del conocimiento (Daza y Arboleda, 2007). Y la segunda, que pone de manifiesto un cierre de la comunidad científica por medio del lenguaje que limita la interacción de ideas entre especialistas del mismo campo (Madrid, 2008), pero que además limita la interlocución con los demás círculos sociales, referente a la especialización del lenguaje menciona Michel Serres (1995):

Si aquellos que no son sabios no entienden la lengua de los sabios es porque la lengua de los sabios sirve en primer lugar para que éstos se entiendan entre ellos, es evidente, pero también sirve para no hacerse entender entre aquellos que no pertenecen a su comunidad. (Citado por Madrid, 2008, p.534)

La necesidad de aportar a la construcción de habilidades comunicativas en diferentes ámbitos sociales, también se evidencia sobre todo desde las apreciaciones y discursos de egresados que se desenvuelven por fuera de la academia, en cuanto el sociólogo se estaría enfrentando a un estigma de usar predominantemente un lenguaje retórico.

En este contexto, se puede añadir al quehacer sociológico, la tarea de fungir de traductor de las reflexiones que realiza con base en conceptos y teorías propias de la disciplina, para el fácil entendimiento y posible utilización en espacios prácticos, ya que el conocimiento solo es, en cuanto

se puede transmitir, o como lo expresa Wagensberg (1995) “el conocimiento es la forma que adopta una idea para sobrevivir al tránsito entre dos mentes.” (citado en Madrid, 2008).

Lo dicho anteriormente, da cuenta de la pertinencia de abordar la comunicación estratégica como un tema que brinda capacidad de adaptación y lo habilita en otros escenarios del mercado laboral, en tanto se busca superar la barrera de percibir el quehacer sociológico principalmente en la docencia y la academia.

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Analizar la incidencia que tienen las estrategias comunicativas en la capacidad de agencia de los egresados de sociología al momento de ingresar al mercado laboral.

3.2 Objetivos específicos

- Identificar las estrategias comunicativas que han llevado a cabo los profesionales en sociología en su ejercicio laboral.
- Señalar la relevancia que cada estrategia comunicativa ha tenido en el desarrollo profesional de los sociólogos entrevistados.
- Analizar la incidencia que tiene el dominio de diferentes estrategias comunicativas en la capacidad de agencia de un profesional en sociología en el mercado laboral.

4. Marco teórico

Para el presente trabajo se tomará como conceptos principales el *agente social* y la *capacidad de agencia* de Antony Giddens, como base para entender la incidencia que tiene en la vida de los egresados y en su inserción al mercado laboral el dominar diferentes estrategias comunicativas. De esta forma, el *agente social* “es un sujeto que tiene la capacidad de generar proyectos y de llevar a cabo acciones para potencializarse y ganar ventajas sobre otros.” (Brand, et al., 2019). Un agente social, se considera en cuanto es un sujeto que puede incidir en su entorno y alterar estructuras instauradas en los grupos a los que ha pertenecido (Giddens, 2018). La *capacidad de agencia* de esta forma, se entiende como la potencialidad que tienen las personas — como agentes sociales— para interpretar su contexto, decidir rutas de acción e intencionar su interacción social (Sautu, 2014, p. 101). Adicionalmente, las acciones que emprende el agente social son el resultado de “un contexto social, normativo y cultural que ellas interpretan e incorporan (o no)” (Sautu, 2014, p. 101), es decir:

Estas acciones se desarrollan con relación a condiciones estructurales que pueden ser habilitantes o constrictivas y que, además, se relacionan de manera directa con el principio de poder, (...) En síntesis, la agencia se puede evidenciar en las prácticas que emprende una persona orientadas a un fin y en la posibilidad de que estas acciones le diferencien de otros. (Brand, et al., 2019)

Como teoría subsidiaria se tomó el análisis multimodal del discurso (O'Halloran, 2012), cuya esencia es explorar cómo el lenguaje y otras modalidades simbólicas se pueden combinar para lograr mejores procesos de comunicación y específicamente se recurrirá al *concepto de multimodalidad*:

Desde un enfoque semiótico social, los *modos* son los recursos moldeados social y culturalmente o las estructuras semióticas organizadas para dar significado. Los ejemplos específicos de modos desde una perspectiva semiótica social incluyen el lenguaje escrito, el habla, los gestos, el movimiento, la música, la notación matemática y científica, la vestimenta, las imágenes y el diseño de objetos y entornos. Los modos se utilizan a menudo en conjunto. Por ejemplo, el habla es uno de los múltiples modos que los humanos usan para comunicarse, generalmente complementado con gestos, arreglos espaciales significativos entre los hablantes y oyentes, y referencias a objetos externos que pueden estar dentro del campo visual del hablante.

Las preferencias en el uso de modos de presentación, como lingüístico, auditivo, gestual, etc., difieren según los usos definidos por la cultura y el contexto social.

El uso de los conceptos de agente social y multimodalidad, permitieron en conjunto construir la idea de estrategia comunicativa como un recurso que el sujeto utiliza de manera consciente -agente social- para adaptarse a diferentes entornos del mercado laboral y tomando el termino de comunicación desde una perspectiva amplia que involucra la capacidad oratoria y de expresión gestual, la capacidad creativa y de construcción de ideas a partir de recursos visuales, la capacidad de adaptación del lenguaje a diferentes públicos, entre otros.

5. Metodología

La metodología empleada fue de carácter cualitativo, centrada en la entrevista a profundidad con 10 egresados de sociología de la Universidad de Antioquia sede Medellín, con experiencia laboral diversa en empresas privadas, organizaciones públicas y ONG's. También se realizaron 2 entrevistas con comunicadores sociales con el fin de entender los análisis que desde esta disciplina se han realizado de la sociedad actual y como esta se relaciona con el mundo, y finalmente se habló con un empleador con quien se buscó reconocer y contrastar ideales y prejuicios que se pueda tener de los sociólogos y que han incidido en su decisión de contratación.

Estos perfiles fueron escogidos buscando tener un equilibrio tanto de la experiencia vivida por los egresados, como del entendimiento de las formas de comunicación de la sociedad actual y los principales retos que se presenta en ello. En este último propósito, las comunicadoras entrevistadas en cuanto tienen un conocimiento teórico al respecto y en particular se había intencionado que tuvieran experiencias con la presentación de información científica, se buscó reconstruir desde sus vivencias los retos que este campo ha tenido específicamente en la presentación de información. Adicionalmente, se encontró pertinente entrevistar este perfil dado que es una profesión que compite con el perfil del sociólogo y ha estado abarcando espacios que en esencia harían parte del campo laboral de la sociología.

En cuanto es un análisis del quehacer del sociólogo, se dio principal énfasis a las experiencias relatadas por los egresados siendo la mayoría de entrevistados egresados de este pregrado, en las que se tuvo en cuenta sus vivencias y espacios de participación durante el pregrado, los aspectos que comenzaron a reconocer durante la inserción al mercado laboral que consideraron relevantes, y se indaga por los principales aspectos que les posibilitaron conseguir los trabajos deseados. Para ello, se puso atención en la forma en que evalúan y perciben su historia reciente y el horizonte y expectativas que imprimen en su accionar.

Para la presentación de los resultados se construyeron varias crónicas a partir de las experiencias más relevantes, con el fin de señalar en el corto, mediano y largo plazo los resultados de las acciones implementados por los entrevistados, y mostrar desde las vivencias mismas cómo han enfrentado los condicionantes y habilitadores que han transversalizado la inserción al mercado laboral del sociólogo en el tiempo actual y el lugar que ocupa las habilidades comunicativas en este proceso. Para las crónicas no se usaron los nombres reales o completos dado que para generar un

espacio de confianza y libre expresión por parte de los entrevistados se acordó anonimato en las entrevistas.

6. Resultados

6.1 El afán y la inmediatez de la sociedad moderna.

Este capítulo está centrado en las entrevistas realizadas a dos comunicadoras, la primera es Paola¹ quien es comunicadora social y tiene una empresa de mercadeo dedicada específicamente a la redes sociales y quien además es docente e investigadora, y la segunda, Susana quien comparte la misma profesión, pero que se dedica a la creación de infografías y construcciones visuales y ha trabajado en compartir ciencia a partir de estos recursos con entidades como el Parque Explora. En función de este trabajo, la experiencia y conocimiento que las dos proporcionaron, fue tomada en cuenta como un modo de reconstruir el marco de particularidades de las formas de comunicación de la sociedad moderna, en el que desde la reflexión y trayectoria se permite entender la influencia que estas tienen en el mercado laboral profesional. Para este propósito se comienza esbozando los principales retos identificados en términos de comunicación, luego se presenta una crónica construida a partir de las experiencias narradas por las entrevistadas que dan cuenta de los desafíos de comunicar ciencia en la sociedad actual, y posterior, se explicitan los aportes que el detalle de este capítulo genera para el objetivo del presente trabajo.

El internet y las redes sociales han traído consigo indiscutibles cambios en los ritmos de vida y las formas de relacionarse unos con otros, esta es una discusión central que aborda Paola durante la entrevista dado que este panorama ha implicado cambios en las estrategias a utilizar en el momento en que se busca captar la atención de un público específico, esta idea la desarrolla citando a uno de los teóricos más conocidos de la modernidad, el sociólogo Zygmunt Bauman y referenciando el concepto de modernidad líquida, mediante el cual explica que la lucha más grande que debe llevar a cabo una persona que busca proporcionar algún tipo de información, es entorno a lograr capturar el interés del otro, dado que como propone este concepto estamos en una sociedad volátil, donde las cosas son efímeras, y el cambio llega antes de lo esperado. La entrevistada explica que la saturación de información es un hecho que condiciona la capacidad cognitiva dado que la desborda, y lo ejemplifica con la publicidad que rota en redes sociales, y con las personas que buscan tener cada vez más seguidores que vean sus contenidos, y propone que las horas del día de

¹ Se omite el nombre completo de los entrevistados por acuerdo de anonimato.

una persona no alcanzan para atender a todo el contenido que se encuentra disponible, aunque dedique todo el tiempo a ello, pero adicionalmente que de lo que alcance a ver solo aquello que sea significativo para sí va a tener oportunidad de recordarse.

Este tema es relevante, dado que no se queda en lo que se vive en las redes sociales, sino que transversaliza la vida de las personas, y señala que una muestra de la constante pelea por la atención se muestra en las constantes interrupciones que puede tener un espectador, por revisar un mensaje de whatsapp, una notificación o una llamada, es decir, cada vez es más difícil dedicarse a una sola actividad, y por el contrario ha surgido la necesidad de poder hacer varias cosas al tiempo. De manera inversa, este panorama aumenta la dificultad de quien está del lado del presentador, dado que debe buscar las estrategias necesarias para mantener el interés de los espectadores. A partir de esta idea, se sugiere que las personas son selectivas de aquello a lo que le van a dedicar tiempo y atención, por lo que la forma como se presenta juega un papel relevante.

Estos retos que ha traído la sociedad moderna en términos de comunicación son tomados como un hecho estructural, que trasciende los espacios de ocio y de la vida privada, a las formas como se interactúa con el mundo y por ende, con el campo laboral. Esta última idea será reforzada más adelante con las entrevistas realizadas a los sociólogos en las que narran sus experiencias laborales, pero por lo pronto, se evidencia la incidencia que los cambios en las formas de comunicarse ha tenido en los escenarios de construcción de conocimiento e investigación científica, que también hacen parte de los espacios en los que se ha desempeñado el sociólogo.

Esto último se evidenció desde la experiencia de las dos entrevistadas quienes fueron convocadas en espacios totalmente diferentes pero que buscaban un mismo propósito que era convertir resultados de investigaciones en información que pudiera ser publicada en lugares como las redes sociales y que fueran atractivas y cercanas a públicos no especializados, donde en esencia se está reconociendo que aunque la ciencia tiene un lenguaje propio, se están buscando los medios para reconocerse como parte de un entramado social y no como un espacio aparte. A continuación se narra una de las vivencias que ambas entrevistadas tuvieron desde diferentes espacios, y que fueron combinadas para resaltar de cada historia las características más relevantes y mostrar la transversalidad del tema en el escenario científico.

6.1.1 De la complejidad de la ciencia a la simplicidad de la modernidad

Desde hace algún tiempo a las comunicadoras se les ha estado convocando cada vez más a apoyar procesos de presentación de resultados de investigaciones de diferentes disciplinas científicas, sea por obligatoriedad para publicar pues en algunas revistas han comenzado a pedir como requisito presentar los principales hallazgos en esquemas visuales, o por interés de quién financia para que este conocimiento tenga mayor divulgación.

En ambos casos las entrevistadas tuvieron experiencias para contar, pero en particular fue relevante una de las historias de Paola donde fue invitada a participar de un proceso de construcción de ideas gráficas de una serie de resultados investigativos, en los que se involucraban diversas disciplinas de ciencias sociales, naturales y aplicadas.

El propósito de llevar dichas tesis a formatos visuales de fácil rotación y ágil entendimiento respondía a un proyecto de Apropiación Social del Conocimiento (ASC) el cual es un proceso mediante el cual se busca convocar a diversos actores a ser partícipes del análisis, reflexión, comprensión del conocimiento construido en cuanto estos puedan de esta forma impactar otros contextos, sea inspirando a otros para dar continuidad a los temas, como insumo para analizar sus contextos inmediatos o simplemente como capital cultural de aquellos a quienes logre llegar.

En esta labor, Paola manifiesta haber tenido amplias expectativas al ser una persona amante de la educación, de la producción del conocimiento, pero que además señala los retos que el propósito de situar el conocimiento en la sociedad actual llevó, debido a que las estructuras comunicativas funcionan de manera casi opuesta entre ambos mundos. Por un lado, el mundo de la academia, alimentada de amplias discusiones, estructuras teóricas y minuciosidad para la demostración de ideas, lo que implica una dedicación significativa de tiempo no solo para enterarse de los resultados obtenidos, sino para indagar entre los conceptos utilizados y capturar la esencia de lo construido. Y por otro lado, está la sociedad moderna, una sociedad cuyo centro se ha moldeado alrededor de un mar de información y en el que el tiempo se hace escaso.

Cuando comenzó el trabajo de comunicadores y científicos juntos, las diferencias en el lenguaje que esperaban utilizar unos y otros trajo consigo una discusión del tema, presentando argumentos de un lado y del otro, como que algunos proponentes consideraban que simplificar demasiado el lenguaje le restaba a los resultados y consideraban que el conocimiento debía llegar a quién estuviera interesado y dispuesto a hacer el esfuerzo suficiente para entenderlo, y aunque

claramente el propósito del trabajo iba en función de bajar ese lenguaje a un formato generalizador es notable la incomodidad que esto genera al sacar de una zona de confort al investigador, siendo en este caso que se le obligue a apropiarse de otras formas de comunicación.

En este relato se puede abstraer varias ideas, principalmente desde la relevancia de entender, apropiarse y encontrar el propósito de involucrarse en diferentes formatos de comunicación dado que siempre que se desee compartir ideas, será necesario entender los esquemas de comunicación que al otro le sean cercanos por lo que estas habilidades le sugieren versatilidad. Ante esta idea, es necesario aclarar que la intencionalidad no es suponer que un sociólogo debe aprender a diseñar como un comunicador, sino más bien, ubicar el quehacer del sociólogo dentro de una sociedad que ha adoptado unas formas particulares de entender el mundo.

Dado esto, la primera idea que se rescata de la crónica, sugiere que desde el mismo campo científico ya se están llevando a cabo iniciativas que obligan a traducir el conocimiento a públicos no especializados, en lo que ya ha avanzado en abordarla desde el reconocimiento de la forma como la sociedad interactúa.

Como segundo, que la apropiación social del conocimiento, ha comenzado a tomar relevancia y esto reafirma la idea de que los profesionales de las diferentes áreas deben asumir el reto de transformar el lenguaje propio de la disciplina a explicaciones cercanas a diferentes públicos, no para perder rigurosidad en los procesos investigativos, sino con el fin de situar el discurso y generar espacios de interacción con públicos diversos.

Y tercero, a partir de esta crónica se puede evidenciar el rol que tienen las redes sociales en la comunicación, en cuanto por excelencia es el medio con el que más interacción hay, lo que ha condicionado la actuación de diferentes escenarios, en este caso desde la ciencia, buscando llegar a más personas.

En términos generales, se puede evidenciar que desde escenarios académicos ya se están llevando a cabo estrategias que reconocen la estructura social de la comunicación como algo dado y al que se deben adaptar. Este panorama, aporta al caso particular del sociólogo, en cuanto sugiere que reconocer su contexto y tenerlo en cuenta al momento de considerar acciones para interactuar en él, le puede generar una ventaja competitiva dado que ha adelantado un proceso de adaptación. En términos de capacidad de agencia, estaría identificando los habilitadores, específicamente, estaría reconociendo el entorno y esto aportaría a su capacidad para desenvolverse en él.

6.2 El mercado laboral como parte de la estructura social.

En este apartado se argumenta cómo el mercado laboral también se encuentra influenciado por las tendencias definidas en el capítulo anterior, y se evidencia desde la experiencia de los egresados que la capacidad de adaptarse a estas formas de comunicación es evaluada desde el momento mismo de la entrevista de trabajo. En este sentido, se abordan aspectos que puede trabajar un individuo desde el pregrado para mejorar su capacidad de agencia y tener mejores posibilidades en el desarrollo de su ejercicio profesional y se presentan algunas experiencias de egresados a los que haber realizado actividades complementarias entorno a mejorar sus habilidades comunicativas les aportó en lograr su trabajo deseado.

El mercado laboral es un escenario al que muchos de los graduandos les genera ansiedad y expectativa, dado que particularmente el campo de la sociología no cuenta con un relato claro de las funciones y lugares en los que se puede desempeñar y en el que desde experiencias de algunos de los egresados pareciera que la sociología entra en un paquete que lo obliga a competir con profesiones como comunicadores sociales, trabajadores sociales, psicólogos, antropólogos y todas las disciplinas que tengan que ver con las humanidades. En consideración el sociólogo cuenta con una desventaja y es el imaginario que existe frente a la versatilidad que este tiene para adaptarse al entorno y para comunicar a diferentes públicos.

Como ya se ha construido una forma implícita de cómo nos comunicamos, en la que la simplicidad, la claridad y la capacidad de sintetizar son condiciones necesarias para captar la atención más fácilmente, se han dispuesto también espacios en los que se procura trabajar y mejorar estas habilidades, que desde el relato de egresados con carreras exitosas fueron parte crucial de su camino profesional. En la siguiente crónica se contempla una de las historias en las que esta preparación tuvo una incidencia más significativa.

6.2.1 Un paso más allá del título profesional

Martina a sus 16 años ya sabía que la forma para superar su condición socioeconómica era adquirir un título profesional, y aunque no sería fácil porque debería trabajar y estudiar tenía un proyecto de vida con una firme convicción de realizar. Se presentó y pasó a la Universidad de

Antioquia al pregrado de sociología, hecho que le colmó de alegría y que compartió con su familia cercana. Una vez empezó se esforzó porque su rendimiento académico fuera de los mejores, no escatimaba en dar lo mejor de sí, además buscaba tomar las materias con los profesores de mejor reputación, todo con el propósito de aprovechar todo lo que pudiera tomar del pregrado para ser una profesional sobresaliente y en pocas palabras, apostarle a mejorar su condición de vida y la de su hogar.

En los últimos semestres de la carrera comenzó a reflexionar que más allá del pregrado iba a requerir de otras cualidades para acceder a un buen trabajo. A partir de allí comenzó a tratar de resolver esas que consideraba sus mayores debilidades, empezando por su timidez para hablar en público. Así encontró un curso en el cual mediante ejercicios prácticos pudo mejorar esta habilidad comunicativa, de los ejercicios que más rememora consistió en grabarse a sí misma en una exposición de 3 minutos donde debía usar la menor cantidad de muletillas y palabras repetidas posibles, sorprendiéndole lo difícil que llegó a ser y el tiempo que le tardó completarlo, pero también que sería el ejercicio que la llevaría al lugar donde ahora está.

Otras de las actividades en las que incursionó para trabajar este aspecto fueron la presentación de ponencias, y la participación de otros lugares que le apasionaban como voluntariados en los cuales el trabajo con niñas y jóvenes, le permitió aprender nuevas formas de compartir un concepto complejo de manera asertiva, al buscar la mejor forma de transmitir el mensaje que deseaba.

De cada espacio siempre sacó algo más que le ayudaba a ganar seguridad. Una vez se graduó y posterior a la celebración por culminar esta etapa de su vida, retomó su propósito para con la profesionalización. El paso a seguir era conseguir un empleo donde pudiera superar su condición económica inicial, y de esta forma llegó a una oferta de ensueño, un buen salario, el horario deseado y un tipo de contrato que brindaba seguridad.

Para lograr entrar allí primero debió superar varios filtros, empezando por una entrevista grupal donde cada uno debía presentarse y responder una pregunta, allí se dio cuenta que ella era la única recién graduada y que competía con personas que ya tenían consigo varios años de experiencia, además de títulos con relación al cargo, sin embargo, sabía que la peor lucha es la que no se hace y cuando llegó su turno de hablar habló con la mayor soltura que pudo, centrada en demostrar que tenía gran capacidad de adaptación y curiosidad como investigadora.

Al finalizar la entrevista, fue a su madre a desahogarse y contar que había acabado de ver pasar el que hubiera podido ser el trabajo de su vida. Sorprendida quedó, se enteró que continuaba en el proceso, y que su nueva tarea era preparar en 3 minutos una presentación que les convenciera de su capacidad para presentar un tema específico. Después de saltar con euforia y celebrar este pequeñísimo paso, se fue manos a la obra y comenzó a preparar su idea y su presentación, y cuenta con mucha gracia que se debió aprender cada palabra que iba a decir para lograr culminar en el tiempo pensado, además de pasar jornadas frente al espejo exponiendo, de escucharse la exposición una y otra vez en la grabadora, hasta lograr la entonación y el conjunto de palabras con las que se sentía cómoda.

En pocas palabras, concluyó que todo su esfuerzo para manejar su timidez había surtido sus frutos y las técnicas aprendidas fueron las que le permitieron perfeccionar su presentación. De ahí vendría la noticia, -nos encantó tú presentación, eres la persona elegida para ser parte del equipo-. Se puede decir que este fue el comienzo de su nueva vida, la concreción de una meta que se había plasmado desde hacía varios años.

Una vez adentro reconoce que se debió dejar moldear, cambio los artículos científicos que había escrito por frases cortas, los conceptos por los resultados a la hora de exponer sus trabajos, el lenguaje científico por un lenguaje empresarial, ella se adaptó y continuó, y se siente orgullosa de haberlo logrado.

En esta crónica que parte de la historia de vida de una de las entrevistadas, se evidencia el rol crucial que tuvo para el logro de su primer empleo no solo su interés por tener un buen rendimiento académico, sino, el tener en mente un proyecto y pensar en función de qué estrategias encontraba eran necesarias para consolidarlo e incidir de alguna forma en factores que directamente no podía dominar, como la decisión del empleador.

Uno de los puntos esenciales de esta crónica se presenta en el interés que demostró Martina por prepararse para el momento de buscar empleo, reconociendo los aspectos que la podían limitar o condicionar, y llevando a cabo acciones que le posibilitaran cambiar esta condición. Referente a lo anterior, la capacidad de agencia de Martina es entendida desde la interiorización de prácticas, y la capacidad de apropiarlas y de hacerlas jugar en favor de sus proyectos.

Como segundo punto, se interpreta que los empleadores están procurando desde su sistema de selección identificar personas que posean tanto habilidades específicas profesionales, como

habilidades en este caso comunicativas que son esenciales para el desarrollo del cargo. Martina desde la entrevista, reconocía como un reto el hecho de abandonar los vicios adoptados durante el pregrado donde se valoraba en mayor medida la capacidad de usar un lenguaje abstraído, además de detallar la información, y llevar esto al otro extremo lo asumió como un proceso de adaptación al entorno actual.

Similar a esta historia, por parte de los demás entrevistados, se hicieron varias alusiones a la centralidad que consideraban tenía las habilidades comunicativas para la inserción al mercado laboral, además de la necesidad de que fuera un aspecto que no solo se reconociera e identificara una vez se ingresa al mercado laboral, sino que se concibe como un tema que hubieran valorado saber durante el pregrado, dado que si bien sienten que lograron surfear y habían intuido de alguna forma esta necesidad, consideran que sus historias pudieron ser diferentes en el caso de que no se hubieran preparado para enfrentarlas.

Se entiende que la capacidad de agencia si bien depende en gran medida de la conciencia que tiene el agente social, se valora y se encuentra una relación con los escenarios que advierten de las características que pueden tener los futuros espacios que van a enfrentar, es decir, el desconocimiento de esto puede a su vez limitar la capacidad de agencia de los graduandos.

6.3. Escenarios limitantes del mercado laboral

Reconocer y dimensionar las limitaciones que el entorno le pone al individuo aporta al conocimiento previo del campo e incide en la capacidad de una personas para generar estrategias que le permitan encaminar su acción hacia el resultado que busca, se hace relevante y necesario señalar los aspectos más retadores que encontraron en el campo laboral los entrevistados en términos de comunicación y las estrategias que estos desarrollaron para superarlas.

De esta forma se identifica como una de las barreras algunos prejuicios referente al sociólogo, entre los que se encuentran: que el sociólogo generalmente es una personas que suele utilizar un lenguaje retórico, mismo al que se apega como forma de dar validez y relevancia a sus argumentos, siendo una idea que afecta la percepción de versatilidad del profesional a la hora de contratarlo. Otro prejuicio que se identifica es que existe una idea de que el sociólogo tiene pocas habilidades para generar interacciones con grupos sociales diversos, considerando que su rol se ha centrado en la producción de conocimiento científico y poco menos en el trabajo de campo.

Adicionalmente, en los entornos laborales se ha comenzado a valorar la presencia de profesionales que poseen cierto sentido de la estética, pues actualmente se espera que un solo profesional supla varias labores, y la presentación de resultados, la interacción con comunidades, entre otros, suelen requerir de la creación de recursos visuales y del uso de material didáctico. Y particularmente, como elemento transversal del presente documento, se evalúa que la capacidad de adaptarse, demostrando tener capacidad síntesis y para manejar un lenguaje propio del espacio en el que esté participando.

Seguido, se presenta una crónica de una vivencia de uno de los entrevistados en el periodo de práctica y de la cual propone una reflexión, en la que si bien admira y era su deseo el ser sociólogo, considera que su propósito que es trabajar con proyectos de incidencia en comunidades no ha sido visto como parte del quehacer sociológico, y es considerado corresponde esta labor a otras disciplinas, sin embargo, desde su desenvolvimiento considera que la reflexión sociológica tiene mucho que aportar a estos espacios y no solo desde su análisis externo, sino en su participación.

6.3.1 *El lugar equivocado*

Las prácticas profesionales puede ser un espacio muy esperado para muchos, en el que se siente que finalmente va a aportar al mundo lo aprendido en su recorrido académico. Este es el caso de José, quien siendo una persona muy activa desde procesos comunitarios construyó una hoja de vida suficientemente interesante como para lograr un lugar de práctica con las Naciones Unidas, gran alegría la que sintió cuando supo que había sido el candidato elegido. Claramente no solo pesó el rendimiento académico que tenía en el pregrado, sino el interés que había demostrado tener en el tema que iban a trabajar. Adicional a eso, muchas personas lo reconocían por ser un gran orador, que siempre se veía involucrado en proyectos donde el trabajo con comunidades era el principal propósito, por lo que tenía gran experiencia en la interacción con diferentes grupos poblacionales.

El desarrollo de estas capacidades, reconoce José eran producto de un interés personal que lo habían llevado a interactuar en gran cantidad de espacios y públicos, y que también había adquirido en estudios previos que había realizado como *facilitador*, quien es una persona que desde la construcción conjunta con los grupos que trabaja, ayuda a crear formas de lograr los objetivos

que se proponen en el encuentro sin tomar partido, desde herramientas que le permitan una efectiva interacción con el grupo.

Con este escenario, José inicia sus prácticas y aunque siente que su pregrado de sociología era lo que necesitaba para participar, proporcionándole una voz crítica y capacidad de análisis, se dio rápidamente cuenta que sus colegas no lo veían así, siendo que algunos una vez se daban cuenta del pregrado le llegaron a cuestionar la pertinencia de su participación, poniéndolo en un lugar incómodo donde a diferencia de los demás, debía argumentar porqué era persona idónea para compartir este espacio con otros profesionales y no solo por sus conocimientos y habilidades previas, sino por las capacidades que como sociólogo ha adquirido.

En últimas, José recuerda con mucho cariño sus prácticas, pero no olvida que hay un imaginario de que los sociólogos carecen de habilidades para el trabajo directo con comunidades, en su reflexión siente que se ha visto al sociólogo como un profesional lejano y cuyo espacio predominante es la reflexión teórica y académica, y que aunque es sumamente valiosa, en cuanto no se encuentra cómo conectarla con las personas del común, se genera la idea de que sus conversaciones se limitan a escenarios académicos.

A partir de esta crónica, se evidencia una de las ideas que hay frente al sociólogo, que si bien no truncó la posibilidad de estar en este lugar, sí se muestra que fue su recorrido y experiencia en diferentes espacios lo que le permitió participar. Este prejuicio que identificó José en su ejercicio de práctica, también fue evidenciado desde la percepción que se tiene del profesional en sociología por parte del empleador entrevistado, que si bien no ha dejado que este prejuicio le limite a contratar sociólogos, sí le ha llevado a generar estrategias para reconocer desde el momento de la entrevista la idoneidad que para las funciones de su empresa tiene la persona a contratar. Dado ello es importante resaltar que uno de los calificativos con los que reconoce al sociólogo es que suele utilizar un lenguaje retórico, que viene con vicios desde el pregrado de expandir y complejizar demasiado las ideas y que en algunas ocasiones le cuesta adaptarse a otros espacios. De esta forma encuentra necesario y evalúa que las personas a su cargo puedan trabajar en equipo con profesionales de diferentes áreas, que pueda presentar información concreta y clara y tenga la capacidad de tener darse a entender para la fluidez del trabajo.

Conforme a lo anterior, un aspecto adicional que se evidencia es que la sociología es una disciplina que puede ampliarse a muchos escenarios, y en el que caben la realización de diferentes

propósitos, a lo que se han dado cuenta los egresados y les ha motivado a incursionar espacios diversos, se puede decir que han tomado en sus manos la labor de direccionar e intencionar su camino. A la pregunta de cómo y dónde se hace sociología, se citó a Wright Mills y *La Imaginación Sociológica*, mediante la cual se argumenta todo espacio social es susceptible de ser visto desde una mirada sociológica, por lo que este sería un profesional con la capacidad de anidar lo que pasa en su propia vida y su entorno con la sociedad y generar reflexiones que le aporten al lugar donde está.

6.4. Públicos diversos

Desde otro aspecto, un tema mencionado de relevancia para el ejercicio de la profesión, es la capacidad de interactuar con diferentes públicos y de reconocer la mejor forma de acercarse. En las historias narradas se mencionó las diferencias de trabajar con población rural, y con diferentes grupos de edad. Para quienes ya han tenido un amplio recorrido en el campo, señalan por ejemplo, que las entrevistas estructuradas con personas de zonas rurales no suelen ser bien aceptadas o limitan su disposición para brindar información significativa pues es un escenario que actúa como un cohesionador de la experiencia. Por el contrario, sugiere que apelar a estrategias cercanas a la cultura del territorio suele tener mejores resultados, siendo que le ha funcionado el uso de elementos propios de la cultura como las trovas, o apelar a herramientas metodológicas más participativas como la cartografía social, que consideran permite generar un ambiente de confianza, y lograr más fácilmente el propósito perseguido.

A continuación se aborda una crónica final que busca ilustrar los diferentes retos que trae el manejo de públicos diferenciados y se concluye con una lista de escenarios y estrategias narradas con el fin de construir un compilado de lo hallado y mostrar la usabilidad de trabajar las habilidades comunicativas para desenvolverse en el mundo profesional en el campo de la sociología.

6.4.1 Públicos diversos, mayores retos a la creatividad

La vida laboral de un profesional de sociología puede estar enmarcada en diversas áreas o escenarios y a su vez implica la interacción con diferentes públicos, en algunos casos públicos

académicos, interdisciplinarios, empresariales, incluso públicos que se dividen por edades, como niños, jóvenes y adultos mayores. Todo depende de las actividades a desarrollar.

Kelly en su ejercicio profesional se ha dado cuenta de que la capacidad para interactuar con diferentes públicos ha sido esencial para el desempeño de cada uno de sus cargos, y se ha dado cuenta que cada espacio requiere de un lenguaje y unas estrategias comunicativas adaptadas al contexto y que el camino para aprenderlas ha retado su capacidad de aprender nuevas formas de hacerse entender, es decir, de aprender primero las dinámicas propias del espacio al que va a llegar y luego encontrar las formas para aportar de forma que sea comprensible para todos.

Ella recuerda su primer trabajo con la universidad, como investigadora donde las largas conversaciones para construir marcos analíticos, la construcción de textos científicos y el dominio de conceptos, era lo que guiaba su quehacer. Como recién había logrado su grado, estas actividades ya se le habían hecho parte de sí por lo que no encontró dificultades para desempeñar este cargo.

Posterior, cuando se culminó el proyecto, encontró un segundo trabajo como impulsora de espacios dedicados a la ciencia y la innovación con Ruta N, sin embargo, allí los públicos con los que iba a interactuar, eran los representantes de instituciones educativas, organizaciones comunitarias, y demás organizaciones que aglutinaran poblaciones a las que se proponía incentivar a participar. Allí, se dio cuenta que las formas de escritura, el lenguaje que utilizaba y la forma en que le llegaba a las personas debía ser diferente, dado que, la intención era mostrarse como un actor cercano que hace que la ciencia sea vista como algo próximo, por lo que, presentar información en los formatos pensados específicamente para estos públicos era un reto para asumir. En suma, aprendió a diseñar talleres, textos y reuniones amenas a este nuevo entorno.

Una vez culminado este contrato, dio continuidad laborando como parte del grupo investigativo de una empresa privada. Allí, hubo un nuevo proceso de adaptación, en cuanto se dio cuenta que el mundo corporativo cuenta con poco tiempo y debía adaptar todos sus resultados a tres oraciones simples, contundentes y profundas, de las que debía dar cuenta en reuniones corporativas.

Kelly al pedirle reflexionar las diferentes formas de comunicación que se desarrollaban en cada uno de los escenarios en los que ha participado laboralmente, recuerda que como primero, desde la entrevista para optar al puesto de trabajo siente que evaluaron su capacidad para darse a entender, dado que estas estuvieron mediadas por actividades en las que se le pedía proponer ideas para abordar posibles escenarios de su quehacer. Y por otro lado, manifiesta que su capacidad para

adaptarse a cada uno de los espacios seguramente estuvo asociado a que siempre tuvo la idea de que si bien el uso del método y la teoría científica son esenciales para darle profundidad a las reflexiones que se realizan como socióloga, es importante reconocer que si su interés es dar a conocer estas reflexiones a su interlocutor, entonces deberá encontrar la estrategia adecuada para hacérselo saber, dado que el lenguaje científico sigue siendo ajeno a otros escenarios, o al menos, esta es su percepción y la de algunos de sus colegas. De esta forma, siente que su labor está en aprovechar el conocimiento sociológico para construir ideas, pero a su vez, en adaptar este conocimiento a un lenguaje propio de su grupo de interés.

Este último relato, da cuenta de varias estrategias comunicativas relacionadas con la diversidad de públicos a los que se puede enfrentar un sociólogo en su quehacer y donde se retoma la discusión de las diferencias que existen entre el lenguaje académico y las formas con las que mejor interacción se puede lograr con otros públicos.

En síntesis, se identifica que las formas de comunicación pueden variar de acuerdo a:

- Las relaciones intrínsecas que la modernidad ha propiciado, caracterizadas por la dificultad para capturar en un tiempo prolongado la atención de las personas, al estar enfrentadas a una sobresaturación de información, influenciado por la centralidad del uso de las redes sociales.
- El espacio en el que se encuentra y los formatos preestablecidos de comunicación, algunos ejemplos son la academia, las empresas y las diferentes organizaciones en las que se pueda incorporar el profesional.
- La territorialidad y la cultura propia del interlocutor, en el momento en que el profesional es quien busca ser escuchado o procura lograr tener algún tipo de información. Al respecto, la diversidad de formatos puede ser mayor en cuanto depende de la intencionalidad del profesional.
- La edad es otra característica que influye en el formato a utilizar, en cuanto el manejo de niños, adolescentes o personas mayores, trae consigo diferentes disposiciones y retos. La elección de la estrategia en este sentido puede ser determinante en cuanto busca lograr generar conexión y mantener la atención de estos públicos.

- Un ámbito que se pueden seguir explorando, es aquel que reflexiona a la comunicación estratégica como un entramado de acciones que se transversalizan por las emociones, aquí tomada muy en cuenta la empatía con el otro a la hora de la interacción.

7. Conclusiones

La forma en que se ha estructurado la sociedad actual ha traído consigo algunos de los retos que se anteponen al sociólogo profesional en su ingreso al mercado laboral, como la necesidad de demostrar habilidades y conocimientos en diferentes temas que le permitan desempeñar labores complementarias a sus funciones principales, es decir, se identifica una demanda de profesionales con conocimientos más holísticos e integrales. Así mismo, se encuentra que la celeridad y la inmediatez de la sociedad actual implica que se les exija a los profesionales poder resolver los contratiempos que surgen en el día a día con independencia.

Las habilidades comunicativas se han convertido en unos habilitadores para surfear la estructura social actual, en la que el desafío del entendimiento está puesto en el locutor y no tanto en el interlocutor, en otras palabras, el que presenta la información es el que debe procurar darse a entender. Esto sugiere un reto para el sociólogo en cuanto se espera mayor síntesis de sus aportes sin perder profundidad en sus análisis, ni dejar de lado el pensamiento crítico. Otro de los retos que se identifican refiere a la necesidad de una capacidad de adaptación y de reconocimiento de su entorno, en cuanto este es el que le brinda las pautas que deberá tener en cuenta para un efectivo desenvolvimiento. Este refiere en esencia a la apropiación de los lenguajes propios de su contexto que difieren en gran medida al lenguaje aprendido durante el pregrado.

Adicionalmente, aunque se han identificado prejuicios frente al quehacer del sociólogo, los profesionales han ido abriendo campos lo que les lleva a adquirir habilidades y ocupar cargos en los que predominaban otras disciplinas. Esto lo ha propiciado la agencia social de los sociólogos, que se ve beneficiada cuando se procura tener cuidado de adquirir y trabajar tanto habilidades duras como “blandas”, esto se evidencia en las referencias que los entrevistados realizaron de las actividades, espacios de participación y estudios que llevaron a cabo antes, durante y después del pregrado, en los que adquirieron conocimientos y habilidades complementarias a su profesión, construyeron redes de relaciones que ampliaron sus referentes y que fungieron de apoyo y les conectaron con enfoques e ideas diferentes a las de la universidad.

Cabe resaltar que no es dejar de lado el pensamiento sociológico, sino que son otras formas de presentar la sociología o de pensarse los escenarios donde se desempeña la sociología, son otros lugares para hacer sociología. Y por último, los entrevistados concluyen que tener capacidad

comunicativa abierta a los diferentes ámbitos empresariales, académicos y sociales les han permitido poder tener y crecer en sus empleos.

Referencias

- Beltrán, W. M. & Berrío Gil, D. (2016). Viviendo de la Sociología egresados de la Universidad Nacional de Colombia y mercados parciales de trabajo. *Sociedad Y Economía* (30), 121–146.
- Brand Monsalve, E. G., Álvarez Calle, E. &, Posso Serna, I. Y., Angarita Suárez, J. A y Londoño Arbeláez, K. (2021). Transformaciones más allá de la política pública de educación superior. El impacto de la formación profesional regionalizada de la Universidad de Antioquia. *Revista CS*, (34), 91-125. <https://doi.org/10.18046/recs.i34.4226>
- Brand, E., Moreno, L., & Gómez, K. (2019). Transformaciones generadas por la educación superior en la trayectoria de vida de los egresados de psicología de la Seccional Oriente de la Universidad de Antioquia. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 11(2), 45-75. doi: <https://doi.org/10.17533/udea.rp.v11n2a02>
- Campos, R. (2022). Including younger children in science-related issues using participatory and collaborative strategies: a pilot project on urban biodiversity. *Journal of Science Communication*, 21(02), N07. <https://doi.org/10.22323/2.21020807>
- Fretes Sigmund, G. B. & Jiménez Chaves, V. E. (2017). Comunicación visual científica en los Centros de Investigación de la Universidad Nacional del Este (UNE). *Academo*, 4(2), 21–30. <http://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/>
- Chigbu, U. (2019). Visually Hypothesising in Scientific Paper Writing: Confirming and Refuting Qualitative Research Hypotheses Using Diagrams. *Publications*, 7(1), 22. <https://doi.org/10.3390/publications7010022>
- Daza, S. & Arboleda, T. (2007). Comunicación pública de la ciencia y la tecnología en Colombia: ¿políticas para la democratización del conocimiento? *Signo Y Pensamiento*, XXVI (50).
- Elko, S., Velez, J. A., Corwin, M. & Keene, J. R. (2022). Rethinking patient–provider care through visual communication. *Visual Communication*, 21(1), 176–192. <https://doi.org/10.1177/1470357220915605>
- Forceville, C. (2014). Relevance Theory as model for analyzing visual and multimodal communication. *Handbooks of Communication Science*, (4), 51–70.
- Goyes, G. (2020). El valor social de la comunicación visual.: Reflexiones educativas de una formación disciplinar emergente. *Mediaciones*, 25(16), 348–361.
- Giddens, A. (2018). *Perfiles y críticas en teoría social*. Buenos Aires: Prometeo.
- Hameleers, M., Powell, T. E., van der Meer, T. G. & Bos, L. (2020). A Picture Paints a Thousand Lies? The Effects and Mechanisms of Multimodal Disinformation and Rebuttals Disseminated via Social Media. *Political Communication*, 37(2), 281–301. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1674979>
- Jenzen, O., Erhart, I., Eslen-Ziya, H., Korkut, U. & McGarry, A. (2021). The symbol of social media in contemporary protest: Twitter and the Gezi Park movement. *Convergence: The*

- International Journal of Research into New Media Technologies*, 27(2), 414–437. <https://doi.org/10.1177/1354856520933747>
- Klein, U. (2020). Seeing and communicating: photography and young male adults with Autism Spectrum Disorder. *Visual Communication*, 1-25. <https://doi.org/10.1177/1470357220917432>
- Kujur, F. & Singh, S. (2020). Visual Communication and Consumer-Brand Relationship on Social Networking Sites - Uses & Gratifications Theory Perspective. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 15(1), 0. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762020000100104>
- Lozano Medina, A. (2006). La comunicación (visual) vista desde la Sociología. Una aproximación. *Investigación Universitaria Multidisciplinaria*, 5(5), 51–56.
- Madrid Cánovas, S. (2008). Obscurum per obscurum. Lenguaje y ciencia en el Affaire Sokal. *ARBOR Ciencia, Pensamiento Y Cultura*(731), 529–537.
- O'Halloran, K. L. (2012). Análisis del discurso multimodal. *Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso* 12(1), 75-97. <https://acortar.link/hAigQe>
- Restrepo, T. (1996). Estudio sobre el perfil académico y profesional del egresado de sociología de la Universidad de Antioquia. CEO.
- Sautu, R. (2014). Agencia y estructura en la reproducción y cambio de las clases sociales. *Theomai* (29), 100-120. Recuperado de <http://revista-theomai.unq.edu.ar/NUMERO%2029/5-Sautu.pdf>
- Savoie, G. (2022). Turning the tide: crafting a collective narrative of the ocean through participatory media. *Journal of Science Communication*, 21(02), Y01. <https://doi.org/10.22323/2.21020401>
- Shkedy, G., Shkedy, D., Sandoval Norton, A. H., Fantaroni, G., Montes Castro, J., Sahagun, N. & Christopher, D. (2021). Visual Communication Analysis (VCA): Implementing self-determination theory and research-based practices in special education classrooms. *Cogent Psychology*, 8(1), Artículo 1875549. <https://doi.org/10.1080/23311908.2021.1875549>
- Sligo, F. X. & Tilley, E. (2011). When words fail us: using visual composites in research reporting. *Visual Communication*, 10(1), 63–85. <https://doi.org/10.1177/1470357210389538>
- Ståhl, M. & Kaihovirta, H. (2019). Exploring visual communication and competencies through interaction with images in social media. *Learning, Culture and Social Interaction*, 21, 250–266. <https://doi.org/10.1016/j.lcsi.2019.03.003>
- Stocchetti, M. (2017). Digital Visuality and Social Representation. Research Notes on the Visual Construction of meaning. *KOME*, 5(2), 38–56. <https://doi.org/10.17646/KOME.2017.23>
- Wilkinson, K. & Bennett, R. (2021). Impact of the design of visual communication supports on social interaction by individuals with Down syndrome. *Journal of Interactional Research in Communication Disorders*, 30–46. <https://doi.org/10.1558/jircd.19316>