

24/2

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

LA TAREA DE LA RADIO EN LA ORIENTACION EDUCATIVA

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

FABIO ARENAS BASURTO

DIRECTOR DE TESIS
GERARDO OJEDA CASTAÑEDA

MEXICO, D. F.

1988



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

INTRODUCCION	6
1. COMUNICACION Y ORIENTACION EDUCATIVA	12
1.1. Desinformación profesiográfica como fenómeno comunicativo	12
1.2. Comunicación en la orientación educativa	16
1.3. Orientación educativa como proceso de comunicación	21
1.4. Medios de difusión colectiva en la orientación educativa	24
1.5. Tarea de la radio en la orientación educativa	28
2. PAPEL DE LOS MEDIOS DE DIFUSION COLECTIVA EN EL DESARROLLO DE LA ORIENTACION EDUCATIVA	36
2.1. Antecedentes	36
2.2. Uso actual de los medios en instituciones educativas que desarrollan actividades de orientación educativa	44
2.2.1. Sistema Nacional de Orientación Educativa	44
2.2.2. Universidad Nacional Autónoma de México	48
2.2.3. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica	51
2.3. Programas radiofónicos de orientación educativa	54
2.4. Series que dedican programas a la orientación educativa	65

3. DISEÑO DEL PROYECTO RADIOFÓNICO	76
3.1. Antecedentes y justificación	78
3.2. Objetivos general y específicos	81
3.3. Definición de la serie radiofónica	83
3.3.1. Perfil de audiencia	83
3.3.2. Formato y estructura de los programas de la serie radiofónica	87
3.3.3. Personajes	96
3.3.4. Lenguaje radiofónico	98
3.3.5. Título de la serie radiofónica	100
3.3.6. Propuesta temática	102
3.3.7. Contenidos	106
3.3.8. Duración	109
3.3.9. Frecuencia	110
3.3.10. Costos	112
3.4. Guión piloto	112
3.5. Evaluación de la serie radiofónica	126
3.6. Aproximación metodológica de la evaluación de la serie radiofónica	127
CONCLUSIONES	132
ANEXOS	138
BIBLIOGRAFIA	160

INTRODUCCION

En diversas reuniones, ponencias, estudios e investigaciones se ha expresado con insistencia que la desigualdad social del país, se refleja, particularmente en el Sistema Educativo Nacional, en que no todos los jóvenes tienen las mismas oportunidades de estudiar.¹

De hecho, la distancia social que recorre un estudiante de clase baja para llegar a los niveles educativos posteriores al de secundaria es mayor que para aquel de una clase social pudiente. Por eso, en la mayoría de los casos, los hijos de obreros y campesinos interrumpen sus estudios y se incorporan tempranamente a una actividad que les remunere un salario y así, contribuir al sustento familiar.²

Sin embargo, miles de jóvenes desean superarse en lo académico y, a pesar de los escollos que les impone su procedencia socioeconómica, asumen el reto de realizar una carrera profesional. Muchos de ellos se rezagan en el camino y no precisamente porque no puedan sortear las limitaciones inherentes a su clase social. Es decir que, en la realidad del estudiante, hay un obstáculo adicional de carácter definitorio en la consecución de un título profesional: la desorientación educativa.

Este fenómeno social se percibe, desde el enfoque de la comunicación, como una deficiente o nula labor informativa sobre las opciones de educación existentes y de sus respectivos vínculos laborales. En el plano personal, dicho fenómeno se manifiesta por la carencia de información significativa y de

estímulos para elegir; lo que conduce, frecuentemente, a equivocarse de carrera y a la consiguiente frustración profesional. Esto sin soslayar otras implicaciones como la sobreoferta de ciertos profesionales que enfrentan el desempleo y el subempleo; el gasto económico educativo ajeno a la formación de recursos humanos socialmente necesarios; y la tendencia en el sector laboral de contratar personal extranjero, acentuando la dependencia del país de la tecnología foránea.

Recientemente, como respuesta a este fenómeno, en la actividad social denominada de orientación educativa se han emprendido estrategias diversas. Entre las cuales, destacan las de comunicación, donde el uso de los medios de difusión colectiva ha de ser comprendido y revalorado. Por ello, son pertinentes las aportaciones que al respecto ofrezcan los estudios de las ciencias de la comunicación.

En particular, y en tanto que hipótesis, el presente trabajo se ocupa de la radio, al suponer que, por su indiscutible potencial técnico y expresivo, se torna en un medio óptimo³ para la tarea de informar sobre alternativas de estudio, de manera simultánea, veraz y oportuna, a miles de estudiantes que están por decidir su futuro profesional. Quizá, tal hipótesis no quede totalmente demostrada por la falta de recursos y de tiempo necesarios para producir y evaluar en condiciones reales la propuesta de nuestro proyecto radiofónico, producto de la investigación documental y de campo desarrollados para esta tesis.

¿Por qué la elección de la radio y no de la televisión o los medios impresos? El argumento decisivo no es la superioridad de un medio sobre otro. La discusión sobre este tema resulta parcial

y estéril. En realidad, una visión global permite apreciar como los medios se complementan.

Pues bien, si el ideal en el trabajo teórico-práctico de la comunicación es definir la tarea de cada medio y su integración en estrategias multimedia de orientación educativa, el objetivo de esta tesis apunta a una propuesta de programas radiofónicos que brinden un servicio en este campo.

Hacia este ideal y como primer paso, está el conocer qué ha hecho y qué ha de hacer la radio en la tarea de ofrecer información sobre las alternativas de estudio que ofrece el Sistema Educativo Nacional.

Aquí cabe advertir que en la mayoría de los documentos examinados aparecen los términos de "orientación vocacional", sin embargo, en este trabajo se manejan los de "orientación educativa". Ya que, por tradición, lo vocacional ha connotado el descubrimiento de la "vocación" de los individuos a través de procedimientos psicológicos. Lo cual, ha sido motivo de atención de la misma psicología o incluso de otras ciencias sociales, pero que, en definitiva, queda fuera del objeto de estudio de esta investigación.

En este caso, la orientación educativa aborda, como más adelante se explicita, el fenómeno comunicativo de la desinformación profesiográfica de los educandos a través de procesos de comunicación individuales y colectivos.

Ahora bien, la presente tesis se ha estructurado textualmente de la siguiente forma:

El primer capítulo ubica la problemática de la desinformación profesiográfica como un fenómeno propio del ámbito comunicativo. Después, se precisan los nexos teóricos existentes entre la orientación educativa y la comunicación. Lo que permite describir a la primera como un proceso específico de producción y difusión de mensajes orientadores. Luego, de manera general, se define el papel de los medios de difusión colectiva en tal actividad. Se pasa entonces, al medio radiofónico, pormenorizando las tareas que le corresponden al prestar un servicio de orientación educativa.

Enriquece a este capítulo un anexo referente a la injerencia de la desinformación profesiográfica en las esferas educativa y laboral. También, como anexo, se presenta un glosario que comprende los términos comunicativos utilizados en la conformación de un marco teórico.

En el segundo capítulo, a partir de la investigación documental y de campo, se hace un examen retrospectivo del papel de la comunicación en la orientación educativa y se muestra cómo los diferentes medios de difusión colectiva se han implementado en esta actividad. Posteriormente, mediante la entrevista a ciertas autoridades de instituciones educativas, se argumenta sobre la trascendencia del uso actual de los medios en la elección de carrera. Finalmente, con la descripción de las principales series radiofónicas de orientación educativa, hasta hoy realizadas, se recogen las experiencias en la utilización de este medio.

El tercer y último capítulo tiene un carácter propositivo, ya que ofrece un proyecto radiofónico de orientación educativa, el cual asimila los criterios teóricos y prácticos expuestos en el transcurso del trabajo. Este capítulo incluye, de acuerdo al temario de tesis, una serie radiofónica y un programa a nivel de guión técnico como parte integrante del mencionado proyecto.

Cabe agregar que en el desafío de conformar esta tesis, fue determinante la solidaria y desinteresada colaboración de excelentes amigos para recabar materiales informativos diversos, asimilar opiniones y precisar ideas. Con el fin de compensar en parte esta deuda, doy mi agradecimiento a: Marta Romo y Patricia Kelly de Radio Educación, Fernando Chamizo y Abel Sosa de Radio UNAM, Mónica Elías Calles y Carlos Patiño del Sistema Nacional de Orientación Educativa, Javier Arévalo del Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica, Luis de Luna del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica, Irma Jiménez de la Dirección General de Orientación Vocacional de la UNAM, José Nava de la Dirección de Fomento Institucional de la Dirección General de Educación Superior, Rogelio Oliver de la Asociación Mexicana de Profesionales de la Orientación y, por supuesto, a Pilar Ramírez.

NOTAS

1. Sobre este tema remitirse a: Jaime Castrejón Díez, "Las bases sociales de la orientación", *Tercer Seminario Latinoamericano de Orientación Escolar y Profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, pp.22-25.

2. "Las reducciones del poder adquisitivo de la clase obrera y campesina, ...no sólo elevará el índice de deserción escolar, que en el nivel primario y preparatoria alcanza ya el 50 por ciento, sino que incluso aumentará el porcentaje de aspirantes que nunca se inscribirán por falta de recursos económicos...." ("Llegó a 50% la deserción en primarias y preparatorias", *La Jornada*, México, D.F., 3 de enero de 1983, p.6).

3. Kaplún enuncia las ventajas de la radio como difusor masivo, que en síntesis son:

- amplia difusión popular
- simultaneidad
- instantaneidad
- largo alcance
- bajo costo en comparación con otros medios
- acceso directo a los hogares de los destinatarios

(cfr. Mario Kaplún, *Producción de programas de radio. El guión la realización*, Quito, CIESPAL, 1978, p.48).

1. COMUNICACION Y ORIENTACION EDUCATIVA

1.1. Desinformación profesional como fenómeno comunicativo

La planeación del futuro profesional es una etapa que se presenta en la vida académica de cualquier estudiante, la cual reviste particular importancia en la elección de los estudios del nivel medio superior y superior.

Es precisamente, el paso de un nivel educativo a otro, lo que suscita cuestionamientos en el joven, tales como: ¿Qué estudios continuar después de la secundaria, del bachillerato o de la licenciatura? ¿Qué estudios ofrecen las instituciones escolares existentes? ¿Cuántas carreras hay? ¿En qué consisten? ¿Cuáles son los planes de estudio de cada carrera? ¿Cuáles son sus expectativas en el campo laboral y desarrollo profesional? ¿Dónde se ubican los planteles?, etcétera.

Por esta razón, en foros recientes de orientación educativa, se ha declarado que:

...uno de los problemas centrales que afectan a los estudiantes y a la misma universidad, es la insuficiente y tardía orientación vocacional, situación que, con pequeñas diferencias, podría extenderse a la mayoría de instituciones educativas de nivel superior (y medio superior) en las diferentes entidades del país.⁴

Esta situación agrava la incertidumbre de los estudiantes en su planeación profesional. Es común, en los egresados de los diferentes niveles escolares, el desconocimiento sobre las oportunidades de estudio, entre las cuales podrían elegir para proseguir su formación académica.²

Dicha desinformación se refleja claramente en la desarticulada e incompleta información profesiográfica de escuelas y carreras existentes; en la diversificación de los títulos de las profesiones; en la falta de conciencia y conocimiento de las necesidades de profesionales en la sociedad; en la reducción de la actividad orientadora a las consultas individuales y psicologistas al margen de lo social y; por último, en la información distorsionada por prejuicios y estereotipos atribuidos a ciertas profesiones.

La desinformación profesiográfica ha influido en forma negativa en la elección profesional u ocupacional de los jóvenes y ha interactuado, a su vez, con otros problemas de carácter económico, laboral, educativo, ideológico y demográfico, como se expone en los siguientes puntos:

1. Desvinculación entre la egresión de profesionales y la demanda social de éstos.

Los estudiantes no cuentan con información trascendente sobre las carreras de mayor demanda en el sector productivo. Dicha carencia informativa se manifiesta porque "no hay una orientación efectiva dirigida a grupos amplios que analice las carreras con mayor incidencia en los problemas actuales del país...".³

2. Desequilibrio por áreas del conocimiento en los distintos niveles educativos.

Esto significa la saturación de ciertas áreas disciplinarias. Por ejemplo, en el nivel superior casi el cincuenta por ciento de la matrícula lo cubren las ciencias sociales y las administrativas, mientras que las ingenierías y tecnologías, así como las exactas y naturales, concentran respectivamente, porcentajes menores.*

3. Deserción escolar, bajo rendimiento académico y cambio de carrera.

En muchos casos, los problemas citados, devienen como causa de una elección profesional fundamentada en elementos informativos insuficientes y divorciados de la realidad social del individuo. Por ejemplo, el elegir carrera sin conocer las materias que se cursan; tomar esta decisión de un día para otro, con base en referencias endebles; inscribirse a la misma disciplina que eligen los amigos o reducir el panorama profesional a una sola carrera sin el conocimiento de otras.²⁸

4. Crecimiento desmesurado de la demanda de educación superior y ausencia de servicios adecuados de orientación.

México sobresale por su alto porcentaje de jóvenes quienes, entre otras muchas necesidades, requieren de educación. Pero si a través de ella se han de tomar en cuenta las exigencias reales de la sociedad; resulta ante todo prioritario, informarles sobre el tipo de profesionales solicitados. Para lo cual, los servicios de orientación han de valerse de instrumentos idóneos que atiendan de manera individual, grupal y masiva a los estudiantes.

5. Elección profesional por el status.

En los educandos se ha generalizado la tendencia de elegir ciertas profesiones por los valores de éxito y de prestigio social que les atribuyen, por ejemplo ingeniería, medicina, leyes y ciencias de la comunicación.⁴

Versiones estereotipadas sobre carreras que la realidad contradice y que, sin embargo, redundan como válidas en telenovelas, películas, etcétera. El antídoto a esta situación lo configuraría una información objetiva sobre las diferentes profesiones que existen, incluyendo aquellas que es oportuno revalorizar socialmente como las carreras técnicas.

(Para mayor detalle sobre esta amplia problemática en que se circunscribe la orientación educativa ver el anexo 1).

Las autoridades educativas y el propio Estado son los responsables de lo que se haga o deje de hacer en torno a estos problemas. No obstante, hay que reconocer la participación y el compromiso que adquieren los estudiantes, los profesores, los padres de familia, los maestros, los orientadores, etcétera como integrantes de un conjunto social común, en la búsqueda de soluciones y propuestas.

Con vías a la solución del problema de la escasez informativa sobre la oferta y demanda de profesiones concierne directamente a una amplia labor de comunicación que se articule a la práctica orientadora.

En particular, a los comunicólogos en su quehacer profesional les toca abordar el fenómeno de la desinformación educativa. Sin olvidar, que los esfuerzos en esta dirección deberán acompañarse de un apoyo multidisciplinario que permita, al mismo tiempo, ventilar la problemática en sus diferentes facetas.

Ahora bien, no se puede dar lugar a soluciones prematuras de índole comunicativa sin el riesgo de incurrir en las improvisaciones y los equívocos. De modo que, como requisito indispensable, se han de precisar teóricamente los nexos entre la orientación educativa y la comunicación. Esto resulta más razonable si se considera el limitado número de autores que han escrito al respecto. Con este fin, a continuación, se aproxima un enfoque que articula las esferas mencionadas. Para tal efecto se retoman conceptos de comunicación que figuran en el glosario correspondiente (anexo 2).

1.2. Comunicación en la orientación educativa

Como se indicó anteriormente, la información profesiográfica tardía, irrelevante o escasa dificulta la elección correcta de los estudios subsiguientes a los de secundaria o bachillerato. Sin embargo, es necesario matizar este planteamiento.

De acuerdo a esta suposición, cuando el estudiante tiene acceso a información precisa y oportuna sobre las profesiones de nivel medio superior o superior le garantiza una decisión de carrera exitosa.

En realidad, una información completa ayuda sensiblemente al individuo a conocer lo que cada profesión le ofrece, solucionando así, parte del problema. Pero ello no es suficiente si se pondera la actitud que predomina en los adultos, en el contacto diario con los jóvenes, que estriba en que:

Al joven no le hemos enseñado a pensar y continuamos decidiendo por él, lo que ocasiona que siempre busque la opinión de los demás y se rija por la ley del menor esfuerzo.⁷

Tal afirmación se complementa con el siguiente punto de vista:

Desafortunadamente padres o maestros sin darnos cuenta sembramos la semilla de la inseguridad emocional y la inhibición de la curiosidad que inmoviliza la iniciativa personal, por considerar que la intervención de los jóvenes en la conversación adulta es impertinente.⁸

Sucede que en el origen del problema, además de la carencia informativa, interviene la forma que revisten los intercambios comunicativos entre los estudiantes y los emisores del discurso orientador; pensemos, en los maestros y orientadores.

En muchos casos, estos últimos, al comunicarse con los alumnos lo hacen a través de una relación vertical, desde el momento en que anteponen su rol como autoridades en la materia e imponen sus criterios con poco margen a la réplica del estudiante. Este inconveniente de no establecer un intercambio recíproco de

mensajes presupone serias limitaciones para el joven en la planeación de sus estudios, que en última instancia, es una faceta importante de su proyecto de vida.

A lo anterior, sumemos el hecho de que hay orientadores que ni siquiera cuentan con la información necesaria sobre la oferta y demanda educativas, lo que restringe, aún más, el panorama informativo del estudiante al respecto. En este sentido, él "...no tiene una conciencia crítica, porque carece de información suficiente que le muestre las diversas opciones del problema."⁹

El examen de las características que asume la interacción entre orientadores y orientados, conduce a concebir a la comunicación en la actividad orientadora desde otro ángulo. Es decir, como un proceso de concientización y de enriquecimiento perceptual del individuo.¹⁰

De concientización porque el perceptor es capaz de confrontar los diferentes mensajes orientadores con su realidad concreta. Y de enriquecimiento perceptual, ya que de los elementos que asimila de éstos y de su propia experiencia amplía su criterio sobre el contexto en el que vive.¹¹

De acuerdo a esta concepción comunicativa, es imprescindible que el perceptor participe activamente en la interpretación y comprensión de su realidad. De esta manera, el diálogo que establecen los emisores y los perceptores estará dirigida a la planeación de los estudios y a la elección de carrera. Con este objetivo, deberá estimularse la reflexión del estudiante "en un proceso de enfrentamiento activo con el contexto, que tiene lugar

sobre la base de conocimientos previos y produce un reordenamiento y una reestructuración de ideas."¹²

Esto supone que la elección de estudios se ha de fundamentar en el conocimiento real de la situación presente y futura de las profesiones dentro del contexto nacional; en la evaluación que haga cada estudiante de sus condiciones socioeconómicas para elegir determinada carrera;¹³ y, en lo posible, en la convergencia de gustos y preferencias personales con los requerimientos de recursos humanos para el desarrollo del país.¹⁴ Esta temática ha de alentar los diálogos entre emisores y receptores en un plano de igualdad comunicativa, de ambivalencia de roles. Es decir, mediante una comunicación bidireccional donde el emisor sea también receptor y viceversa.¹⁵

De esta manera no se comparte la concepción social que concibe al receptor como un ente pasivo, quien asimila mecánica y acríticamente mensajes que moldean su conducta. Bajo este supuesto se justificaría la persuasión, la inducción y el imponer al estudiante cierta carrera sin que problematice su realidad.¹⁶

En su dimensión más amplia, la orientación ayuda "al educando en su desarrollo como persona y actor social en un contexto histórico concreto"¹⁷. Como actor social establece compromisos con su comunidad y su nación; como persona tiene expectativas personales dirigidas a transformar su entorno académico, familiar, cultural, etcétera.

Por lo ya expuesto, se puede aproximar una definición de carácter operativo de la orientación educativa:

Es una actividad social, básicamente de comunicación, que se manifiesta como un proceso continuo de intercambio recíproco y dialógico de informaciones, conocimientos y experiencias entre orientadores y estudiantes, encaminado al auxilio de estos últimos en:

1. la agilización del aprendizaje mediante técnicas y hábitos de estudio;
2. la integración o adaptación escolar al atender casos de bajo rendimiento académico, reprobación y cambio de carrera;
3. el conocimiento del quehacer científico y tecnológico a través de la divulgación; y
4. la elección de carrera por medio de información cuantitativa y cualitativa del desarrollo económico-social del país, especialmente de la oferta y demanda de estudios y trabajos.

La presente tesis se limita al cuarto aspecto, en el cual se considera necesaria una actitud conciente y crítica tanto de emisores como de perceptores frente a esta información. Implica, en consecuencia, evaluar los intereses y posibilidades de estudio de cada individuo y los requerimientos de recursos humanos científicos y tecnológicos del país.^{1*}

De aquí, se desprende que la información ha de tener un carácter formativo. En la medida en que los estudiantes articulen los datos referentes a las profesiones a un análisis de lo que desean ser y las posibilidades que les ofrece su entorno social. Para

colaborar hacia este propósito, se han de tener en cuenta los siguientes renglones en la tarea comunicativa:

-Proporcionar a los estudiantes información sobre las opciones académicas que ofrece el Sistema Educativo Nacional y del comportamiento de cada una de ellas en el contexto socioeconómico.

-Contribuir hacia una distribución racional entre los diversos niveles, tipos y modalidades educativas que se imparten. Por lo tanto, se han de impulsar preferentemente las carreras técnicas, tecnológicas y el posgrado, así como las ciencias exactas y naturales, las agropecuarias, las ingenierías y tecnologías.

-Apoyar la desconcentración de la educación a través de fomentar el arraigo al lugar de origen de los estudiantes, generando información sobre las características y potencialidades de su entorno geográfico e impulsando las áreas prioritarias para el desarrollo local, estatal y regional.

1.3. Orientación educativa como proceso de comunicación

Una vez admitido que la orientación educativa se manifiesta como un proceso determinado de comunicación, resulta imprescindible definirlo.

Con la intención de ayudar al estudiante en la planeación de sus estudios, los elementos comunicativos en los procesos orientadores adquieren la dinámica y la vinculación que enseguida se expresan.

Los emisores del proceso lo constituyen, por antonomasia, los orientadores de las escuelas. No obstante, otros profesionales colaboran con ellos, es el caso de los comunicólogos que mediante la recopilación, sistematización y procesamiento de información primordial sobre la oferta y demanda educativas producen mensajes orientadores.¹⁷

A su vez, con este mismo fin confluyen las experiencias de sociólogos, economistas, psicólogos, etcétera para realizar investigaciones sobre:

a) la evolución en el corto y mediano plazos de la oferta y demanda de los egresados de los diversos niveles (capacitación, medio superior, superior, etcétera) y modalidades (profesional técnico, tecnólogo, licenciatura, etcétera) del Sistema Educativo Nacional;

b) las oportunidades y perspectivas que ofrece este sistema; y

c) la determinación de los elementos que inciden en la elección de opciones por parte de los estudiantes.

La finalidad de esta información es hacerla llegar básicamente a los estudiantes, es decir a los receptores o destinatarios²⁰; por lo tanto, basándose en el conocimiento y necesidades de éstos, se han de elaborar mensajes adecuados, claros, precisos y confiables.

Lo anterior sin olvidar que, de acuerdo a los diferentes medios y

recursos a utilizar, los mensajes orientadores requieren del tratamiento adecuado. Téngase en consideración que el medio sea impreso o audiovisual:

impone ciertas características a los mensajes....

Existe una relación distinta del público con uno y otro tipo de medio, lo que condiciona directamente la estructura del mensaje.²¹

Una vez elaborados los mensajes, su distribución, transmisión y difusión puede efectuarse a través de:

-la comunicación interpersonal y grupal que se efectúa, de cara a cara, entre el orientador y el estudiante.

Ambos se apoyan en los materiales audiovisuales o impresos sobre los servicios y oportunidades académicas. Y establecen el diálogo para confrontar la información con las condiciones propias de cada educando, así como con las sociales. Este intercambio se enriquece con la experiencia y la capacidad profesional del orientador.

-la comunicación masiva que es factible mediante el uso de los medios de difusión colectiva para orientar a grupos numerosos de estudiantes:

Medios impresos: folletos, libros, revistas, prensa diaria, periódicos murales y carteles.

Medios audiovisuales: radio, televisión y cine.

Los medios se convierten así, en instrumentos de orientación educativa como portadores de diversos mensajes sobre las instituciones escolares, al mismo tiempo que sirven de apoyo y consulta a las labores del orientador.

Pero para el concurso de estos medios en la orientación educativa hay que aceptar que cada uno de ellos tiene características y dinámica propias. No se puede trabajar de manera indistinta entre un medio impreso y uno electrónico. No obstante, se pueden precisar algunas pautas generales para su utilización.

1.4. Medios de difusión colectiva en la orientación educativa

Ante el acelerado crecimiento de la población estudiantil; el consecuente aumento de disciplinas científicas, técnicas y humanísticas; y la imposibilidad de la atención directa al educando se ha tenido que recurrir a medios informativos de amplia cobertura para auxiliar a los jóvenes en los procesos de elección.

Gracias a los medios de difusión colectiva, inclúyase la radio, la televisión y los medios impresos, se rebasa el entorno educativo y a la población puramente estudiantil; se llega así, a los padres de familia, los maestros, las autoridades educativas, los profesionistas en ejercicio, los empresarios y público en general.

Este argumento justifica cualquier acercamiento al uso de los medios como instrumentos valiosos en la solución de problemas

sociales. Pero además de este criterio cuantitativo de los medios como difusores masivos, se detectan otros de comunicación más específicos para la labor orientadora.

Para explicarlos, hay que asentar que la elección de estudios no es un fenómeno comunicativo de tipo personal;²² aun cuando el último objetivo sea el estudiante, la orientación debe estar abarcando aquellos ámbitos donde se genera el propio proceso, concretamente, en la comunidad abierta.

En este punto es precisa la opinión de Oliver, cuando dice:

La elección de un plan de vida es a todas luces una duda familiar; pero, es también (o debe ser) un acto de independencia; es decir, de voluntad personal; por tanto de fortalecimiento de la personalidad.²³

En esta cita destacan dos planteamientos que se confirman sobre todo en las vivencias de quienes egresan de secundaria. Por un lado, se indica que en la planeación de los estudios del joven inciden las opiniones de los familiares y por extensión la de los amigos, los vecinos, los compañeros de clase, entre otras personas. Lo que supone que la orientación no es un fenómeno exclusivo del ámbito escolar.

Por otra lado, este autor enfatiza la autonomía que debe acompañar la elección profesional. Sin embargo, como se mencionó, en esta decisión influyen los intercambios comunicativos donde diferentes interlocutores, especialistas o no, fungen como asesores del estudiante.

En estos intercambios los medios adquieren una función primordial. Al utilizarlos adecuadamente colaboran a concientizar y sensibilizar a los perceptores tanto para que no permanezcan indiferentes ante la desorientación como para que eviten las conversaciones autoritarias e impositivas y el manejo de estereotipos e imágenes falsas sobre las carreras. De esto no hay que inferir que la utilización del medio supla al orientador; por el contrario, como se apuntó antes, complementa sus labores.

Por otra parte, se reconoce que "el lugar social de la ideología radica primordialmente en la amplia red de medios masivos".²⁴ De esta forma, cualquier mensaje por televisión o radio transmite a los destinatarios una carga informativa ideológica que refuerza valores y actitudes.²⁵ Tal razonamiento amerita dos aclaraciones:

Primera. La influencia que ejercen los medios es relativa. No es cierto que a un mensaje le siga una reacción o un cambio uniforme en la vida de los perceptores.²⁶ Ni mucho menos que de los medios dependa la reproducción de las relaciones sociales. Es, entonces, inconsistente admitir los efectos nocivos o positivos del mero discurso que transmiten los medios sobre el comportamiento del individuo o de los sectores sociales.

Segunda. Los procesos de la formación de la conciencia no se determinan por el discurso manipulador de los medios. Sus mistificadores se olvidan del contexto real, específico, en que el discurso circula. No toman en cuenta que el joven puede decodificar críticamente los mensajes mediante la comparación de lo que le dicen como "verdadero" y lo que él vive cotidianamente, en su actividad concreta, en su comunidad.

Por este motivo, una estrategia comunicativa a través de los medios tendrá resonancia en el público cuando éste, en su diario acontecer, tiene una predisposición a la situación que se quiere generar.²⁷

Pero ¿cuál es la situación que se quiere generar? Pues una en la que los jóvenes recurran a los diferentes servicios de orientación educativa para obtener mayores elementos informativos sobre las carreras existentes. Con ello se facilita la revisión y comparación de las opciones de estudio desde varios puntos de vista. Así, a manera de ejemplo, un estudiante que desea estudiar una carrera a nivel licenciatura y se entera de lo onerosa que resulta puede elegir una carrera de la misma área pero a nivel de profesional técnico y de menor costo; o se trata de una carrera sumamente solicitada y con pocas oportunidades para trabajar, entonces, puede escoger una similar en cuanto al plan de estudios y no tan saturada.

De tal suerte que lo importante en las acciones emprendidas a través de los medios de difusión colectiva, combatan la desorientación profesiográfica y encaucen la crítica de quienes viven la incertidumbre en la elección de carrera. Naturalmente, el emisor ha de evaluar la recepción de sus mensajes para reorientar su producción de acuerdo a las necesidades de los estudiantes.

Desde este enfoque, se desecha nuevamente la tendencia vertical, persuasivo-difusionista, que califica la eficacia de los medios por el número de respuestas favorables que consiguen.²⁸

1.5. Tarea de la radio en la orientación educativa

No hay que olvidar que la radio más allá de mero instrumento tecnológico, adquiere funciones de comunicación determinadas por el contexto social. Así pues, en México prevalece el modelo radiofónico comercial, el cual concuerda con la intención de lucro de una minoría social dominante.

Por fortuna, en el panorama actual radiofónico hay esfuerzos con otra intencionalidad, como es el caso de radiodifusoras culturales, cuyos programas antepone los intereses del pueblo para satisfacer las necesidades de educación, orientación y cultura.

En orientación se persigue el uso de la radio con un criterio social, mediante el aprovechamiento de sus potencialidades y respondiendo a las necesidades de comunicación de los estudiantes.

Bajo este objetivo se plantea que el uso de la radio en la orientación debe incitar a la comunicación participativa, cuya premisa al comunicar es hacer pensar al perceptor acerca de la problemática que implica la planeación de sus estudios.

Como justamente señala Oliver, el primer asunto a cuestionar en la elección de carrera ha de ser el que cada estudiante defina el por qué y para qué estudiar.²⁷

En un sentido más amplio la tarea radiofónica será:

-Dar al joven elementos informativos que le permitan evaluar la importancia actual de las carreras y en particular de las técnicas y tecnológicas.

-Sugerirle que amplíe por los medios disponibles la información profesiográfica.

-Invitarlo a que discuta sus puntos de vista, conozca su situación personal y las necesidades de su entorno social. Y a partir de aquí, decida por sí mismo su profesión.

Con respecto a la unidireccionalidad técnica de la radio es una limitación que se puede contrarrestar -más no eliminar-, concretando el planteamiento de participación. Así, en los procesos comunicativos que reviste la orientación, se entiende al destinatario como el punto de partida, es decir, fuente primaria de información para el diseño de mensajes.

El productor de programas radiofónicos ha de recoger las inquietudes y las dudas reales de los destinatarios y de aquí, elaborar los mensajes, sumando a ellos su experiencia, capacidad de análisis social, dominio del medio y valiéndose de las aportaciones de otros especialistas.

En este sentido, el esquema general de los procesos radiofónicos de orientación se representa de la siguiente forma:³⁰

experiencias	formulación
DESTINATARIO-----	COMUNICADOR-----
necesidades	interpreta

Se parte del conocimiento del destinatario para llegar nuevamente a él.

No es menos cierto que la utilización improvisada y asistemática de la radio resulta en vano, o en el caso extremo, contraproducente, porque puede declinar en programas de orientación aburridos y descontextualizados.

Por lo anotado, es importante no perder de vista los siguientes lineamientos en la producción de programas:³¹

- Que estimulen un proceso en el auditorio. Más que la transmisión mecánica de conocimientos o perseguir resultados inmediatos.
- Que ayuden al oyente a que tome conciencia de su realidad concreta, física y social; a que se integre a esa realidad, partiendo de su particular problemática, de su situación vivencial.
- Que faciliten los elementos para comprender y problematizar esa realidad.
- Que estimulen el raciocinio y la reflexión.
- Que compartan los intereses de la comunidad.
- Que estimulen el diálogo y la participación. Por lo cual, hay que facilitar la participación directa de los oyentes.

- Que acentúen los valores de solidaridad y cooperación.
- Que estimulen el desarrollo de la conciencia crítica y la toma de decisiones autónomas, maduras y responsables.
- Que permitan al oyente considerar su valor y dignidad como persona.

En el mismo sentido, la mayor o menor eficacia del mensaje radiofónico dependerá de los siguientes factores:³²

1. Ser interesante y atractivo sin requerir por parte del oyente excesiva concentración.
2. Estimular la imaginación a través de imágenes auditivas.
3. Utilizar los recursos expresivos de la palabra, la música y los sonidos.
4. Establecer una relación afectiva. Despertar el intelecto y la sensibilidad del oyente.
5. Desarrollar la empatía: que el oyente se sienta representado en el programa.
6. Partir del contexto cultural y de las inquietudes de los radioescuchas.
7. Manejar elementos de identificación.
8. Transmitir pocos conceptos, reiterarlos, evitando la monotonía.

9. Utilizar técnicas creativas.

Es cierto que la comunicación colectiva por la radio resulta más compleja que la interpersonal. Se comunica de manera indirecta porque el destinatario no está de cara a cara con el comunicador. Además, la audiencia es heterogénea, consta de muchos individuos distintos en la personalidad, las creencias, las ideologías, etcétera.³³

Esto exige diseñar con sumo cuidado un proyecto radiofónico, partiendo de un conocimiento lo más aproximado del público destinatario.

En conclusión, en el terreno de la orientación y por la naturaleza comunicativa de esta actividad hay que asentar que la producción de mensajes y su difusión han de tener un carácter permanente. La continuidad en los contactos de comunicación hace posible llegar a públicos heterogéneos. Por eso es necesaria una estrategia multimedia, utilizando todos y cada uno de los medios de difusión colectiva que existen en el país.

En este sentido parafraseando a Prieto Castillo, una campaña por sí misma no asegura un cambio de actitudes, sí en cambio sensibiliza y concientiza a la comunidad acerca de los problemas.³⁴

Antes de abordar el proyecto radiofónico conviene investigar en forma retrospectiva y general las experiencias con los medios de difusión colectiva y, en especial, con respecto a la radio.

NOTAS

1. Jorge Paniagua, "Algunas consideraciones de la orientación escolar y profesional para las carreras de ingeniería", *Tercer Seminario Latinoamericano de Orientación Escolar y Profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, p.81.

2. Para 1984, existían aproximadamente ciento cincuenta nombres de carreras técnicas y mil trecientas de universitarias. (Mónica Elías Calles, "La orientación en la revolución educativa", *Tercer Seminario Latinoamericano de Orientación Escolar y Profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, p.103).

3. "No hay orientación sobre posgrados y especializaciones de la UNAM", *La Jornada*, México, D.F., 16 de junio de 1988, p.5.

4. "En 1985, ...las licenciaturas en medicina, derecho, administración, contaduría y odontología concentraban el 36% de la matrícula; mientras que áreas como la agropecuaria y de ingenierías y tecnologías, llegó al 23%; y las administrativas el 44%, frente al 3% en ciencias naturales y exactas." (María Esther Ibarra, "Decide la SEP que se encojan las universidades", *Proceso*, Núm.517, 29 de septiembre de 1986, p.19).

5. Otras causas de estos problemas son: "la problemática familiar, sus necesidades económicas, su manera de concebir el mundo, sus creencias y tendencias, su situación económica y su pertenencia social...." (Fabio Arenas, *Entrevista con Javier Arévalo Z.*, Director de Comunicación del Consejo del Sistema Nacional de Educación, México, D.F., 3 de agosto de 1987).

6. Sobre la imagen de prestigio en torno a la carrera de ciencias de la comunicación es ilustrativo el artículo de: Juan Marcial, "Arquetipo de prestigio, espejismo de aspirantes", *Gaceta UNAM*, UNAM, 24 de agosto de 1987, pp.16-17.

7. Guillermina Baena Paz, "La comunicación educativa como respuesta", *La comunicación educativa*, México, SEP/COSNET, 1985, p.46.

8. Rogelio Oliver Hernández, *La opción Inteligente. Las carreras cortas en México*, México, Limusa, 1984, p.20.

9. Guillermina Baena Paz, *Ob. cit.*, p.46.

10. Daniel Prieto Castillo, *Elementos para el análisis de mensajes*, México, ILCE, 1982, p.13.

11. *Idea*.

12. Ana Meléndez Crespo, "La educación y la comunicación en México", *La comunicación educativa*, México, SEP/COSNET, 1985, p.38.
13. A nivel superior existen carreras muy costosas, por ejemplo, odontología, diseño gráfico, arquitectura, medicina, entre otras.
14. "No es posible formar exclusivamente para los requerimientos del mercado de trabajo sin violar vocaciones y libres elecciones." (Emanuel Méndez Palma, "Proyecto del Sistema Nacional de Orientación Educativa", *Tercer Seminario Iberoamericano de Orientación Escolar y Profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, p.11).
15. "...consideramos como ideal un proceso de comunicación en el que lo fundamental es la participación del perceptor, su capacidad de interpretación, su enriquecimiento perceptual, su ejercitación en el análisis de conceptos, de imágenes, de situaciones...." (Daniel Prieto Castillo, *Elementos para el análisis de mensajes*, México, ILCE, 1982, p.13).
16. "...lo que sucede en la mayor parte de los casos es una inducción semiconsciente desde temprana edad. El entorno del niño se encuentra poblado por múltiples formas de valorar un área del conocimiento o una actividad por encima de otras, ya sea a través de palabras, libros o por el ejemplo de familiares y maestros." (Gabriela Urquiza, "El qué hacer", *ICYT Información Científica y Tecnológica*, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Vol.10, Núm.140, mayo de 1988, p.37).
17. "Relatoria y conclusiones". *Tercer Seminario Iberoamericano de Orientación Escolar y Profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, p.497.
18. Dentro de este enfoque comunicativo no corresponde el estudio de la personalidad del estudiante en la detección de sus habilidades y aptitudes. Esta dimensión es propia de la investigación educativa, pedagógica y psicológica.
19. Así, por ejemplo, la información dispersa sobre profesiones de nivel medio superior se sistematiza en un catálogo, a través del cual se agrupan las carreras con diferente denominación que coinciden en el mismo plan de estudios, indicando, además, ubicación de planteles, requisitos de ingreso, duración, perfil profesional, etcétera.
20. Los destinatarios también pueden ser los padres de familia, los maestros, los orientadores, los profesionistas y los empleadores. Ello depende del auditorio al cual el comunicador quiere llegar.

21. Daniel Prieto Castillo, *Diseño y comunicación*, México, UAM Unidad Xochimilco, 1982, p.127.

22. La desorientación en el plano académico es una faceta de la adolescencia, la cual, como aquella, "...no es un proceso aislado en la vida de un individuo, sino un suceso particular inscrito en el contexto de las relaciones familiares, sociales, culturales, geográficas, etcétera; es decir, la relación del sujeto con su realidad, con su intimidad y su colectividad." (José Angel Leyva, "Adolescencia: un bache generacional", *ICYT Información Científica y Tecnológica*, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Núm.140, mayo de 1988, p.19).

23. Rogelio Oliver Hernández, *Ob. cit.*, p.19.

24. Alma Rosa Alva de la Selva, *Radio e ideología*, México, Ediciones Caballito, 1982, p.15.

25. *Idem.*

26. Daniel Prieto Castillo, *Diseño y comunicación*, México, UAM Unidad Xochimilco, 1982, p.129.

27. *Idem.*

28. Mario Kaplún, *Producción de programas de radio. El guión - la realización*, Quito, CIESPAL, 1978, pp.28-29.

29. Rogelio Oliver Hernández, *Ob. cit.*, p.25.

30. Mario Kaplún, *Ob. cit.*, p.122.

31. *Ibidem*, p.36.

32. *Ibidem*, p.73.

33. *Ibidem*, p.100.

34. Daniel Prieto, *Diseño y comunicación*, México, UAM Unidad Xochimilco, 1982, p.132.

2. PAPEL DE LOS MEDIOS DE DIFUSION COLECTIVA EN EL DESARROLLO DE LA ORIENTACION EDUCATIVA

2.1. Antecedentes

En sentido estricto, la orientación educativa es un enfoque de reciente factura. En el contexto histórico nacional, sus antecedentes se ubican en el inicio y desarrollo de la orientación de tipo vocacional, que se ha caracterizado por una marcada influencia psicológica.

De esta manera, la orientación vocacional se ha dedicado, en lo fundamental, al perfeccionamiento de la medición de capacidades y aptitudes personales con el fin de conocer y encauzar la vocación del estudiante hacia determinada profesión u oficio.¹ Bajo esta pauta, en el año de 1925, tuvo lugar el primer servicio formal de orientación vocacional en México, mediante la creación del Departamento de Psicología e Higiene Mental a cargo de la Secretaría de Educación Pública (SEP).²

En el mismo año, en las escuelas secundarias se ofreció un servicio individual de orientación vocacional al cual se le dió un carácter práctico, ya que a partir de los intereses y aptitudes del estudiante, se le enseñaba una ocupación en talleres establecidos dentro de los planteles.³

En 1926, inició sus labores la Sección de Orientación Educativa y Vocacional perteneciente al Departamento Técnico de Segunda Enseñanza.⁴

A partir de 1932, en la Escuela Preparatoria Técnica se brindó un servicio de orientación vocacional semejante al de las escuelas secundarias antes descrito.⁵

También en este año se creó dentro de la educación militar un laboratorio de psicotecnia, cuya finalidad fue seleccionar a los aspirantes para las diferentes especialidades militares.⁶

Durante este periodo, la orientación vocacional que se ofrecía en las escuelas como un servicio de atención individual, se manifestaba como un proceso de comunicación, el cual se establecía, en esencia, entre dos actores claramente identificados; por una parte, el orientador como el elemento emisor, y por otra, el orientado como el elemento receptor de la interacción comunicativa de cara a cara.

Sin embargo, en 1933, en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), cobra relevancia la orientación vocacional que incluye la modalidad de atención por grupos, la cual se concibe como un nuevo proceso comunicativo en el que intervienen varios perceptores frente a un emisor. Esto, a partir de la organización de un ciclo de conferencias informativas y la creación del Departamento de Psicopedagogía.⁷

Poco después se funda el Instituto Nacional de Pedagogía, a cargo de la SEP, dedicado, entre otras actividades, a proporcionar el servicio de orientación profesional.⁸

Por los mismos años, la Escuela Nacional de Maestros inició sus labores formales de orientación, a través de un laboratorio para el nivel medio de enseñanza.⁹

En los inicios de los años cuarenta, se contaba ya con la preparación de especialistas en la orientación, egresados tanto de

la carrera de psicología de la UNAM, como de la especialización de técnicas de la educación de la Escuela Normal Superior, quienes prestaban sus servicios en diversas instituciones educativas.¹⁰

Por otra parte, en diferentes e importantes centros laborales, tales como el Banco de México, Teléfonos de México, Banco de Comercio, Ferrocarriles Nacionales, etcótera, se desarrollaron actividades para seleccionar y clasificar personal, de las que se desprendieron importantes estudios para la orientación con carácter profesional.¹¹

En la década siguiente, se reestructuraron las tareas de orientación en las secundarias, en el Instituto Politécnico Nacional (IPN), en el Instituto Nacional de Pedagogía y en la UNAM. También se inició la orientación dirigida a la educación rural. En esos años se organizó la mejor preparación de especialistas y se crearon centros de orientación en escuelas particulares. En instituciones de educación especializada, como el Centro Internacional de Aviación Civil, se fundaron unidades de orientación y selección profesional.¹²

En lo hasta aquí reseñado sobre orientación vocacional no aparece ninguna referencia al uso de los medios de difusión colectiva (radio, prensa y cine) como instrumentos auxiliares en el ejercicio del orientador. No fue sino hasta 1955 cuando se editó, en la UNAM, la primera guía de carreras denominada "Las profesiones universitarias". Este es el primer medio impreso de carácter colectivo del que se tiene noticia.¹³

Posteriormente, se extienden a nivel nacional los servicios de orientación vocacional en varias instituciones educativas: en el

Distrito Federal se establece el servicio de Psicopedagogía de la UNAM, aproximadamente en 1957; el Departamento de Orientación de la Escuela Nacional Preparatoria, en 1958; el Departamento de Orientación y Servicios Sociales del Instituto Nacional de Protección a la Infancia; el Servicio de Orientación Escolar y Profesional de la Dirección General de Enseñanzas Tecnológicas Industriales y Comerciales; y en los estados, los departamentos de las universidades de Guadalajara, Nuevo León y Guanajuato.¹⁴

Por iniciativa de la Universidad Iberoamericana, se funda en 1962 el Centro de Orientación que prestaba servicios de orientación vocacional y profesional, tanto en aspectos de enseñanza como de investigación. Centros similares se establecen en el Instituto Patria, en las universidades de las Américas, La Salle y Femenina de México, entre otras. Este tipo de orientación se generalizó también en instituciones educativas estatales de Coahuila y Nuevo León.¹⁵

Aun cuando evidentemente el móvil fue incrementar el número de alumnos con fines lucrativos, las escuelas privadas proporcionaron el servicio de orientación vocacional por medio de personal especializado a otras instituciones educativas que lo solicitaban.¹⁶

En 1962 egresó la primera generación de maestros orientadores de la Escuela Normal Superior, y se amplió el servicio a todas las secundarias del Distrito Federal.¹⁷

En los sesentas se refuerza la investigación en torno a orientación desde un enfoque psicopedagógico. Además cabe resaltar que el servicio en esta materia, en ciertas instituciones

educativas, consideró aspectos de la realidad ocupacional como la oferta y demanda de trabajo; en este sentido operó el Departamento de Orientación, creado en 1956, dependiente del IPN.¹⁶

Diez años después, con la puesta en marcha de la Comisión Técnica de Planeación Universitaria aumenta el interés por la adecuación del desarrollo de la UNAM y las demandas educativas y laborales. No obstante, esto no se concretó en información a través de medios impresos o audiovisuales que la hicieran accesible al público en general.

Sin duda alguna, el acontecimiento más importante en la década de los sesenta lo constituyó el establecimiento del primer órgano oficial de carácter nacional denominado Servicio Nacional de Orientación Vocacional (SNOV), dependiente de la SEP, en 1966.¹⁷

Es en el SNOV donde por primera vez se menciona de manera formal a los medios de difusión colectiva dirigidos a la labor orientadora:

...se hizo patente la relevancia concedida a la orientación... del Servicio Nacional de Orientación Vocacional con medios de difusión masiva a nivel nacional para comunicar mensajes de tipo vocacional, oportunidades educativas y áreas ocupacionales.²⁰

Sin embargo, hasta la desaparición del SNOV, más o menos en 1980, nunca maduró una efectiva estrategia de comunicación que hiciera de los diferentes medios los instrumentos idóneos para complementar la actividad de los orientadores. De tal forma que

la aportación más valiosa de este organismo fue la captura de información sobre las opciones educativas en el país, que se tradujo en la elaboración y distribución, en los setenta, del primer catálogo nacional con información clasificada por entidades federativas y por carreras posprimarias, postsecundarias, de licenciatura y posgrado.²¹

En la década de los setenta hubo varios intentos de reunir, en una asociación nacional, a los orientadores adscritos a diferentes instituciones educativas. Fue hasta el año de 1979 cuando se lograron establecer los estatutos que darían lugar a la Asociación Mexicana de Profesionales de la Orientación (AMPO), constituida como asociación civil de orientadores de la UNAM, de la Dirección General de Educación Media de la SEP, de la Dirección General de Secundarias Técnicas y del IPN.²²

Otro suceso trascendente fue el surgimiento, en 1973, de la Dirección General de Orientación Vocacional (DGOV) de la UNAM, como la instancia oficial para organizar los trabajos de orientación de la Escuela Nacional Preparatoria, del Colegio de Ciencias y Humanidades y, a nivel central, en la propia UNAM.

En la historia de la DGOV, los servicios de orientación se han manifestado en tres niveles de atención:

1. La atención personal a través de la entrevista y la realización de estudios psicológicos.
2. La atención a la población escolarizada del nivel medio básico y medio superior de la enseñanza; su carácter ha sido eminentemente preventivo y grupal.
3. La atención colectiva que se dirige al gran público y, que por lo tanto, rebasa el ámbito universitario a través de medios audiovisuales e impresos.²³ Este nivel es reciente.

Sin embargo, es necesario advertir que desde sus primeros años la orientación en el ámbito escolar estuvo permeada por enfoques psicológicos de manera que los servicios fueron, en su mayoría, atendidos por psicólogos.²⁴

Como respuesta al acelerado crecimiento de la población estudiantil en los años setenta la estructura educativa del país incrementó y diversificó sus servicios en los diferentes niveles escolares. Pero, al mismo tiempo, se requirieron nuevos servicios de orientación y la optimación de los ya existentes.

Se crean los Colegios de Ciencias y Humanidades y las Escuelas Nacionales de Estudios Profesionales de la UNAM. Asimismo, para el IPN, se han multiplicado los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos en el Distrito Federal y en el interior del país; se han abierto los Colegios de Bachilleres, el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), la Universidad Autónoma Metropolitana, la Universidad Militar y la Universidad Pedagógica.

Ante estas nuevas y urgentes necesidades se experimentan campañas de orientación colectiva; se establecen servicios grupales, como cursos, ciclos de conferencias, etcétera; se diseñan y ensayan enfoques sociológicos y se utilizan los medios de difusión colectiva.²⁵

Así, la concepción de la orientación que se sustenta en aspectos vocacionales, pasa a un segundo plano y, en cambio, se enfatiza la producción y difusión de información profesiográfica con una tendencia hacia la atención grupal y colectiva, como la base de un nuevo tipo de orientación: la orientación educativa.

Con esta nueva perspectiva, en los primeros años de los ochenta, se reinician los esfuerzos para coordinar las actividades de orientación de todo el sector educativo, esfuerzos que se cristalizaron en la creación, por Acuerdo Presidencial, del Sistema Nacional de Orientación Educativa (SNOE), en 1984.²⁶

En los cuatro años de existencia del SNOE, las acciones realizadas derivan del siguiente propósito central:

Proporcionar a los estudiantes información sobre las opciones educativas que se ofrecen, lo que implica cada una de ellas, los requerimientos de recursos humanos para el desarrollo socioeconómico nacional, así como las posibilidades reales de que sus estudios satisfagan sus aspiraciones personales.²⁷

En la actualidad, tanto el SNOE como otras dependencias educativas (Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica y, sobre todo, las del Sistema Nacional de Educación Tecnológica) han utilizado los medios de difusión colectiva en los términos del nuevo enfoque de la orientación. Es necesario advertir el poco tiempo transcurrido en esta vertiente del quehacer de la orientación, lo cual invita a profundizar en las posibilidades de la televisión y la radio. De manera especial de este último por ser el menos atendido.

2.2. Uso actual de los medios en instituciones educativas que desarrollan actividades de orientación educativa

Una pequeña muestra, sustentada en opiniones de autoridades de tres instancias educativas oficiales, permitirá conocer cómo se abordan a los medios como instrumentos de orientación en sí mismos o como auxiliares en dicha actividad.

2.2.1. Sistema Nacional de Orientación Educativa

Por su importancia, hay que ocuparse, en primer lugar, del Sistema Nacional de Orientación Educativa (SNOR).

Para entrar en materia, se cita el comentario de la coordinadora general acerca del uso de los medios:

Desde que el SNOR surgió se han utilizado los medios masivos de comunicación para llegar a la sociedad de manera oportuna y segura y con el objetivo de crear una conciencia clara de las diferentes opciones educativas que se imparten, de la vinculación de éstas con las necesidades productivas del país y de las posibilidades de satisfacer las aspiraciones del estudiante.^{2º}

Este Sistema organiza sus actividades en torno a tres programas de acción, que son:

1. Información y prospectiva

2. Coordinación nacional de los servicios de orientación

3. Producción y difusión

Este último, se abastece de la información recopilada a través del primer programa para elaborar los materiales impresos o audiovisuales y después distribuirlos o difundirlos a la comunidad. A su vez, el Programa de Producción y Difusión de material de orientación, comprende tres áreas:

-material audiovisual

-material impreso

-promoción y distribución de material y eventos especiales²⁹

En la producción tanto de materiales impresos como audiovisuales se tiene la finalidad de generar:

... una conciencia social objetiva basada en datos realistas y confiables sobre la necesidad de reestructurar el Sistema Educativo Nacional, a través de la racionalización de la demanda social entre los diversos niveles y modalidades educativas que se imparte, revalorando principalmente la imagen de los técnicos medios, e impulsando las ciencias exactas y naturales, las ingenierías, las tecnologías y las ciencias agropecuarias.³⁰

Sobre la elaboración de los materiales, se dice:

La producción de material audiovisual o impreso debe realizarse con los criterios de la actualidad y claridad en la información y con un sentido creativo y ameno en la forma de presentarla.³¹

A pesar de la relevancia concedida a los medios, la coordinadora opinó de la radio, lo siguiente:

No existe un programa específico de radio porque no se considera necesario. Aunque se toma en cuenta a los medios masivos en su totalidad como prioritarios, permanentes e indispensables.³²

En este punto de vista se entrevé un cierto descuido en el entendimiento de la necesidad y capacidad de cada medio. Aunque después, la entrevistada reconoce cierta diferenciación -no sustancial-, entre los medios electrónicos:

No tenemos un programa específico para la radio. En algunos momentos sí hay que hacer una diferenciación, porque conviene transmitir ciertas cosas por radio y otras por televisión, por ejemplo, el catálogo de carreras se promueve más por radio que por televisión, al igual que la promoción de los centros de información.³³

Por otro lado, se explica a la vía directa de orientación, que:

...alude a los servicios... existentes en los planteles e instituciones educativas, así como a los Centros de Información creados por el Sistema. Es directa porque permite el acceso a las fuentes de información sobre oferta educativa, y de tal forma que orientadores o personal actualizado mantengan un enlace comunicativo con estudiantes, maestros, padres de familia y público en general.³⁴

Los Centros de Información son módulos que se instalaron dentro de la Zona Metropolitana, en el D.F., para dar información de manera

permanente. En éstos se cuenta con dos sistemas: uno de cómputo que agiliza la búsqueda de información ya que la magnitud de ésta es sumamente amplia; y el otro, lo constituyen el video y los impresos.³⁵

Con referencia a la computadora y al video, la coordinadora expresa:

Gracias a estos medios, los jóvenes pueden comprender con mayor facilidad qué educación proporcionan los planteles, por ejemplo, de educación tecnológica industrial (DGETI), de educación tecnológica agropecuaria (DGETA) y el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), qué carreras se imparten y dónde se estudian, qué implican, etcétera.³⁶

Las unidades móviles (camionetas que transportan medios impresos como folletos, carteles, calendarios de inscripción, catálogos, entre otros) tienen el objetivo de que en los periodos de inscripciones amplíen el servicio de orientación, al acudir cerca de los estudiantes, por ejemplo, en donde se entregan fichas y se hacen exámenes de selección para las instituciones de nivel medio superior y superior (Palacio de los Deportes y Alberca Olímpica).³⁷

Dentro de los eventos especiales del SNOE cabe destacar a la "Exporienta", exposición que a partir de 1986 se ha realizado tres ocasiones; en ella participan representantes de todos los niveles educativos, las empresas estatales y privadas más importantes y las asociaciones de profesionales. Dentro de estas ferias educativas los medios se han utilizado como instrumentos de apoyo informativo y para promocionar a la propia exposición en espacios radiofónicos y televisivos.³⁸

2.2.2. Universidad Nacional Autónoma de México

Estimando a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) como la institución de nivel superior de mayor población estudiantil y la más importante del país, resulta conveniente revisar, así sea de modo global, el papel de los medios de difusión colectiva en las labores universitarias de orientación. Estas se llevan a cabo bajo la supervisión de la Dirección General de Orientación Vocacional (DGOV).

La subdirectora de los servicios de la DGOV, enfatiza en primer término que ésta: "vincula a la población estudiantil o a la población en general, en tanto la orientación va mucho más allá del ámbito escolar."³⁷

Por esta razón, agrega que:

Los medios de comunicación forman parte de uno de los programas esenciales de la DGOV, porque permiten abarcar a la comunidad abierta. Acercarse a ella a través de los diversos medios de comunicación social como pueden ser la televisión, el cine, el radio, los medios impresos, murales, publicaciones, etcétera.⁴⁰

Por su parte, la coordinadora de los servicios de esta misma dependencia, describe la utilización de los medios y los contenidos de los mensajes orientadores:

El uso de estos medios no ha tenido como propósito el proporcionar el servicio de orientación en la Universidad, sino de hablar de temas de orientación en términos generales, saber cómo elegir una carrera; por qué es importante seguir ciertas pautas para el

estudio; qué significan los sistemas abiertos de enseñanza; qué son las carreras técnicas. La temática es muy amplia y esto se comprobó en un programa de televisión llamado "Orientación Vocacional" en el que participaba la DGOV, transmitido por el canal nueve.⁴¹

En la actualidad, según la coordinadora, la DGOV:

...está trabajando sobre el diseño de programas de radio y de televisión con el fin de ampliar nuestra participación porque estamos convencidos de que estos medios llegan a una gran cantidad de población. También usamos las computadoras dentro de la DGOV.⁴²

Es decir, se valoran a los medios como "un servicio en sí mismos."⁴³

En la Escuela Nacional Preparatoria (ENP), la DGOV desarrolla con cuarto, quinto y sexto año, dinámicas de grupo e inclusive se usan los medios audiovisuales; se tiene por ejemplo, en cada una de las secciones de orientación, una videocasetera y videos sobre las carreras y temas generales de la orientación que son exhibidos y discutidos durante las sesiones de orientación vocacional.⁴⁴

Actualmente, la DGOV participa en diferentes medios de difusión colectiva, algunos de ellos impresos, como la Gaceta universitaria, la Gaceta de la ENP, un boletín interno de la DGOV y la publicación que se hace por parte de la Secretaría General Auxiliar de la UNAM.

También participa en programas de televisión, por ejemplo en el

noticiero "Presencia Universitaria" que pasa por canales comerciales, en él se transmiten reportajes sobre diferentes actividades que se realizan. *3

En la DGOV, se reafirma la pertinencia de los medios, pero llama la atención el tono de advertencia de la coordinadora, al referirse sobre los posibles riesgos que entraña la sola presencia de los comunicólogos al orientar:

Es cierto que se necesita una producción y un apoyo de los especialistas dedicados a la comunicación pero difícilmente pueden dar un mensaje de orientación. A la mejor sale una cara bonita al aire, una producción bien hecha, sin embargo el contenido no es lo más deseable. Si se quiere tener un servicio a través de estos medios se tiene que contar con los especialistas que dan estos contenidos de orientación. *4

También esta consciente de las limitaciones informativas, cuando señala:

En la DGOV no hay, como debiera existir, un amplio intercambio de información con el sector trabajo, desde luego se realizan estudios, precisamente para ver algunas tendencias entre carreras y ocupaciones pero cuando se terminen posiblemente ya son obsoletos. Una real vinculación implicaría una gran cantidad de recursos con posibilidades limitadas para que los egresados efectivamente encuentren trabajo. *7

Como alternativa a este hecho, se piensa en la DGOV que:

Se debe platicar con el estudiante, sensibilizándolo frente a la necesidad de estar atento a los cambios en el mercado de trabajo, que sepa que el hecho de estudiar una carrera no le asegura un determinado éxito profesional entendido como encontrar trabajo de buen nivel.⁴⁰

Estos planteamientos ayudan a esclarecer la idea siguiente: tanto los psicólogos, comunicólogos, economistas, pedagogos pueden aportar su particular experiencia para que en conjunto emprendan diferentes actividades de orientación. En este sentido, el comunicólogo ofrece los indicadores para el uso correcto de los medios de difusión colectiva y, más importante aún, señala la forma que han de revestir los contenidos informativos, que bien pueden ser producto del trabajo de otros profesionales.

2.2.3. Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica

El Consejo del Sistema Nacional de Educación Tecnológica (COSNET), órgano de consulta de la SEP, tiene la función básica de "atender las necesidades y problemas prioritarios del Sistema Nacional de Educación Tecnológica (SNET)."⁴¹

En una línea de acción del COSNET, denominada "Difusión y divulgación de tecnología y ciencia y servicios de comunicación del sistema tecnológico", se plantea en torno a orientación educativa que:

La difusión y divulgación de lo que es el Sistema Nacional de Educación Tecnológica, permite dar a conocer y promover, ante un público más numeroso, los servicios que ofrece, fomentar su interés por el conocimiento científico y tecnológico, y ofrecer opciones educativas en diversas actividades y niveles académicos.⁵⁰

El director de comunicación social del COSNET, al referirse a los medios de difusión colectiva dentro de esta actividad, expresa:

En particular, el uso de los medios masivos de comunicación corresponde a la presente década si se habla de programas que tiendan a realizar una orientación más integral.⁵¹

Respecto al trabajo hecho con los medios electrónicos, explica:

Por primera vez, se tienen cubiertos, actualmente, y de manera simultánea, quince estados de la República, en una primera fase de una estrategia nacional de orientación a través de la radio. Se pretende cubrir con programas de radio y televisión la totalidad del territorio nacional y difundir aspectos científicos y tecnológicos que se desarrollan en el país.⁵²

Destaca la opinión del entrevistado cuando menciona la forma en que son presentados los contenidos informativos de orientación:

Desde el punto de vista institucional, estos programas, tienen un enfoque más relajado, se pretende manejar en ellos, el humor. Esto porque el acartonamiento de los programas educativos ha sido la

constante de lo que se ha manejado y al romper con esta práctica se ha podido lograr un mayor impacto en la población y mayor audiencia.²³

Por otro lado, habla de evaluaciones realizadas para conocer la eficacia en el uso de los medios electrónicos, cuestión que no se aborda en el SNOE y en la DGOV.

Según las evaluaciones realizadas se ha sensibilizado a la gente con diferentes contenidos, a través de programas informativos, radiorevistas, radiodramas, etcétera. Por lo cual, un lineamiento básico en la producción de programas es abarcar formatos muy conocidos y consumidos por la población.²⁴

Por último, permite suponer la función complementaria que desempeñan los medios en esta actividad, cuando dice:

A los orientadores se les ha hecho conciencia de la importancia del manejo de los medios para su labor. De ningún modo se desprecia el trabajo de "hormiga" que realiza cada orientador en su plantel, además de que la orientación se hace de muchas formas y no solamente por parte de especialistas, por ejemplo, el propio profesor es un orientador en potencia.²⁵

2.3. Programas radiofónicos de orientación educativa

Antes de los años ochenta, en el Distrito Federal, no se tiene noticia de series radiofónicas de contenidos de orientación educativa. Ya en 1983, se hablaba de la importancia de crear programas radiales de "información vocacional y ocupacional para los egresados de educación secundaria, bachillerato, educación técnica y otros."=*

Es a partir de esta década que se han producido programas de radio con el rasgo común de haber sido diseñados para ofrecer a los estudiantes de secundaria y de bachillerato, información referente a las instituciones educativas, en las que pueden continuar su preparación académica, así como de las diferentes carreras que existen y su vinculación con la esfera laboral.

En particular, el uso de la radio ha sido muy reciente, si se piensa que los spots promocionales para tal o cual carrera son orientación educativa, pero si realmente se habla de programas que tiendan a realizar una orientación más integral, esto se inició en la presente década. **

De esta forma, entre los años de ochenta y dos y ochenta y cinco, se han transmitido alrededor de diez series de orientación, a través de Radio Educación, Radio Universidad y estaciones del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Con el fin de aclarar las características de las series de contenidos orientadores, tanto de las pioneras como de las aún vigentes, a continuación se presenta la descripción general y la ficha técnica de cada una de ellas.

SERIE: SOLO PARA DESPISTADOS

Programas grabados como cápsulas informativas sobre carreras nuevas, saturadas y no saturadas, cortas, etcótera que se pueden elegir al terminar la secundaria o el bachillerato.

Se inicia la transmisión con la rúbrica de la serie, después la conductora (Patricia Kelly) hace un breve comentario del surgimiento y de la importancia de la carrera correspondiente, indica su denominación correcta y el número de instituciones que la imparten en México.

Luego pasa a la entrevista de testimonio, donde un profesional o el coordinador de la carrera, habla de los problemas sociales prioritarios que competen a la profesión; las actividades que pueden desempeñar los egresados; y de sus reales posibilidades de incorporarse al mercado de trabajo. Después, la conductora hace una síntesis de lo expresado y, en ocasiones, ofrece datos de la demanda de la carrera en el futuro próximo. También precisa el nivel educativo máximo al que se puede aspirar en cada profesión (técnico medio, licenciatura, maestría o doctorado), su duración, número de instituciones que la ofrecen; y, en otros casos, se aclara si la imparten instituciones oficiales o privadas y cuáles fuera del Distrito Federal.

Para cerrar la emisión, invita al radioescucha a que por correo envíe a la estación sus preguntas.

Del programa destacan, el trato de tú de la conductora con los escuchas y la música (como fondo o en los puentes y cortinas) de rock y jazz contemporáneos.

FICHA TÉCNICA

Serie: "Sólo para despistados"

Núm. de programas: 134

Producción: Radio Educación

Realización: Patricia Kelly

Fecha de transmisión: Junio 1982 - mayo 1983

Horario: lunes - viernes 5 p.m.

Duración: 5 a 8 mins.

Observaciones: En la producción de esta serie fue determinante la labor de Patricia Kelly, puesto que no obtuvo el suficiente apoyo de la DGOV, ni de Radio Educación, para realizar y continuar la misma. En cuanto al horario, a mediados del mes de mayo de ochenta y dos el programa se transmitió a las 18:30 horas.™

SERIE: MOMENTOS ESTELARES DE LA CIENCIA

Programas grabados, a dos voces (femenina y masculina), que comienzan con el comentario del tema a tratar, de aquí se pasa a la rúbrica de la serie, después los conductores narran la historia de un personaje sobresaliente en la ciencia o la tecnología, basada en la adaptación del libro de Isaac Asimov, "Momentos estelares de la ciencia". Por ejemplo, las aportaciones de Arquímedes en el área de las matemáticas.

Posteriormente, tiene lugar una cápsula informativa, de tres a

cinco minutos, sobre una carrera ligada al tema, ofreciendo de ella los siguientes datos: duración, instituciones que la imparten, estados en los cuales puede estudiarla y dónde puede trabajar el egresado. Por último, se invita al público a que por correo envíe a la DGOV, sus preguntas sobre la carrera tratada o para que exprese su opinión del programa.

Los puentes musicales de los programas son con música electrónica.

FICHA TECNICA

Serie: "Momentos estelares de la ciencia"

Núm. de programas: 17

Producción: Radio Universidad y la DGOV de la UNAM

Realización: Eduardo Ruiz Savignon y Francisco Pérez Padilla

Fecha de transmisión: 5 marzo 1983 - junio 1983

Horario: sábado de 7 a 7:30 p.m.

Duración: 15 mins.

Observaciones: en cada emisión se transmitían dos programas. " "

SERIE: TODOS LOS CUENTOS, EL CUENTO

Programas grabados, a dos voces (femenina y masculina), que empiezan con una cápsula informativa, de aproximadamente dos minutos de duración, sobre determinada carrera técnica. De ésta se comenta su papel en las actividades laborales, escuelas que la

imparten, el perfil académico, los conocimientos que aporta y los estados de la República Mexicana donde existe.

Después de la cápsula, entra la rúbrica de la serie y, a través de las mismas voces, se hace la presentación del cuento corto (de autores de renombre, nacionales, extranjeros, contemporáneos, clásicos; por ejemplo, Julio Cortázar, Elena Garro y Edgar Allan Poe) y enseguida, da curso su adaptación radiofónica y un breve análisis literario.

Por último, se intercala una nueva cápsula informativa con las características ya descritas.

FICHA TECNICA

Serie: "Todos los cuentos, el cuento"

Núm. de programas: 22

PRODUCCION: Radio Universidad

REALIZACION: Eduardo Ruiz Savignon y Francisco Pérez Padilla

FECHA DE TRANSMISION: 10 septiembre 1983 - febrero 1984

HORARIO: sábado de 7 a 7:30 p.m.

DURACION: 15 mins.

OBSERVACIONES: Algunas cápsulas contienen menos información que otras, no hay un parámetro informativo constante.⁴⁰

SERIE: AQUI ESTA TU FUTURO

Programas en vivo, cuyo propósito fue ofrecer información sobre las carreras que pueden elegir los egresados de bachillerato.

La emisión se estructuraba a partir de las entrevistas a uno o varios invitados, quienes platicaban de ciertas carreras y contestaban a las preguntas que por vía telefónica formulaba el público.

Durante la emisión se alternaban piezas musicales y cápsulas informativas (grabadas en estudio) sobre las carreras analizadas. Al final se invitaba al público a enviar por correo sus dudas y sugerencias.

FICHA TECNICA

Serie: "Aquí está tu futuro"

Núm. de programas: 14

Producción: IMER y AMPO

Realización: Bernabé Valle

Fecha de transmisión: abril - Julio de 1985

Horario: miércoles 8 a 8:30 p.m.

Duración: 30 mins.*1

SERIE: ENCUENTRA TU VOCACION

Programas en vivo de género entrevista dirigidos principalmente a estudiantes de secundaria. Después de la rúbrica de la serie se introducía el tema a comentar; los conductores, en su mayoría psicólogos, entrevistaban en cada emisión a los invitados (profesionales de las diferentes carreras, autoridades de instituciones educativas, maestros, estudiantes, padres de familia, etcétera) y respondían a las preguntas que el público hacía por vía telefónica.

La temática de la serie fue amplia, se trataron primordialmente las oportunidades de estudio de los niveles medio, medio superior y superior; técnicas y hábitos de estudio; deserción escolar; elección de carrera y problemas de la adolescencia. Cada programa tenía de cuatro a cinco cortes para identificar la estación, así como para introducir piezas musicales de género diverso.

FICHA TECNICA

Serie: "Encuentra tu vocación"

Núm. de programas: Más de 145

Producción: IMER y AMPO

Realización: Leticia Canales, Irma Jiménez y Jorge Pulido

Fecha de transmisión: enero 1984 - noviembre de 1985

Horario: lunes a viernes 8:30 a 9 p.m.

Duración: 30 mins. ⁴²

SERIE: VIAJE AL CENTRO DE LA CIENCIA

Programas concebidos como de divulgación, de género radiorevista, que tratan aspectos de ciencia y tecnología, relacionados con la vida cotidiana. Estructurados a través de tres secciones que recurren a situaciones imaginarias y, en las cuales, se incluye, en ocasiones, información sobre carreras de educación tecnológica (electromecánica, ingeniero textil, refrigeración, ingeniero en petróleo, ingeniero minero, etcétera).

La sección "Leyendas de siempre", consiste en una dramatización con personajes fantásticos, tales como el Monstruo de la Laguna Verde, Drácula, Cenicienta, que en situaciones de parodia con respecto a los cuentos tradicionales, dan ocasión para tratar una carrera tecnológica específica. Por ejemplo, Cenicienta pelea con sus hermanastras, hecho que da lugar a la historia del zapato y a la correspondiente especialidad en zapatería.

Del mismo modo, en otro giro de las secciones, denominada "Crónicas deportivas o modas", se narra, por ejemplo, una competencia de natación entre varios tipos de peces. Y en "Confesiones", un tomate se describe sugestivamente y esto permite comentar las cualidades nutritivas de este fruto. Al final, se invita al público a que envíe su correspondencia al COSNET.

FICHA TECNICA

Serie: "Viaje al Centro de la Ciencia"

Núm. de programas: 40

Producción: COSNET y Radio Educación

Realización: Susana Serdán

Fecha de transmisión: 16 Junio 1986 - 30 enero 1987

Horario: martes y viernes 11:15 a.m.

Duración: 17 mins.**

SERIE: DESPERTAR TECNOLÓGICO

Cápsulas informativas sobre determinados temas científicos y tecnológicos, por ejemplo los fertilizantes, la alimentación y las materias primas, de los cuales se explican su descubrimiento, antecedentes, ventajas, usos, propiedades y otros aspectos. Finalmente, se relaciona la información con alguna carrera de educación tecnológica.

FICHA TÉCNICA

Serie: "Despertar tecnológico"

Núm. de programas: 160

Producción: COSNET y Radio Educación

Realización: Susana Serdán

Fecha de transmisión: 16 Junio 1986 - 26 noviembre 1987

Horario: lunes a viernes 6:20 a.m.

Duración: 4 mins.**

Observaciones: Actualmente se retransmiten a través de Radio Educación (lunes y domingos 6:20 a.m.).

SERIE: SOCIEDAD Y TECNOLOGIA

Cápsulas dramatizadas con personajes cotidianos (el abuelo, la mamá, el doctor, etcétera).

Posteriormente, el conductor da información acerca del asunto planteado por los personajes por ejemplo, de las enfermedades, los plásticos, los alimentos, entre otros y después enfatiza la importancia de preparar recursos humanos calificados en tecnología y ciencia en el área relacionada con el tema tratado. Finalmente invita al público a enviar su correspondencia al COSNET.

FICHA TECNICA

Serie: "Sociedad y tecnología"

Núm. de programas: 210

Producción: COSNET y Radio Educación

Realización: Susana Serdán

Fecha de transmisión: 16 Junio 1986 - 2 abril 1987

Horario: lunes a viernes 14:20 p.m.

Duración: 3 mins. ⁴⁵

SERIE: MANJARES Y CONDIMENTOS DE TECNOLOGIA Y CIENCIA

Programas dirigidos a las amas de casa que a propósito de la fórmula y preparación de recetas de cocina recrean historias dramatizadas, en las que participan dos o más personajes con los cuales, el público se identifica.

Las historias son cotidianas, desarrolladas con humor, que reflejan las preocupaciones de las señoras y permiten informar acerca de las opciones de educación tecnológica, además de divulgar conocimientos de ciencia y tecnología. Por último, el conductor invita al público a que envíe su correspondencia al COSNET.

FICHA TECNICA

Serie: "Manjares y condimentos de tecnología y ciencia"

Núm. de programas: 59

Producción: COSNET y Radio Educación

Realización: Susana Serdán

Fecha de transmisión: 19 junio 1986 - ?

Horario: Jueves 11:15 a.m.

Duración: 10 mins. **

Observaciones: La serie se suspendió por la transmisión de Radio Primaria.

SERIE: HOROSCOPOS, LOS DICTADOS DE LA TECNOLOGIA Y LA CIENCIA

Programas grabados bajo el formato de los clásicos horóscopos por radio y periódico.

Los personajes, la profesora Sibila y el profesor Karim, leen los horóscopos profesionales respectivos a cada signo. De esta forma, se dan al público datos de tecnología y ciencia y la carrera de educación tecnológica adecuada a cada signo zodiacal. Esto no supone que el radioescucha deba ceñirse a la recomendación.

FICHA TECNICA

Serie: "Horóscopos: los dictados de la tecnología y la ciencia"

Núm. de programas: 61

Producción: COSNET y Radio Educación

Realización: Lourdes Muggenburg y Patricia Flores

Fecha de transmisión: 18 junio 1986 - 1 octubre 1986

Horario: miércoles 11:15 a.m.

Duración: 10 mins. 47

2.4. Series que dedican programas a la orientación educativa

Entre éstas destacan, las series de "Mujer", "Los bachilleres hoy" y "Ecos de la UPN", entre otras. A manera de reconocimiento se indican sus características de producción.

SERIE: MUJER

"Mujer" es un programa en vivo que se le define como de orientación y servicio a la comunidad. Se dirige, en especial, a las mujeres, con el fin de orientarlas en sus problemas de pareja y sexuales. Sin embargo, aborda temas de interés general, así, los lunes se dedica a la orientación educativa de los niveles medio superior y superior.

Después de la rúbrica, la conductora introduce el tema del día y presenta a los invitados correspondientes, generalmente dos, a quienes interroga sobre diversos aspectos de la institución educativa que representan. Durante la entrevista se alternan, y salen al "aire", las preguntas que los radioescuchas hacen por teléfono (el programa cuenta con dos líneas). A lo largo de la emisión, se insertan dos o tres cápsulas informativas de un minuto de duración. Estas son dramatizadas y consisten en encuentros cotidianos de dos personajes (padre e hijo, amigo y amiga, madre e hija, etcétera) que al conversar sobre lo que quieren estudiar promocionan los centros de información del SNOE o el servicio de orientación de TELJUVE.

Luego de dialogar con los invitados, la conductora reitera los servicios que proporciona el SNOE y al final sugiere a la audiencia que envíe su correspondencia. En el transcurso del programa hay dos o tres cortes de estación y ocasionalmente incluye piezas musicales.

FICHA TECNICA

Serie: "Mujer"

Programa: Educación media superior bivalente: Instituto Politécnico Nacional y Colegio de Bachilleres.

Producción: IMRR y SNOE

Realización: María Teresa Moya

Fecha de transmisión: 18 de enero - 13 de junio de 1988

Horario: lunes, 11:00 horas a.m.

Duración: 1 hora.

Observaciones: Se interrumpieron los programas dedicados a orientación educativa a causa de un recorte de personal en el SNOE. ⁴⁰

SERIE: LOS BACHILLERES HOY

Programas grabados de género radiorevista a dos voces (femenina y masculina) divididos en secciones de entrevista, informativa, música y noticiosa.

Luego de la rúbrica del programa se pasa a la presentación del contenido principal de la emisión. Para abocarse a él reproducen breves entrevistas con autoridades educativas, quienes hablan, por ejemplo, de la orientación vocacional y las oportunidades de empleo. A continuación, en la parte informativa los conductores ofrecen datos y cifras que amplían el tema tratado. En la sección "Bachilleres en la semana" se alterna música de grupos de bachilleres y noticias relevantes de la vida académica y cultural de los colegios y de otros sucesos del sector educativo.

Por último, en la sección "Cartelera" se anuncian cursos,

espectáculos, exposiciones y eventos especiales. Los locutores al despedirse piden correspondencia al público.

La transmisión se agiliza con puentes musicales entre las diferentes secciones.

FICHA TÉCNICA

Serie: "Los bachilleres hoy"

Programa: Plantel 11 "Nueva Atzacualco, Orientación vocacional"

Producción: Radio Educación y Colegio de Bachilleres

Realización: Josefina Moyrón y Gabriela Ortega

Fecha de transmisión: 15, 16 febrero, 22, 23 febrero, 1, 2 marzo de 1986

Horario: sábados, 15:30 horas

Duración: 30 mins.*

SERIE: ECOS DE LA UPN

Programas grabados de género radiorevista que informa sobre las diferentes actividades académicas en la Universidad Pedagógica Nacional. Asimismo, en algunos programas, se abordan las diferentes carreras que ahí se imparten ofreciendo un panorama general de ellas.

FICHA TECNICA

Serie: "Ecos de la UPN"

Núm. de programas: Más de 150

Producción: Universidad Pedagógica Nacional y Radio Educación

Horario: martes 7 a 7:30 P.M.

Duración: 30 mins.⁷⁰

Por otra parte, del año ochenta y cuatro a la fecha y con mayor frecuencia en periodos de inscripción, dentro de ciertas series radiofónicas de contenidos diversos, se han dedicado emisiones para orientar a los jóvenes en la elección de carrera. Vale la pena mencionar los programas de: "Foro juvenil" (IMER), "La familia" (IMER), "Encuentro" (IMER y CREA) y "Presencia de la gente CONALEP" (CONALEP), entre otros.

Una vez concluidas las reseñas de las series radiofónicas de orientación educativa, llaman la atención ciertos aspectos de forma y contenido radiofónicos -que nos aproximan a un análisis-, que por los límites de esta investigación no es posible profundizar. Por lo tanto, la intención de comentar brevemente ciertos elementos de las series obedece a la razón de tenerlos presentes en la configuración de una propuesta radiofónica propia.

Si pensamos en términos de series radiofónicas en su conjunto, observamos, esencialmente, un objetivo que comparten las diversas experiencias en radio: acercar el universo de opciones educativas a los diferentes públicos. Aun cuando cambian los formatos y los recursos de las series de orientación educativa, existe una misma

preocupación por facilitar al estudiante, el tránsito de un nivel educativo a otro.

En este esfuerzo por informar, es interesante la inclinación de las series hacia la información de carreras técnicas y tecnológicas de nivel medio superior y superior. Tal tendencia es muy clara en las series del COSNET. Más relajada resulta dicha temática en los programas de la DGOV, de la AMPO y los de IMBR y Radio Educación, que presentaron información sobre carreras de otras áreas, como administrativas, sociales, artísticas, militares, etcétera.

Lo anterior significa que la mayor difusión de mensajes sobre profesiones de carácter técnico depende del signo de cada organismo educativo responsable, y de algo más importante: la urgencia de la formación de recursos humanos a nivel de capacitación, técnico profesional, técnico especializado y posgrado para responder a los requerimientos de la planta productiva nacional.

En cuanto a los formatos radiofónicos utilizados para las diferentes series predomina la cápsula informativa, la entrevista y la radiorevista. En el uso de estos formatos hay que reconocer la creatividad de las series del COSNET, porque combinan información de ciencia y tecnología con elementos aparentemente divorciados de estas áreas (literarios, humorísticos, culinarios, sucesos cotidianos en el hogar y la calle).

La serie "Sólo para despistados" administra perfectamente los pocos minutos en cada cápsula para ofrecer al radioescucha los elementos informativos básicos, que contextualizan a la profesión en la coyuntura socioeconómica actual. En esta serie la elección

de la música favorece la identificación de los jóvenes con los programas.

Por su parte, los programas grabados de la DGOV, constituyen un ejemplo interesante de cómo aprovechar la literatura, tanto científica como de autores clásicos, con el fin de aportar información referente a las carreras universitarias.

Hasta aquí nos hemos referido a las series que son grabadas previamente a su transmisión. Las series transmitidas en vivo no tienen la ventaja de una serie grabada donde se pueden controlar y detectar con anticipación las posibles fuentes de ruido. Pero un programa en vivo también resulta necesario; con la presencia en cabina de especialistas en información profesiográfica y la participación del público por vía telefónica puede obtenerse una dinámica aceptable. Este fue el caso de la serie "Encuentra tu vocación" que permaneció en transmisión casi dos años.

La casi totalidad de las series cometieron el equivoco, difícil de resarcir, sobre todo en los programas en vivo, de no efectuar evaluaciones sistemáticas, que arrojaran, a manera de retroalimentación, informaciones valiosas tanto para el mismo productor en ejercicio como para quien planea producir nuevas series. Una serie radiofónica no termina, entonces, en la transmisión; sino, más bien, en la correspondiente interpretación y análisis de todas las facetas de su producción. Sólo, así, se puede hablar de un avance en el conocimiento del público radioescucha para puntualizar el compromiso social que se adquiere con él.

Una apreciación global de estas series sugiere al comunicador continuar en la búsqueda y experimentación de nuevas formas radiofónicas para canalizar la amplia información profesiográfica que va desde las capacitaciones para operar máquinas y equipos o ejercer algún oficio, hasta las especializaciones de alto nivel, maestrías y doctorados.

NOTAS

1. Se han desarrollado varias clases de pruebas psicológicas para aplicarlas a los estudiantes, por ejemplo: el Test de Matrices Progresivas de Raven, el Test Dominó, la Prueba de Razonamiento Abstracto, entre otras. Para conocer el contenido de los tests consultar: Italia García Ramírez, *Aportación al conocimiento de la orientación profesional en México*, Tesis, México, UNAM, 1966, pp.252-256.

2. Roberto García Cortés y otros. ("Los psicólogos en el campo de la orientación educativa (1973-1983)", *Una década en la facultad de Psicología, 1973-1983*, México, UNAM, 1983, p.264).

3. Italia García R., *Ob. cit.*, p.248.

4. Entre las actividades de orientación en la enseñanza media figuraban en primer lugar la aplicación de pruebas psicológicas de personalidad, la aplicación de cuestionarios: de intereses, actitudes, aptitudes, de hábitos de estudio, etcétera. (cfr. Dora Elena Ruiz Melchor, *Actividades de orientación en México* (tesis), México, UNAM, 1977, p.176).

5. Italia García R., *Ob. cit.*, p.248.

6. *Idea*.

7. Roberto García C. y otros, *Ob. cit.*, p.264.

8. Sus principales funciones eran: "el estudio de la psicofisiología del trabajo, de la orientación profesional, de la selección y de la organización científica laboral, de la preparación de especialistas y de la divulgación científica y dirección de servicios similares en el país." Italia García R., *Ob. cit.*, p.248.

9. *Ibidem*, p.249.

10. *Idea*.

11. *Idea*.

12. *Ibidem*, pp.249-250.

13. Alba Lara G., "Antecedentes de los servicios de orientación", *Tercer Seminario Iberoamericano de Orientación Escolar y Profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, p.149.

14. Italia García R., *Ob. cit.*, p.250.

15. *Idea*.

16. Las actividades que realizaban los orientadores fueron organizar conferencias, charlas de tipo laboral, selecciones escolares y estudios vocacionales. (*Ibidem*, pp.250-251).

17. Dora Elena Ruiz M., *Ob. cit.*, p.158.

18. Para mayor información consulte a: E. Torres Granados y M. del C. Valdéz Salmerón. "La orientación educativa en el nivel medio superior del Instituto Politécnico Nacional". *Orientación Educativa en México, Zacatecas 1987*. México, UNAM, AMPO, 1987.

19. José Nava Ortiz. Planeación del Sistema Nacional de Orientación Educativa. Trabajo presentado en el *Tercer Encuentro de la Asociación Mexicana de Profesionales de la Orientación (AMPO)*, celebrado los días 3,4 y 5 de julio de 1985, p.7.

20. Roberto García C. y otros, *Ob. cit.*, p.266.

21. José Nava O., *Ob. cit.*, p.7.

22. Emma Leticia Canales, "Asociación Mexicana de Profesionales de la Orientación, A.C., *Tercer Seminario Iberoamericano de Orientación Escolar y Profesional*, México, UNAM, SEP, 1984, p.152.

23. Fabio Arenas, *Entrevista con Donaji Domínguez J.*, subdirectora de la subdirección de servicios de la Dirección General de Orientación Vocacional de la UNAM, 31 de julio de 1987.

24. Roberto García C. y otros, *Ob. cit.*, p.267.

25. Sergio Valdéz Rubalcaba, "Algunos elementos para una reconceptualización del quehacer de la orientación", *Tercer Seminario Iberoamericano de Orientación Escolar y Profesional*. México, UNAM, SEP, pp.293-294.

26. "Acuerdo por el que se establece el Sistema Nacional de Orientación Educativa", *Diario Oficial de la Federación*, México, D.F., 3 de octubre de 1984, p.15.

27. SEP. *Programa Nacional de Orientación Educativa*, (inédito), Subsecretaría de Planeación Educativa, México, 1986.

28. Fabio Arenas, *Entrevista con Mónica Elías Calles*, coordinadora del Sistema Nacional de Orientación Educativa, 31 de agosto 1987.

29. SEP. *Programa Nacional de Orientación Educativa*, (inédito), Subsecretaría de Planeación Educativa, México, 1986.

30. *Idea*.

31. *Idem.*
32. Entrevista con Mónica Elías Calles (ver nota 28).
33. *Idem.*
34. SEP. *Programa Nacional de Orientación Educativa*, (inédito), Subsecretaría de Planeación Educativa, México, 1986.
35. Entrevista con Mónica Elías Calles (ver nota 28).
36. *Idem.*
37. *Idem.*
38. *Idem.*
39. Entrevista con Donaji Domínguez (ver nota 23).
40. *Idem.*
41. Fabio Arenas, *Entrevista con Irma Jiménez B.*, coordinadora de los servicios de orientación de la Dirección General de Orientación Vocacional de la UNAM, 30 de junio de 1987.
42. *Idem.*
43. *Idem.*
44. Entrevista con Donaji Domínguez J. (ver nota 39).
45. Entrevista con Irma Jiménez B. (ver nota 41).
46. *Idem.*
47. *Idem.*
48. *Idem.*
49. *Cosnet ¿Sabes qué es?*, (folleto) COSNET, México, D.F., 1988.
50. *Idem.*
51. Fabio Arenas, *Entrevista con Javier Arévalo Z.*, Director de comunicación social del Consejo del Sistema Nacional de Educación tecnológica, 3 de agosto de 1987.
52. *Idem.*
53. *Idem.*

54. *Idea.*

55. *Idea.*

56. Gilberto Juárez, "Para llevar la escuela a cada domicilio", Suplemento de *Uno más uno*, México, D.F., 11 de mayo de 1983, p.VII.

57. *Idea.*

58. Manuel Mandujano, "Radio. Sólo para despistados", *Hoy*, Núm.2214, 26 de octubre de 1982, p.10. Y entrevista con Patricia Kelly, productora y conductora de Radio Educación, 19 de mayo de 1988.

59. Fabio Arenas, *Entrevista con Ma. Guadalupe Escamilla*, guionista de la serie "Momentos estelares de la ciencia", 14 de marzo de 1988. Y programas "Arquimides" de "Momentos estelares de la ciencia" y programa "Julio Cortázar" de "Todos los cuentos, el cuento".

60. Entrevista con Ma. Guadalupe Escamilla (ver nota 59).

61. Entrevista con Irma Jiménez B. (ver nota 41).

62. Entrevista a Irma Jiménez B. (ver nota 41).

63. Entrevista a Javier Arévalo Z. (ver nota 51).

64. *Idea.*

65. *Idea.*

66. *Idea.*

67. *Idea.*

68. Fabio Arenas, *Entrevista a María Teresa Hoya*, realizadora del programa "Mujer" del IMER, 29 de febrero de 1988 y programa del 22 de febrero de 1988.

69. Fabio Arenas, *Entrevista a Gabriela Ortega*, Coordinadora general del programa "Los bachilleres hoy", 28 de junio de 1988 y programas 27, 28 y 29 de 1986.

70. Fabio Arenas, *Entrevista a Arturo Domínguez Báez*, colaborador en la coordinación del programa "Ecos de la UPN", 16 de marzo de 1988.

3. DISEÑO DEL PROYECTO RADIOFÓNICO

Los resultados de la investigación expuestos en los capítulos anteriores ratifican la idea de ampliar y diversificar dentro del panorama radiofónico, la producción y difusión de programas de orientación educativa, que satisfagan la necesidad de información profesiográfica confiable, veraz y oportuna. Esto no excluye de la radio el tratamiento de otros contenidos propios de la orientación educativa (ver la página 20 del presente trabajo).

Así, de esta manera, un cabal proyecto radiofónico de orientación educativa, como parte integrante de una estrategia de comunicación multimedia, ha de procurar la realización de programas radiales y su difusión constante por las estaciones tanto comerciales como oficiales existentes en el país.

En esta dirección el trabajo de orientación educativa por radio debe contemplar la siguiente producción:

1. Cápsulas radiofónicas de corte informativo sobre las capacitaciones para el trabajo, carreras profesionales de nivel medio superior y superior, las maestrías y los posgrados.

Estas cápsulas deben transmitirse con una mayor frecuencia en los periodos de inscripción escolar, insertadas durante la programación habitual de las radioemisoras.

2. Series radiales de orientación educativa grabadas o en vivo

diseñadas para los diferentes auditorios: estudiantes de primaria, secundaria, bachillerato, licenciatura, padres de familia, amas de casa, etcétera.

3. En series radiofónicas de orientación en general (sexual, jurídica, etcétera) y de género participativo dedicar programas con temas específicos de orientación educativa.

4. Promocionales radiofónicos grabados o leídos en cabina por los locutores, en los cuales se invite al auditorio a escuchar las series aquí descritas.

5. Inclusión permanente de notas informativas en los diferentes servicios noticiosos sobre asuntos escolares: inscripciones, fechas, trámites, documentación, fichas de registro, exámenes, opciones para los rechazados, etcétera.

Viabilizar este proyecto a través de:

-acuerdos y convenios suscritos entre estaciones culturales e instituciones escolares;

-utilización de espacios correspondientes al 12.5% del tiempo oficial;

-involucrar y coordinar la participación de las dependencias dedicadas a la orientación educativa (por ejemplo el SNOE) en programas radiofónicos que figuran como de servicio a la comunidad en estaciones comerciales y estatales.

Aun cuando es difícil suponer un proyecto de tal magnitud, se puede avanzar en él con la propuesta de una serie radiofónica de orientación educativa que sea precedente y experiencia hacia la configuración de un proyecto más extenso. Por ello, a continuación se desglosa el planteamiento de dicha serie.

3.1. Antecedentes y justificación

A saber, los esfuerzos por ofrecer el servicio de orientación educativa a través de la radio han estado sujetas a alteraciones económicas y políticas de diversa naturaleza. Así, pues, la austeridad económica ha propiciado la interrupción de programas radiofónicos o, a otro nivel, los productores no han contado con el apoyo necesario de instituciones escolares y radiofónicas.

A riesgos similares están sujetas las pocas emisiones de orientación educativa que permanecen en transmisión conforme a la práctica en el sector oficial de sustituir personal, con los cambios de directiva en instituciones educativas, radiofónicas o a nivel de la administración central.

Cabe reiterar que las series radiales reseñadas en el capítulo anterior no han tenido, a excepción de las del COSNET, una evaluación sistemática sobre su impacto en el auditorio. Es decir, las emisiones desaparecen de modo inesperado en perjuicio de los radioescuchas y sin dejar antecedentes que bien puedan contribuir a mejorar los diseños de nuevos programas.

En general, no ha existido constancia en la difusión de las series ni preocupación por recoger y asimilar las experiencias de éstas.

Por otra parte, con la población en el Distrito Federal, aproximada a los dieciocho millones de habitantes, las series de orientación existentes, no pueden, por las mismas características

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

79

que impone el medio (fugacidad y manejo de pocos mensajes en cada programa) cubrir las expectativas de información profesiográfica de los estudiantes de todos los niveles educativos.

Téngase en cuenta que "la orientación educativa es un proceso continuo que tiene que estar presente desde la educación básica hasta las etapas más avanzadas del nivel superior..."¹

Esto implica atender a diferentes auditorios en forma simultánea, respondiendo al perfil de necesidades de cada grupo social.

Por si fuera poco, es sabido que:

...la radio nacional opera de manera ajena a las necesidades específicas de educación, cultura y entretenimiento de los mexicanos y de los problemas generales del país, sin inscribirse de manera efectiva en los proyectos nacionales para su resolución.²

La radio responde a un contexto industrial y comercial en el que predominan "la música, los servicios noticiosos y los anuncios comerciales".³

A pesar de todo, es factible producir y transmitir un programa radiofónico de orientación educativa, enfrentando las dificultades antes descritas, a través de la intervención coordinada y organizada de profesionales de la radio, de la orientación educativa y de los propios estudiantes.

Así, también, frente al empobrecimiento de la radio comercial se

han realizado programas con una intencionalidad de comunicación educativa y cultural en estaciones del Instituto Mexicano de la Radio, Radio Universidad y Radio Educación. En éstas se puede producir y transmitir la serie aquí propuesta.

Del mismo modo en las entidades federativas hay estaciones culturales que pueden desarrollar programas de orientación educativa retomando, por un lado, las exigencias regionales estatales, y locales y, por el otro, fortaleciendo el proceso de descentralización que impulsa el propio Estado (ver anexo 3).

La presente serie pretende alcanzar la audiencia definida por los jóvenes de secundaria.

Para ello la concepción y diseño de la estructura de la serie se ha de prestar a la expresión de las verdades de estos estudiantes y a la confrontación de los mensajes con su realidad. Así como a la comprensión de situaciones, por ejemplo, de la saturación de ciertas carreras y la falta de espacios laborales para el ejercicio profesional.

Por lo anterior, la clave residirá en preparar y auspiciar una práctica participativa. Esta no ha de reducirse al modelo de la autoexpresión, en el cual los educandos toman la palabra.

En la dimensión de la práctica participativa, la serie de orientación ha de partir de la realidad concreta del destinatario, para después elaborar mensajes radiofónicos que lo inciten a reflexionar y a asumir un compromiso con su entorno. *

De hecho, quienes escuchan la radio lo hacen motivados no

únicamente por pasatiempo. El oyente, muchas veces, está ansioso por obtener de las emisiones explicación o consejo sobre diversos asuntos que le ayuden a ubicarse en su realidad.⁵ Por ello, las emisiones radiales han de proporcionarle información relevante y valiosa para su planeación profesional.

No hay que olvidar que la creatividad debe ser complementaria al ejercicio de la actividad profesional radiofónica para lograr la armonía entre los recursos técnicos y los expresivos en emisiones atractivas, entretenidas y de contenidos sustanciales.⁶

Con estas exigencias sumadas a objetivos bien definidos en cada programa y a una permanente evaluación de la serie, llegar a diversos y amplios grupos de estudiantes que eligen carrera.

Sería ilusorio plantear que la presente propuesta radiofónica u otras semejantes solucionarán el problema de la desorientación de los jóvenes; sí, en cambio, se puede sostener que es una vía conveniente que ayuda a informar y sensibilizar a los diversos públicos sobre las nuevas carreras, las desconocidas, las prioritarias, las no saturadas, las técnicas, etcétera.

3.2. Objetivos general y específicos

Al proyectar un programa de radio, el primer paso es definir su objetivo, establecer para qué se realizará.⁷

- Objetivo general:

Ofrecer a los estudiantes de secundaria, los elementos

informativos necesarios para la planeación de sus estudios de nivel medio superior.

- Objetivos específicos:

a) Sensibilizar a los estudiantes acerca de la importancia de planear adecuadamente sus estudios.

b) Ofrecer un panorama general de las modalidades y opciones educativas en el nivel medio superior.

c) Interesar a los jóvenes por los niveles de técnico medio y superior, sobre todo en las carreras de mayores posibilidades para emplearse.

d) Alentar las áreas de las ciencias exactas y naturales, las agropecuarias, las ingenierías y las tecnologías.

e) Familiarizar a los estudiantes con los diferentes servicios del sector educativo de orientación.

f) Motivar a los estudiantes para que por ellos mismos busquen mayor información sobre las opciones educativas.

g) Sensibilizar a los padres de familia, maestros y orientadores sobre la necesidad de estar informados sobre las alternativas de estudio con el fin de que dialoguen con los jóvenes.

A continuación se exponen los elementos indispensables para la comprensión de la serie radiofónica.

3.3. Definición de la serie radiofónica

3.3.1. Perfil de audiencia

La serie radiofónica se diseña para los estudiantes de secundaria. Público conformado por jóvenes, cuya edad fluctúa entre los once y diecinueve años. En tal audiencia se piensa, también, en los jóvenes que han interrumpido sus estudios y en quienes ya terminaron este nivel pero que no han elegido carrera. El idear la serie para tales destinatarios se basa en el siguiente contexto:

En primer lugar, según cifras, de la totalidad de la población actual del país, el diecisiete por ciento cursa la secundaria, aproximadamente cuatro millones de estudiantes.⁹ Por lo tanto, es la población que de inmediato o en un futuro próximo requerirá integrarse a niveles educativos subsiguientes.

En una encuesta realizada en una feria de opciones educativas (Exporionta 87) se registró que el más alto porcentaje de sus visitantes fueron estudiantes de secundaria. Esta misma encuesta indicó otras características importantes que de manera resumida se presentan en el anexo 4.

También estos estudiantes constituyen una oferta potencial para el mercado de trabajo. De aquí que, la orientación educativa debe procurar una especial atención a los jóvenes que están por egresar de secundaria, con el fin de informarles de las profesiones que pueden ajustarse a sus intereses y a las que el país requiere.

Cabe señalar que el nivel de secundaria es apropiado para que el individuo pueda planear sus estudios porque es a partir de la educación media superior donde ya existe una diversidad de instituciones y carreras entre las que se puede escoger.⁷ Y ante todo, porque la información que manejan los jóvenes acerca de las oportunidades de estudio es muy incipiente.

En segundo lugar, la crisis de identidad que viven los jóvenes en este nivel se acentúa por la necesidad de ubicación en la realidad social. El estudiante no ha dado respuesta acerca de: quién es él mismo, quién quisiera, debe o puede ser. Búsqueda de identidad, acompañada de cambios de diferente orden:

Las modificaciones que el organismo sufre, como resultado del desarrollo de los caracteres sexuales secundarios y de las nuevas proporciones corporales, se encuentran aunadas a un cambio en la conciencia de sí mismo que posee el adolescente, y lo lleva a la necesidad de planificación característica de este periodo, que abarca desde el problema de la ubicación del hombre frente al mundo, hasta los hechos más insignificantes de la vida cotidiana.⁸

El adolescente de secundaria atraviesa etapas críticas que se observan en los muchos problemas que tiene en su actividad familiar y académica. De éstos sobresalen:¹¹

-Problemas de comunicación con sus compañeros de grupo y profesores.

-Dificultades en el estudio de algunos campos disciplinarios (física, matemáticas y química).

- Desobediencia de las normas establecidas por la escuela.
- Falta de espacios para analizar los aspectos sociales que son de interés común entre los estudiantes.
- Insuficiente orientación vocacional.
- Problemas familiares.

En tercer lugar, la escuela secundaria en México ha sido una institución básicamente represiva y conservadora porque persigue el formar individuos que no se rebelen ante la autoridad o, en sentido amplio, al sistema social vigente. Por lo tanto, es casi nula su función transformadora y concientizadora de la realidad social.¹²

En este nivel educativo se reproducen de manera vertical, las relaciones de poder que van desde la Dirección de Enseñanza Media de la SEP, hasta llegar al alumno. A quien le está vedado el derecho de opinar o disentir sobre las prácticas de control y represión de las que es objeto. En la actividad orientadora se ha ejercido la función de castigar a los infractores de las normas y los reglamentos.¹³

Con esta línea, el papel de estudiante se ha reducido a obedecer órdenes bajo una formación escolar pasiva. Lo que propicia, en lo académico, que el joven acumule conocimiento al margen de sus posibilidades de reflexión y crítica.

En cuarto lugar, la mayoría de los orientadores de las escuelas de educación media básica se caracterizan por:¹⁴

- Actuar de manera autoritaria y paternalista. Esto se manifiesta cuando condenan o acusan las deficiencias del alumno ante la presencia de sus compañeros o de sus padres.
- Establecer una comunicación en la cual es limitada la participación del estudiante.
- Desconocer el esfuerzo y la capacidad de los alumnos en las actividades escolares.
- Ignorar las aspiraciones del estudiante.

En estas circunstancias resulta fácil suponer que la tarea del orientador se desempeña sin la participación del interesado y fuera de todo análisis sobre carreras y escuelas.

Para contribuir en la solución de estos problemas, la serie radial debe encauzar a los jóvenes y adultos al cuestionamiento de comportamientos paternalistas y autoritarios, comunes en la actividad orientadora. A fin de que se recobre una comunicación de carácter ambivalente. Mediante la cual, padres, maestros, orientadores y estudiantes puedan analizar conjuntamente los diferentes problemas de orientación. En este punto debe quedar claro que en la elección profesional ha de prevalecer la libre voluntad del estudiante.

La serie radiofónica brindará al muchacho elementos informativos que le permitan entender que el elegir carrera no es un asunto de vocación innata sino que como individuo multipotencial debe, sin coerción alguna, analizar varias áreas profesionales y asumir conscientemente los riesgos al decidirse por determinada carrera.

3.3.2. Formato y estructura de los programas de orientación educativa

Como punto de partida hay que definir un elemento importantísimo. El cual como lo anticipa Kaplún:

Además de saber qué vamos a decir, para qué lo vamos a decir y a quién se lo vamos a decir, es preciso hallar cómo lo vamos a decir de una manera original, interesante y, a la vez, pedagógicamente eficaz.¹³

Es decir, cómo se concibe la estructura formal radiofónica del programa para hacer viables y comprensibles los contenidos de orientación.

Existen dos puntos de partida para desarrollar una serie radiofónica:¹⁴

a) de los contenidos concretos que nos proponemos comunicar, de la temática definida que deseamos abordar.

De aquí, se determina el formato y la estructura de la serie.

b) o bien de una estructura previamente determinada. En este caso escogemos un formato que consideramos educativo, de ricas y variadas posibilidades, y que se adecúa bien a un mensaje.

Para la presente serie se ha optado por el segundo camino. ¿Cuál es este formato para el programa?:

...el mejor que se adecúe a la temática que nos proponemos tratar. Si los temas tienen sustancia dramática, empleemos el radiodrama; si son más bien expositivos (información, divulgación de conocimientos), optemos por el reportaje, o por el diálogo didáctico o por la entrevista.¹⁷

En realidad, los problemas de desinformación profesiográfica ofrecen materia dramática y también son motivo de contenidos informativos.

Para ambos casos, se persigue utilizar recursos radiofónicos dinámicos, originales y atractivos para el público destinatario. Por ello, en primera instancia, hay que evitar la inadecuada elección de un formato radial.¹⁸

De aquí, que no se justifique ningún acercamiento a modelos antiradiofónicos como puede ser el monólogo, sobre todo cuando no es realizado con el suficiente profesionalismo. Con mayor razón, hay que descartar modelos rutinarios, nada novedosos, si se piensa que el joven rehúye a toda relación unilateral entre orientador y alumno, así como a todo lo que se asemeje al discurso cerrado del maestro y a la disciplina autoritaria de la secundaria.

Se propone entonces, una estructura radiofónica que haga uso de formatos diferentes. Así:

Podemos idear programas que amalgamen varios... modelos, o que contengan una variedad de elementos tomados de distintos formatos, dando así, por combinación, nuevos esquemas.¹⁹

Aunque, en sentido estricto, el formato elegido es la radiorevista, la cual tiene la:

...capacidad de contener todos los formatos radiofónicos conocidos y por inventar, así como toda la variedad posible de temas: la entrevista, el reportaje, el radiodrama, la charla, el diálogo, la mesa redonda, la noticia, el comentario, la crónica, el sociodrama, etc.²⁰

Para la radiorevista de orientación educativa, se indican enseguida los diferentes componentes que incluirá y por qué razones se eligieron.

Formato de radiodrama. Tiene la ventaja de sugerir los mensajes de manera implícita en el curso de la acción dramática. Permite presentar situaciones concretas mediante personajes que sienten y piensan como el oyente. Esta familiaridad con los acontecimientos le facilita la decodificación de los mensajes. La emoción se alterna con el intelecto y favorece la participación de la audiencia.

En el drama radiofónico la concentración del oyente se facilita más... No hay modo más eficiente de hacer uso de la sugestión del medio radiofónico que la producción de un drama... El diálogo es siempre más atractivo que el discurso, porque no dice las cosas directamente sino que las sugiere... Este género activa la fantasía y la inteligencia de los oyentes...²¹

Por otra parte, el radiodrama:

Es el más activo; y, paradójicamente, siendo la más de las veces una ficción, el que más se acerca a la vida real. En lugar de un locutor narrando una historia, los personajes de la historia se animan y hablan por sí mismos, en las voces de los actores que los encarnan.²²

Las dramatizaciones mostrarán los conflictos que protagonizan los estudiantes en el proceso de la elección de carrera.

Con este fin, el radiodrama seriado resulta el más indicado porque en:

...cada capítulo presenta una trama independiente, que puede ser seguida y comprendida sin necesidad de haber escuchado los capítulos anteriores (a lo sumo, si alguna historia es muy extensa, se le presenta excepcionalmente en dos o tres capítulos); pero hay un personaje central o un grupo de personajes que es fijo y permanente y da continuidad a la serie.²³

En lo referente al género radiodrama, Kaplún lo califica como noble medio de expresión. Su preferencia responde a criterios de carácter pedagógico, que a continuación se resumen:²⁴

1. Dinámico, utiliza varios recursos y evita la monotonía.
2. Fuente de imágenes auditivas y de elementos de sugestión que motiva la imaginación.
3. Expresivo a través de los recursos de la música y los efectos de sonido.

4. Comunica emotivamente y de manera personal al perceptor.
5. Humano, recurre a situaciones concretas donde los actores son los propios hombres y no a conceptos.
6. Establece relaciones empáticas: personajes y situaciones con las cuales el oyente se identifica.
7. Ateuúa la unidireccionalidad del mensaje. El oyente se siente reflejado ante personajes que son como él.
8. Abierto con mayor fluidez a diferentes opiniones sobre un mismo asunto.
9. Movilizador, incentiva el razonamiento ya que el mensaje está implícito en el drama. El oyente obtiene sus propias conclusiones.
10. Agil, redunda las ideas principales a través de diálogos y situaciones.

Formato de entrevista. Se le define como un diálogo basado en preguntas y respuestas:

El entrevistador es el hombre de radio, el periodista que pregunta; el entrevistado es alguien ajeno al medio que, al responder a las preguntas del primero, aporta una información, una opinión o un testimonio que se supone interesa al oyente.²⁵

De tal forma, que cada programa contará con una breve entrevista a profesionales de las distintas ramas del conocimiento. Se podrán alternar entrevistas en vivo, grabadas en estudio o en locaciones.

Las entrevistas van a proporcionar argumentos sobre la importancia social de las carreras y conferir validez al programa. Por supuesto, el entrevistado deberá ser una persona experimentada que conozca su campo profesional. A su vez, el entrevistador deberá procurar obtener la información necesaria y, en todo caso, editará el material de audio para rescatar comentarios valiosos y desechar aquellos superficiales o ambiguos.

Estos dos componentes, el radiodrama y la entrevista, se han de articular dinámicamente al programa. Esto gracias al papel de los conductores (una y un estudiante de secundaria), quienes en la serie propuesta:

...saludan a los oyentes; les anuncian los espacios del día... comentan alguna noticia de relieve, dan un juicio. Anuncian las secciones o espacios, y luego vuelven a establecer contacto con el oyente; comentan, y así sucesivamente hasta el final, cuando se despiden.²⁶

Esta pareja significa "el rostro del programa, las voces amigas. Con ellas se identifica el oyente, y la siente como algo suyo."²⁷

Estos conductores a su vez, contarán con la compañía de otra pareja para formar un grupo de cuatro personajes. Todos ellos organizan actividades de investigación profesiográfica con la finalidad de planear sus estudios de nivel medio superior.

En cada programa este cuarteto da origen a dramatizaciones amenas

donde ellos mismos escenifican historias conflictivas a propósito de la orientación educativa dentro del hogar, en la escuela o en la calle.

La razón de colocar en primer lugar la sección dramatizada obedece a que se comparte el siguiente juicio:

No es lo mismo comenzar por un espacio llamativo, ágil y breve, que por otro más reposado, más largo, más profundo. A lo largo del programa, se va produciendo una adaptación psicológica del oyente, quien va entrando, se va serenando, y se va capacitando para profundizar más. Es un proceso gradual en que no conviene saltar etapas.²⁶

Después los conductores informan sobre las escuelas y carreras para después pasar a la sección de entrevista. Finalmente, reiteran la información más relevante.

Así, pues, la redundancia se torna más intensa cuando se retoma una idea en un contexto diferente al inicial. Es decir, redundar los mensajes más sobresalientes con recursos tales como enfatizar con música, vocalizar lentamente una frase o después de una idea relevante poner una cortina musical que motive la reflexión del oyente, etcétera.²⁷

En nuestra serie es preferible abordar en cada emisión pocos mensajes. En caso contrario, si recargamos los guiones con muchas ideas, además de saturar al radioescucha, en la premura de decirlo todo, no se tendrá la oportunidad de redundar adecuadamente las ideas centrales del programa.³⁰

Otro punto de suma importancia es el papel de la música en el programa:

Sin música, la radiorevista se hace densa. La música puede irse ensartando entre las cuentas del collar, no sólo para separar un espacio del otro, sino también para recoger el mismo mensaje que ha sido canalizado por el espacio precedente... La música, la canción, no es sólo un adorno para que el oyente descanse... Es una forma de enfocar el mismo tema desde la perspectiva de la música y la poesía.³¹

Para la serie de orientación educativa se musicalizará básicamente con rock contemporáneo en español, eligiendo aquellas piezas musicales que se adecúen a la intención y contenido del programa. No tiene sentido para esta serie utilizar la música como relleno.

Nuestra definición del género musical (rock) recupera las experiencias de otros programas que han comprobado su amplia aceptación, entre otros factores por la cuidadosa selección de las canciones, es el caso por ejemplo de la serie para adolescentes "Estrenando cuerpo"³² que transmite Radio Educación.

En el caso particular de las dramatizaciones, la música contribuye como signo expresivo a sugerir ambientes, describir estados de ánimo o enfatizar algún suceso.

En cada emisión, se pide al auditorio que escriba sus comentarios dudas y sugerencias para considerarlas en la realización de los programas subsiguientes e interpretarlas para la evaluación final de la serie.

³²Estrenando cuerpo, XEIP, 17:00 hrs., México, D.F., Marta Pardo, productora.

Por último, se toma en cuenta un elemento más, el humor. En:

La radiorevista... permite que el oyente sonría, y a veces suelte una carcajada. Los conductores deben llevar el programa con simpatía, con humor, dejando sentir al oyente que se sienten contentos de estar con ellos, de acompañarlos...³²

De esta forma, tanto los conductores como los estudiantes que sean invitados a los programas bromearán entre ellos y recrearán situaciones divertidas con el sentido de recobrar la frescura y espontaneidad propias de los estudiantes de secundaria.

Por último, hay que mencionar que una actitud constante de los conductores durante la serie será que siempre motivarán a los radioescuchas para que por su propia cuenta analicen y busquen mayor información en torno a la actividad profesional de su interés. Para ello, se ofrecerán los teléfonos y las direcciones de los lugares que prestan servicios de orientación.

Llegado a este punto se define la estructura del programa de la siguiente manera:

Formato: Programas grabados en estudio o en vivo con duración de treinta minutos de formato radiorevista.

No. de programas: 57 programas (37 grabados en estudio y 20 en vivo).

Sinopsis: Los programas se desarrollan con cuatro personajes quienes representan a jóvenes de secundaria. Ellos de una manera original platican sus vivencias, conflictos, dilemas, etcétera en

torno a la planeación de sus estudios. También han emprendido la búsqueda sistemática de información sobre instituciones y carreras, básicamente, de educación media superior para ofrecerla a los radioescuchas de manera clara y precisa.

El programa no presenta rigidez en el paso de una sección a otra. El ritmo ágil de la emisión permite alternar un drama sobre problemas de desinformación profesiográfica. En otro momento pueden haber breves reportajes sobre las profesiones con entrevistas a estudiantes, autoridades educativas, orientadores y profesionales (ya sea en vivo o grabadas en exteriores), música, chistes, lectura de poemas, etcétera. Todo ello en un clima de compañerismo y buen humor que den frescura a la serie. Finalmente, se invita al público a que por correo envíe sus preguntas y sugerencias.

Como recomendación los programas en vivo deben planearse para los periodos de inscripciones escolares porque, de este modo, se atienden por correspondencia o vía telefónica a las inquietudes de los estudiantes, de manera precisa y oportuna.

3.3.3. Personajes

En la serie de "¡Chispas tenemos las pistas!", se piensa en el proceso comunicativo radiofónico que se ha de establecer entre el programa y el público. Por lo cual, si se quiere realmente llegar a los oyentes hay que procurar que se identifiquen con los personajes. De lo contrario, es fácil suponer que, al emprender una invención fortuita de éstos, el radioescucha no les conferirá credibilidad alguna.

Sin un cierto grado de identificación, la comunicación no se establece. La identificación está en la base misma de todo proceso de comunicación.³³

Así, cuando se logre que el público mantenga una relación afectiva con determinados personajes se asegura la atención hacia la serie. Ahora bien, también será necesario equilibrar este elemento de identificación con el de la crítica³⁴ y junto con ello no descuidar, en los contenidos, los intereses de los estudiantes.

En la creación de los personajes que configuran la serie se retoma la siguiente opinión:

Tendemos a construir nuestros personajes como queremos que sean, como "deben ser" para transmitir nuestro mensaje con rotundidad y a menudo nos olvidamos como son. Aplicamos allí esquemas previos muy simplistas y fallamos en nuestra obligación de observar y analizar la realidad.³⁵

Para evitar falsedades y esquematismos, se plantea que en el programa de corte juvenil, jóvenes de diferentes edades intervengan como conductores y actores. No necesariamente han de serlo de profesión, pero sí con cualidades para improvisar y captar la dinámica de la serie.

Naturalmente, en la dirección de los jóvenes, por parte del realizador, reside la clave para obtener de ellos las cualidades de caracterización requeridas para la serie.

De este modo, qué mejor que los personajes estén representados

por los protagonistas reales, es decir, por estudiantes de secundaria.

Con esta misma línea, la fuente de las historias serán los propios estudiantes que al ser entrevistados expresarán sus experiencias (con sus padres, amigos, maestros y orientadores) en torno a orientación. Aquellas se recrearán a través de dramatizaciones. Ello con el fin de sensibilizar y motivar la reflexión del público sobre los conflictos más comunes que se suscitan por la falta de información profesiográfica.

Por supuesto, en radio los personajes se cristalizan a través de las palabras. Por ello, es básico que en las emisiones sus sentimientos, deseos y emociones suenen con claridad y viveza.

La seguridad que encarnen los personajes dependerá de la capacidad de cada participante para hacer surgir un personaje distintivo, que exprese de manera natural defectos, imaginación, recuerdos, emociones y deseos.

En el anexo 5 se presentan, a manera de ejemplo, las características generales de los personajes. Las cuales, en ningún momento, sustituyen la personalidad propia de quienes conduzcan y actúen en los programas.

3.3.4. Lenguaje radiofónico

Se suele cometer el error de utilizar un lenguaje divorciado del oyente con vocablos especializados y de difícil comprensión. Por lo tanto, cuando se escribe para la radio hay que adecuar el

código de acuerdo a los destinatarios. De esta manera, los diferentes significados de los mensajes tienen una mayor probabilidad de que los capte el público.

El lenguaje hablado constituye uno de los recursos fundamentales del medio radiofónico para identificarse con el perceptor. A diferencia de un medio audiovisual que presenta la realidad mediante imágenes, la radio retrata esta realidad por medio de la palabra hablada. Si el destinatario escucha a alguien que habla como él se establece un vínculo de identificación importante. Lenguaje que, además, responde a un contexto social determinado.

Por lo anterior, es entonces decisivo el manejo de un código lingüístico común al comunicar. En este sentido, si las palabras que se emplean no están en el código del destinatario no podrá asociar los signos a sus experiencias.³⁶

El comunicador de radio tiene que rescatar del código oral popular la riqueza de vocablos, expresiones, dichos, etcétera, que reflejan las vivencias y experiencias del público.³⁷ Por eso, en la serie de orientación educativa, los personajes se expresarán como realmente lo hace el grueso de los jóvenes de secundaria.

Se sabe que entre zonas urbanas (sur, norte, etcétera), colonias y barrios hay diferencias entre las formas y términos utilizados para hablar. Sin embargo, hay expresiones y palabras que figuran, casi siempre, en el lenguaje de los jóvenes como "que padre", "que buena onda", "juega", "nel", "me late", "rollo", etcétera. Estas expresiones de uso común son objeto de atención para elaborar los guiones de la serie aquí propuesta.

Puede objetarse que el uso de términos populares, en muchos casos, calificados de altisonantes o vulgares, empobrecen nuestro lenguaje en sentido inverso a una perspectiva educativa. Una polémica en tal sentido nos lleva a pensar, al margen de criterios que pueden ser válidos o no, en la necesidad de incorporar nuevas palabras al vocabulario de los jóvenes. No tanto con la intención de que hablen "bien" sino con la idea de que un repertorio mayor de palabras les permitirá desarrollar su pensamiento y acceder a lecturas de diverso grado de complejidad. Entonces, el guionista, al hacer coincidir el lenguaje con el del oyente tiene la posibilidad de enriquecer el guión con palabras precisas que aportan conocimiento o ayudan a comprender un asunto. En este caso, un nuevo vocabulario hay que explicarlo con ejemplos de modo que el perceptor lo integre a su código verbal.

3.3.5. Título de la serie radiofónica

El título de la serie de programas radiofónicos se elaboró considerando los siguientes criterios:

- Que confiera una personalidad al programa
- Que sea atractivo y original
- Que sea sugerente con respecto al contenido del programa
- Que se forme con expresiones coloquiales propias de los jóvenes
- Que sea fácil de memorizar y de pronunciar expresivamente

El título más indicado que cumple con cada uno de los criterios

es el de "¡Chispas tenemos las pistas!". Este se compone de una interjección, ¡Chispa!, que denota admiración o viveza de ingenio y que en frases figurativas como la de "ser uno una chispa", significa ser muy vivo o despierto.³⁴ Es, además, una palabra de uso corriente en el repertorio de expresiones juveniles. El sentido específico de chispas es de admiración. Luego viene el verbo tener, conjugado en la segunda persona del plural y en el tiempo presente, lo que sugiere una acción conjunta de tener pistas. Esta última palabra antecedida por un artículo, es una serie de "indicios o señales que pueden conducir a la averiguación de un hecho".³⁵ En la concepción del programa, las "pistas" son las informaciones que se van ofreciendo al público para que planee sus estudios. Por último, el título lleva signos de admiración con el fin de hacer expresiva su pronunciación, connotando entusiasmo.

El título encaja en la concepción general del programa que intenta promover en los estudiantes una actitud activa para que busquen la información profesigráfica.

Para escoger el título más acorde se hizo un listado de posibles denominaciones para el programa, ver anexo 6.

3.3.6. Propuesta temática

Primeros temas y títulos de programas.

TEMA: MODALIDADES DE EDUCACION MEDIA SUPERIOR E INSTITUCIONES QUE LAS OFRECEN (11 programas).

Objetivo particular. Familiarizar a los jóvenes sobre lo que son las modalidades educativas y lo que ofrece cada institución educativa del nivel medio superior.

1. Modalidades de Educación Media Superior e instituciones que las ofrecen. "¿Y después de la secundaria qué?".
2. Centros de Estudios Tecnológicos Industrial y de Servicios (CET). "¿Qué onda con las carreras técnicas?".
3. Instituto Politécnico Nacional/Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyT). ¿Qué rollo con los CECyT del Poli?"
4. Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica. "Sintonízate con la gente CONALEP".
5. Escuelas Preparatorias y Colegios de Ciencias y Humanidades. "La prepa y el CCH".
6. Colegio de Bachilleres. "¡Que buen plan ser bachiller!"
7. Sistema de Preparatoria Abierta. "Haz la prepa mientras trabajas".
8. Heroica Escuela Naval Militar. "Las opciones de la Escuela Naval Militar".

9. Secretaría de la Defensa Nacional: Escuela Militar de Tropas Especialistas de Fuerza Aérea, Escuela Militar de Oficiales de Sanidad y Heroico Colegio Militar. "Las carreras militares".

10. Centros de Educación Artística (CEDART) del Instituto Nacional de Bellas Artes. "La danza, la pintura y otras carreras artísticas".

11. Centros de Bachillerato Pedagógico. "¿Qué es el bachillerato pedagógico?"

TEMA: SERVICIOS DE ORIENTACION EDUCATIVA EN MEXICO.

Objetivo particular: Describir las características de los diferentes servicios institucionales de orientación educativa, indicando los datos precisos para acceder a ellos, del mismo modo, informar sobre fuentes de consulta como catálogos de carreras y otros medios impresos.

12. Servicios de orientación educativa en México. "On toy".

TEMA: CARRERAS DEL NIVEL BACHILLERATO TECNOLOGICO DE CARACTER BIVALENTE.

Objetivo particular: dar a conocer, seleccionando del amplio número de opciones educativas, dos o tres carreras técnicas representativas de cada institución del nivel medio superior tecnológico. Para ello, se ofrecerá, invariablemente, la siguiente información: denominación correcta de la carrera, importancia de la carrera, unidad educativa que la imparte, nivel educativo, modalidad educativa, modalidad de servicio, área de estudio, perfil profesional, campo de trabajo y estados de la República Mexicana en donde se ofrece.

13. Técnico agropecuario
14. Técnico forestal (DGETA)
15. Bachillerato tecnológico en suelos y fertilizantes
16. Bachillerato tecnológico en construcción
17. Bachillerato tecnológico en electrónica (DGET1)
18. Técnico profesional en acuicultura
19. Técnico profesional en equipo electrónico marino
20. Técnico profesional en procesamiento de productos pesqueros (DGCyTM)
21. Técnico laboratorista químico
22. Técnico en siderurgia
23. Técnico de sistemas electromecánicos (DGIT)
24. Laboratorista agrobiólogo
25. Mantenimiento de máquinas e instalaciones industriales
26. Máquinas - herramientas

TEMA: CARRERAS DE NIVEL MEDIO SUPERIOR TERMINAL

Objetivo particular: (El mismo anterior).

27. Técnico profesional en farmacéutica industrial

28. Técnico profesional en análisis industrial
29. Técnico profesional en petroquímica (DGRTI)
30. Técnico profesional u operario en pailería ligera
31. Técnico operacional u operario en trazada y cuantificación de obra. Centro de Estudios Tecnológicos Núm. 1 del IPN.
32. Técnico en alta tensión
33. Técnico en ingeniería de planta (CECyT)
34. Profesional técnico agrícola (horticultura)
35. Profesional técnico en nutrición
36. Profesional técnico contable administrativo
37. Profesional técnico en química industrial

TEMA: ELECCION DE ESTUDIOS DE NIVEL MEDIO SUPERIOR.

Objetivo particular: En periodos de inscripción, con base en una confiable estructura informativa y la intervención de personal actualizado, realizar emisiones en vivo para informar o resolver las dudas que por vía telefónica expresen los radioescuchas acerca de fechas y requisitos de ingreso a instituciones, exámenes de admisión, convocatorias, etcétera, tanto de instituciones de educación media superior como superior.

3.3.7. Contenidos

Para la serie radiofónica se distinguen dos clases de contenidos. Por un lado, están contemplados los problemas comunes que a propósito de la planeación de los estudios se presentan en las vivencias del estudiante dentro del ámbito familiar y escolar. Conflictos manifiestos en la interacción comunicativa entre jóvenes y adultos.

Se advierte que el abordar esta temática -además de ser muy extensa- puede llevar al reduccionismo de que todo caso de desorientación se resuelve con información profesiográfica, lo cual, en la realidad, resulta una falsedad. Hay múltiples factores sociales, económicos, psicológicos, etcétera que actúan en el proceso de elección de carrera. Por esto, habrá que identificar de esta vasta problemática aquellos casos vinculados con el fenómeno desinformativo de las opciones educativas.

Por lo tanto, se dramatizarán los problemas más ordinarios que afectan a la mayoría de estudiantes: imposición de carrera por parte de los padres; elección de carrera con base en el prestigio del título; el desconocimiento de carreras técnicas y tecnológicas; cambio de carrera por falta de orientación educativa, etcétera. Asuntos más ligados con la escasez de información profesiográfica.

Naturalmente, la fuente de estas historias serán las situaciones por las que los estudiantes pasan antes y después de haber elegido los estudios.

Para lo anterior es definitiva la capacidad del comunicador para entrar en contacto con los estudiantes, recoger sus vivencias y

"encarnar estos contenidos que vienen de la base en formatos dinámicos, amenos y radiofónicos". *°

Las representaciones dramatizadas de las experiencias cotidianas del estudiante constituirán el recurso para mostrar hechos nuevos. Y, en lo posible, ofrecer los elementos que encaucen el análisis y la búsqueda de las causas de las distorsiones en la información de las carreras.

Por otro lado, están los contenidos meramente informativos que atacan directamente la falta de información sobre los estudios, (carreras, planteles, servicios, etcétera) que ofrece el Sistema Educativo Nacional.

Conviene también delimitar la información profesiográfica puesto que hay material suficiente como para producir durante un año emisiones diarias sobre carreras diferentes y, aún así, sin agotar el material informativo. Por ello, hay que jerarquizar entre la gama de carreras aquellas poco conocidas, las prioritarias y las novedosas.

Una información básica de las profesiones ha de incluir:

1. Los problemas socioeconómicos en los que se inscribe e incide la carrera.
2. El campo ocupacional (posibles lugares del sector público y privado donde se puede trabajar).
3. La definición y principales actividades profesionales.

4. Relación de las instituciones que imparten las carreras y ubicación de los planteles.
5. Los teléfonos de servicios de orientación (como de TELJUVE o de instituciones educativas).
6. Los módulos escolares donde se pueda obtener mayor documentación sobre ubicación de planteles -fuera y dentro del Distrito Federal-, requisitos de ingreso, etcétera.

Sin duda, esta información básica ha de sugerir al interesado investigar con mayor profundidad y por cuenta propia.

Con respecto al orden que ha de seguirse en la presentación de los contenidos se toma en cuenta el siguiente parecer sobre el proceso radiofónico:

No proponer prematuramente formulaciones que, en lugar de ayudar a tomar conciencia, sólo generarían incomprensión y rechazo, por dirigirse a oyentes que aún no están en condiciones de asimilarlas (...)
Respetar a las personas es también respetar su ritmo, su capacidad de captación.⁴¹

Al compartir esta idea se procede a iniciar la serie con programas que brinden un panorama global de las instituciones educativas oficiales del nivel medio superior.

Con esta lógica, las emisiones posteriores contendrán la información específica de cada institución educativa incluyendo los siguientes aspectos:

1. Unidad responsable que ofrece servicios educativos.
2. Nivel.
3. Servicios que proporciona.
4. Modalidades.
5. Turnos.
6. Areas de estudio y denominación de carreras que se imparten.

La recopilación de la información necesaria para la elaboración de los guiones de contenido se ha de obtener de las fuentes documentales que aparecen en el anexo 7.

3.3.8. Duración

Las emisiones de radio tienen un límite de tiempo. Un programa prolongado puede fatigar o distraer al oyente. De aquí que, en un tiempo razonable, el programa de orientación educativa ha de presentar poca información con la suficiente redundancia, la cual "está en proporción inversa a la cantidad de información que es posible emitir dentro de un espacio o tiempo dado."⁴²

Como antes se indicó cada programa ha de abarcar pocos aspectos de un tema de orientación educativa para dejarlo claro a los radioescuchas y cumplir, por modesto que sea, el objetivo previsto; y no lo contrario, recargar la emisión con muchas ideas que, aún cuando todas fueran importantes, no podrían tener el debido tratamiento radiofónico.

En la práctica, las radiodifusoras planean su programación por horas y medias horas. Resulta más difícil a los programadores insertar en la barra de emisiones programas de diez o veinte minutos, a menos de que se trate de cápsulas de tres o cinco minutos que pueden acomodarse en los huecos entre un programa y otro. Pero en un breve lapso de tiempo no hay oportunidad de manejar la idea básica del programa en diferentes situaciones y con la adecuada reiteración.

Por lo anterior, las emisiones radiofónicas durarán treinta minutos, tiempo justo para el desarrollo de la radiorevista. Sin embargo, dado el carácter activo e inquieto de los estudiantes de secundaria, constituye un reto para el equipo productor de la serie cautivar la atención de este público más allá de los primeros quince minutos del programa. De modo que, ante el riesgo de la distracción del oyente, se antepone la capacidad del comunicador para realizar programas realmente interesantes y atractivos.

3.3.9. Frecuencia

Recomienda Kaplún que, en radiodifusión, "quizá sea preferible limitarse a producir dos buenos programas por semana que ofrecer todos los días media hora de rutina."⁴³

Esta opinión es relativa. Un buen programa si es interesante y tiene algo que ofrecer siempre tendrá público. En este punto lo importante radica en crear hábitos de audición por los cuales, el radioescucha sintonice el programa que le atrae. La rutina cuando aporta conocimientos y experiencias no resulta negativa al público.

Lo ideal sería transmitir el programa diariamente pero las limitaciones presupuestales en las radiodifusoras culturales son un serio obstáculo. Por tal razón, pueden producirse dos o tres programas a la semana y así, transmitir y retransmitirlos según los días y las horas en que el público intencional escucha más la radio.

Para determinar con certeza en qué horario los estudiantes de secundaria encienden el receptor en mayores intervalos de tiempo hay que recurrir a una encuesta de audiencia.

A modo de parámetro orienta el dato obtenido para el programa "Estrenando cuerpo", que indica que de lunes a viernes los adolescentes se acompañan de la radio cuando hacen la tarea; es decir, de cuatro a seis de la tarde para los del turno matutino y de diez a doce de la mañana para los del turno vespertino. Sin embargo, en los fines de semana es más difícil delimitar a que hora los estudiantes escuchan más la radio puesto que sus actividades difieren demasiado.

Así, como primer criterio, hay que facilitar a los jóvenes el encuentro con el programa. De esta forma se producirán dos emisiones por semana para difundirlas una, el lunes y la otra, el martes. En cada uno de estos días se pasarán dos ocasiones: a las once de la mañana y las seis de la tarde. Después retransmitirlas con los mismos horarios el miércoles y el jueves.

3.3.10. Costos

Hablar de costos permite reflexionar sobre los siguientes aspectos. Los sueldos de los trabajadores de las radios culturales son muy bajos, reflejo no sólo de la crisis económica sino de una explotación laboral. Existe una incomprensible miopía de las autoridades educativas del papel del medio radiofónico como prestador de servicios sociales.

Bajo la misma línea el presupuesto asignado a dichas estaciones es reducido, por lo cual no podrían absorber los costos de la radiorevista. En cambio, el SNOE y las principales instituciones educativas, por su compromiso con los estudiantes, deben y pueden aportar los recursos económicos para el pago justo de los investigadores, guionistas y del personal técnico, artístico y de producción necesarios.

Se sabe que los programas dinámicos son más caros porque requieren mayor inversión y recursos humanos. Pero al calcular el costo real de la radiorevista a través de relacionar los costos y el número de oyentes alcanzado** se constata, en realidad, la economía de este medio.

3.4. Guión piloto

TEMA Las modalidades educativas que existen en el nivel medio superior.

OBJETIVO GENERAL. Ofrecer a los jóvenes de secundaria un panorama general de las instituciones educativas que existen en el nivel medio superior.

ESTRUCTURACION DEL GUIÓN PILOTO

-Esquema del guión piloto

<u>Secciones</u>	<u>Descripción</u>	<u>Tiempo</u>
1 Introducción:	<p>-Se inicia la emisión del programa y rúbrica.</p> <p>-Se menciona el objetivo de la serie invitando a los jóvenes a que la escuchen.</p> <p>-Gina sin previa invitación llega a la cabina de radio.</p>	5'
2 Dramatización	<p>-Gina discute con su mamá, pues la primera aparentemente no ha mostrado interés por saber qué escuelas existen en el bachillerato. La madre intenta persuadirla para que estudie cierta carrera lo que es motivo de conflicto entre ambas.</p>	6'
3 Pieza musical		4'
4 Información	<p>-Nancy y Luis llegan al estudio y dan la información sobre alternativas de educación media superior.</p>	4'
5 Entrevistas	<p>-Mediante entrevistas se da a conocer la situación de jóvenes de secundaria a propósito de la elección de estudios de bachillerato.</p>	3'

6 Pieza musical

3'

7 Mensaje final

-Se remarca la importancia de informarse antes de elegir y se invita al público a enviar sus preguntas u opiniones por correo.

3'

Tiempo total 28'

Guión piloto*

Serie: ¡Chispas tenemos las pistas!

Núm. de programa: 1

Tema: Las modalidades de educación media superior

Guión de: Fabio Arenas

Objetivo del programa: Ofrecer un panorama general de las instituciones educativas que existen en el nivel medio superior.

Requerimientos humanos:

Dos voces masculinas

Tres voces femeninas

Requerimientos técnicos:

Música: "Bailando sin salir de casa" de Olé, olé.

"Mente rockera" de Three souls in my mind".

"Cuando seas grande" de Miguel Mateos.

"No puedo evitar el pensar en ti" de Duncan Dhu.

Efectos: Abrir y cerrar puertas, cubiertos y platos, teléfono, tocacintas.

FUENTE CONSULTADA: Alternativas de Educación en el Nivel Medio Superior, SEP/SNOE.

*Para la correcta elaboración del guión se consultó a:

Marco Julio Linares, "Radio" en: *El guión. Elementos, formatos y estructuras*, México, UAM Xochimilco, 1983, pp. 39-59.

Mario Kaplún, "La elaboración del guión: principios básicos" en: *Producción de programas de radio. El guión - la realización*, Quito, CIESPAL, 1978, pp. 277-296.

¡Chispas tenemos las pistas?

AUDIO

INDICACION TECNICA

- 1 RAFAEL (APURADO): ¡Rápido Martha pásame el micrófono!
- 2 MARTHA (NERVIOSA): Aquí tienes Rafa.
- 3 OP: EFECTO RUIDO DE MICROFONO EN MOVIMIENTO:
- 4 MARTHA (DANDOSE CUENTA): ¡Chispas! ya salimos al aire.
- 5 RAFAEL (ALARMADO): ¡Empezamos!
- 6 MARTHA (GRITANDO): ¡Entra música! Cinco, cuatro, tres,
7 dos....
- 8 OP: ENTRA MUSICA RUBRICA DEL PROGRAMA, SOSTIENE Y BAJA A FONDO
- 9 MARTHA: En ¡Chispas tenemos las pistas! hoy te
10 presentamos...
- 11 MARTHA Y RAFAEL (EN CORO): ¿Y después de la secundaria qué?
- 12 OP: BAJA MUSICA Y SALE
- 13 RAFAEL: ¿Cómo están amigos? ¡Hola Martha!
- 14 MARTHA: ¡Que tal Rafael!
- 15 RAFAEL: Te damos la bienvenida a esta tú
16 serie: ¡Chispas tenemos las pistas!
- 17 MARTHA: Un espacio radiofónico hecho por tí
18 que estás por decidir qué rayos
19 estudiarás después de la secundaria.
- 20 RAFAEL: Como sabrás, el planear nuestros
21 estudios es una onda efectiva como
22 estudiante. Pero cuáles son las
23 escuelas y qué carreras existen. Dicen
24 que son un resto.
- 25 MARTHA: Por eso, te invitamos a que nos sigas
26 la pista para saber que sigue después
27 de la secun.
- 28 RAFAEL (INTERRUMPIENDO): Este Martha... Martha.
- 29 RAFAEL (MOLESTO): ¡No me interrumpas Rafa!
- 30 RAFAEL: Discúlpame Martha pero acabo de ver
31 por el pasillo a nuestra compañera
32 Gina (ENTONACION DE QUE ESTA BIEN
33 FISICAMENTE) La chava bonita que trala
34 loco a medio salón.

- 1 MARTHA (INCRECUL.A):
 2 RAFAEL (EMOCIONADO):
 3 MARTHA:
 4 RAFAEL (CON PREMURA):
 5 OP: EFECTO RUIDO DE PUERTA QUE SE ABRE
 6 RAFAEL (GRITANDO):
 8 MARTHA (ENTUSIASMADA):
 9 GINÁ (TRISTE):
 0
 1
 2 RAFAEL (SOLICITO):
 3
 4 MARTHA (AFIRMANDO):
 5
 6 GINA:
 7 MARTHA:
 8 GINA:
 9
 0
 1 MARTHA (CONVENCIDA):
 2
 3
 4
 5 GINA:
 6 MARTHA (IMPACIENTE):
 7
 8
 9
 0 RAFAEL:
 1
 2
 3 MARTHA:
 4 GINA:
 5
 6
 7
 8
 9
 0 OP: BAJA VOLUMEN VOZ Y DESAPARECE

¿A Gina? ¿Qué hace aquí?

Quien sabe pero la vi chullísima.

Y qué esperas Rafa invítala al programa.

No me lo dices dos veces. Voy, voy.

¡Gina! ¡Gina! Ahí viene, ahí viene.

Pásale Gina.

Hola muchachos los andaba buscando.
 Por ahí me pasaron la nota de que
 ustedes me pueden ayudar.

¡Claro! Tú nada nada más dime en qué
 mamita, (RECTIFICANDO) perdón Gina.

Pero estás triste Gina parece que te
 peleaste con el novio.

No. Me pelié con mi mamá que es peor.

Que mal rollo. ¿Pues qué pasó?

Ella está aferrada en que tengo que
 estudiar para doctora. Si ni siquiera sé
 dónde haré el bachillerato.

Pues que suerte que veniste con
 nosotros Gina, porque precisamente hoy
 hablaremos de las escuelas donde
 podemos seguir estudiando.

¡Oye qué padre!

Nada más que la Nancy y el Luis, como
 siempre, ya se colgaron tenían que
 traer la información redactada y no
 aparecen.

Gina pues mientras los esperamos nos
 podrías platicar como estuvo el asunto
 con tu mami.

Si, sale.

No fue nada agradable. Llegué a casa
 a la hora de comer ya que durante la
 mañana fui con mis amigas al Centro a
 ver unas blusas bien monas pero
 icarísimas! Ah, pues les decía, llegué
 toda cansada y con mucha hambre...

1 OP: EFECTO RUIDOS DE CUBIERTOS Y PLATOS

- 2 MAMA: ¿Qué haces en la cocina?
- 3 GINA: Me estoy sirviendo de comer mamá.
- 4 MAMA (REPROCHANDO): Hija. ¿Es que no puedes esperarte a
5 que comamos juntas?
- 6 GINA (FIRME): Lo siento mami no puedo. Iré al cine
7 con mi novio y no quiero ser
8 impuntual. A él le choca estar
9 esperándome.
- 0 MAMA (IMPACIENTE): Mira hija, sé muy bien que quieres
1 aprovechar tu tiempo libre y más ahora
2 que ya terminaste la secundaria, pero
3 toda la santa semana te la has pasado
4 en el cine o con tus amigotas vagando
5 por ahí.
- 6 GINA: ¿Y cuál es el problema?
- 7 MAMA (SEVERA): El problema es que deberías permanecer
8 en casa, aquí, hay mucho quehacer para
9 que andes chacoteando.
- 0 GINA (QUEJANDOSE): No te azotes mamá. Ya chole con lavar y
1 trapear todos los sábados.
- 2 MAMA (EXALTADA): No me contestes así porque no soy
3 como tus amigas groseras.
- 4 GINA (ENOJADA): Mamá no te metas con mis amigas.
- 5 MAMA (CONVINCENTE): Además tú sabes muy bien Gina que me
6 intereso por tu futuro. Debes estar
7 conciente que entrarás de nuevo a la
8 escuela Y pues yo quisiera que
9 estudies medicina. Fíjate yo no pude
0 hacerlo. Me casé muy joven. Y bien tú
1 puedes darme esa satisfacción: una
2 doctora en casa.
- 3 GINA: Mamá si los tacos de moronga no me
4 gustan, ver la sangre líquida, roja,
5 menos. Yo no voy a ser doctora por
6 darte gusto.
- 7 MAMA (INFLEXIBLE): Pues yo no sé, pero quiero que seas
8 doctora. A ver dime qué otra carrera
9 conoces.
- 0 GINA: No sé todavía. Pero eso sí, no seré
1 doctora nada más para que le andes
2 presumiendo a Elenita la vecina.
- 3 MAMA: Qué bueno que mencionas a Elenita, su
4 hija está estudiando para dentista.

- 1 GINA (DESMINTIENDO): Lo que no sabes más es que la hija de
2 Elenita ya esta harta de ver dientes,
3 no soporta ni los de elote.
- 4 MAMA (SEGURA): ¿Por qué si la carrera deja mucho dinero?
- 5 GINA: Eso está por verse, su novio se
6 recibió de dentista y mejor anda
7 vendiendo zapatos en los tianguis.
8 Además la hija de Elenita entró a la
9 carrera de odontología no por agrado
10 sino por imitar precisamente al novio.
- 11 MAMA: Está bien hija será el sereno pero si
12 quieres mi apoyo y el de tu padre nos
13 tienes que convencer de que tu
14 decisión por otra carrera vale la
15 pena.
- 16 GINA: Está bien mamá les voy a demostrar que
17 hay muchas otras escuelas con carreras
18 interesantes.
- 19 MAMA: Pues no te creo. Por lo pronto arregla
20 tu cuarto está hecho un desorden.
- 21 GINA: En este momento no puedo.
- 22 MAMA: ¿Cómo que no puedes?
- 23 GINA: Ya te avisé que voy al cine.
- 24 MAMA: No me sales a ninguna parte.
- 25 GINA: Pues sí.
- 26 MAMA: Pues no.
- 27 GINA (DETERMINANTE): Pues sí.
- 28 OP: EFECTO RUIDO DE TIMBRE TELEFONICO, SUENA DOS VECES
- 29 GINA (FASTIDIADA): Ya mamá voy a contestar.
- 30 OP: EFECTO RUIDO DESCOLGAR TELEFONO
- 31 GINA (ASOMBRADA): Bueno, hola. ¿Qué paso mi amor? En un
32 momentito salgo.
- 33 NOVIO: (FILTRÓ) Fíjate Gina que no vamos al
34 cine porque me acordé que tengo que
35 hacer otras cosas.
- 36 GINA (CORTANTE): Más importantes que yo verdad. No te
37 preocupes. Hasta luego.

1 OP: EFECTO RUIDO CUELGA TELEFONO

- 2 MAMA: ¿Quién era hija?
 3 GINA (ENOJADA Y PARA ELLA): Me dejaron plantada (TRANSICION).
 4 No importa ya sé a donde ir.
 5 MAMA: ¿Qué dices hija?
 6 GINA: Nada mamá, ahorita regreso.
 7 MAMA: Ahí vas otra vez condenada muchacha.

5 OP: FUENTE MUSICAL (ALEGRE) "BAILANDO SIN SALIR DE CASA" DE OLE, OLE

- 6 MARTHA: Gina, lo que sucedió con tu mamá no es
 7 motivo para que estés apachurrada.
 8 GINA: Si no estoy apachurrada Martha.
 9 RAFAEL (SUGESTIVO): Ya lo veo.
 10 MARTHA: Después de todo no vas a prepararte en
 11 una carrera que no te convence.
 12 Actualmente hay muchas profesiones
 13 para elegir la que más nos guste y
 14 la que de chance de trabajar.
 15 RAFAEL: Claro Gina no tenemos que conformarnos
 16 con lo que dicen los papás o los
 17 amigos debemos buscar información y
 18 pensar antes de elegir nuestros
 19 estudios.
 20 GINA: Estoy de acuerdo muchachos pero...
 21 ¿ustedes ya saben qué y dónde
 22 estudiar?

23 OP: ENTRA PIEZA MUSICAL "MENTE ROCKERA" DE THREE SOULS IN MY MIND24 OP: EFECTO RUIDO DE PUERTA QUE SE ABRE

- 25 NANCY: ¡Que tal a todos!
 26 RAFAEL (MOLESTO): ¿Nancy, Luis, por qué llegan tan tarde?
 27 LUIS (CANTANDO): Que será de mi vida qué será.
 28 NANCY (JUSTIFICANDO): Este Luis que se equivocó de camión y
 29 tuvimos que caminar bastante para
 30 llegar aquí.
 31 LUIS: Ya bájale.
 32 RAFAEL: Pero trajeron las pistas.
 33 LUIS: Y tú que crees maestro.
 34 RAFAEL: Pues adelante lean la información.

¿Quién comienza?

1
2 LUIS:

¡Yo primero! Yo redacté el reporte.

3 MARTHA:

No tú hasta el último.

4 GINA:

Mejor que lea Nancy.

5 TODOS:

¡Sí Nancy! ¡Eh bravo! (APLAUSOS)

6 NANCY:

Haber aquí la tengo. (LEE) Después de la secundaria podemos escoger entre varias escuelas de educación media superior (SE LE VA LA VOZ Y CARRASPEA). Cada institución ofrece algo en particular. Si quieres recibirte como profesional técnico estudia en los Centros de Estudios Tecnológicos o en el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica.

7
8
9
0
1
2
3
4
5
6 LUIS (GRITANDO):

Mejor conocido como CONALEP.

7 NANCY (MOLESTA):

Ya Luis. Yo estoy dando la información no tú.

8
9 LUIS:

Bueno, yo nada más decía.

0 GINA:

Oye Nancy. ¿Hay carreras tecnológicas para ser licenciada?

1
2 NANCY:

Allá voy, tú puedes llegar a ser técnico profesional o si prefieres puedes continuar hacia la licenciatura si entras a... déjame ver, aquí está, a los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos del Instituto Politécnico Nacional o a los Centros de Estudios Tecnológicos.

3
4
5
6
7
8
9
0 LUIS:

Oigan quién me dá un chiclet por hay.

1 TODOS:

(CALLAN) ¡Shit!

2 NANCY:

Otro chance después de la secundaria es hacer el bachillerato propedéutico

3
4 GINA:

¿Qué significa eso?

5 NANCY:

Mira Gina, precisamente busqué en el diccionario y propedéutico significa una enseñanza que te prepara para que después estudies un arte o una disciplina científica.

6
7
8
9
0 GINA:

Y qué escuelas son las prope... propedéuticas.

1

Pues el Colegio de Bachilleres, la Escuela Nacional Preparatoria y el Colegio de Ciencias y Humanidades. En estas escuelas te preparan para que luego elijas una carrera profesional de nivel licenciatura.

7 RAFAEL:

Oye Nancy si necesito chambear y no me da tiempo de ir a la escuela.

9 NANCY:

Si necesitas trabajar y deseas también estudiar. Entonces...

11 LUIS (INTERRUMPIENDO):

Pues entonces le llegas a la Prepa Abierta, al Colegio de Bachilleres o a los Centros de Estudios Tecnológicos. En estas escuelas, gracias a la modalidad abierta, estudias por tu cuenta en tus ratos libres y haces tu bachillerato. ¿Que tal eh? Qué me-mo-ria.

19 GINA:

¿Y si por ejemplo quisiera estudiar para bailarina o pintora?

21 LUIS:

(TROMPETILLA)

22 NANCY:

Para eso está la educación especializada de los centros de Educación Artística del Instituto Nacional de Bellas Artes. Si prefieres ser maestro puedes ingresar a los Centros de Bachillerato Pedagógico o qué... qué dice aquí... Luis no le entiendo a tu mugre letra.

30 LUIS:

A ver trae acá... dice... escuelas de formación de Oficiales Navales y del Ejército y la Fuerza Aérea. En estas estudias carreras militares.

34 RAFAEL:

Nancy si queremos mayor información, por ejemplo de las carreras o las direcciones de los planteles. ¿Dónde podemos preguntar?

38 NANCY:

Si deseas más información de las escuelas puedes ir a los Centros de Información del SNOE.

41 RAFAEL:

¿Cómo dices que dice?

42 NANCY:

Centros de información del Sistema Nacional de Orientación Educativa o llama a TELJUVE al cinco, cincuenta y tres, treinta y tres, treinta y tres.

1 OP: PUENTE MUSICAL "CUANDO SEAS GRANDE " DE MIGUEL MATEOS

2 LUIS: ¿Qué creen cuates?

3 TODOS: ¿Qué Luis?

4 LUIS: Además de la chida información sobre
5 escuelas, Nancy y yo les trajimos una
6 sorpresa.

7 GINA: ¿De qué se trata?

8 LUIS: Pues con mi grabadora entrevistamos a
9 varios chavos de secundaria. Escuchen.

0 OP: EFECTO RUIDO DE MECANISMO DE GRABADORA

1 ENTREVISTA 1: Hola soy Juan, me dicen la rana "croac".
2 Pues este, la verdad no tengo ni idea
3 de lo que voy a estudiar después de la
4 secund, pero eso sí la elección que
5 haga será mía.

6 ENTREVISTA 2: Soy Carla, ya tengo novio y voy en
7 tercero de secundaria, que qué quiero
8 estudiar... no sé.

9 ENTREVISTA 3: Me llamo Pedro y estoy en segundo en
10 la secundaria treinta y siete,
11 quisiera hacer una carrera técnica y
12 poder trabajar pronto.

13 ENTREVISTA 4: Pues quien sabe... pero queremos
14 rock... si ves a la Martha me la
15 saludas.

16 LUIS (GRITANDO): ¡Ese es el patotas!

17 ENTREVISTA 5: Soy Beto, papá insiste en que sea
18 abogado pero existen muchas carreras
19 que quiero conocer antes de elegir.

20 OP: EFECTO RUIDO DE GRABACION QUE TERMINA

21 MARTHA (RETANDO): Luis, si tienes tan buena memoria
22 repite todas las escuelas en las que
23 podemos entrar después de secundaria.

24 LUIS (ACEPTANDO): Pues ahí te van: están los Centros de
25 Estudios Tecnológicos, el CONALEP,
26 este, los Centros de Estudios
27 Científicos y Tecnológicos del Poli,
28 el Colegio de Bachilleres, chispas
29 ¿qué más?, la Preparatoria, el CCH
30 la Prepa Abierta, los Centros de
31 Educación artística del INBA, los
32 Centros de Bachillerato Pedagógico,
33 las escuelas militares. Ya son todas.
34 Qué tal, qué me-mo-ria.

1 RAFAEL (CUESTIONANDO):

2

Y después de todo lo dicho, ¿qué piensan ahora amigos? Tú Gina.

3 GINA (SINCERA):

4
5

Pues que muchos están como yo. Sin saber dónde y qué estudiar. La neta me gustaría saber más de cada escuela.

6 NANCY (ENTUSIASTA):

7

Yo propongo que dediquemos un programa para cada escuela.

8 TODOS:

¡Sí! ¡Juega! ¡Sale!

9 MARTHA:

10

Ahora amigos ha llegado el momento cuchi, cuchi.

11 OP: ENTRA PIEZA MUSICAL "NO PUEDO EVITAR EL PENSAR EN TI" DE DUNCAN DU

12 RAFAEL:

13

¡Qué inspiración! Con la letra de esta rola hasta escalofrío me dió.

14 LUIS (INTERRUMPIENDO):

15

No me quería atrever pero... (DECIDIDO) total esta es mi oportunidad.

16 RAFAEL:

¿De que hablas Luis?

17 LUIS:

18

Pues que me le quiero declarar a una chava de allá de la secundaria.

19 TODOS:

(BULLA)

20 RAFAEL:

¿De quién tú?

21 LUIS:

22
23
24
25
26

Voy (RESPIRA PROFUNDO). Patricia espero que me estés escuchando, yo fui quien te escribió un recado, en tu cuaderno de matemáticas, diciéndote que me latés un restorán y que quiero andar contigo. Házme caso.

27 RAFAEL:

Luis. ¿Es este el cuaderno?

28 LUIS:

29 RAFAEL:

30
31
32

Si es ese y tú Rafael por qué lo tienes. Es que este cuaderno es mío. Un día se lo presté a Patricia para que se fusilara la tarea. Al ver el recado creí que ella se me lanzó.

33 LUIS:

34

Entonces tú creíste que ella... entonces... este...

35 MARTHA:

36
37
38
39
40

Amigos ya es hora de despedirnos, no sin antes recordarte que la orientación educativa empieza por una adecuada información. Piénsale antes de elegir y siguenos la pista aquí, en tu programa:

41 TODOS (EN CORO):

¡Chispas tenemos las pistas!

1 RAFAEL:

Te invitamos a que nos acompañes en este tu programa escribiendo cartas con tus experiencias u opiniones.

2 MARTHA:

O por qué no mejor le llegas aquí a Radio Educación en Angel Urraza número seiscientos veintidos colonia Del Valle.

3 TODOS:

(DISCUTEN ACERCA DEL SIGUIENTE PROGRAMA)

4 OP: RUBRICA SUBE, BAJA Y SALE

3.5. Evaluación de la serie radiofónica

Las partes que integran la producción radiofónica están vinculadas y establecen entre sí un circuito comunicacional. Este se completa con la evaluación que proporciona al comunicador elementos informativos valiosos en relación al cumplimiento de los objetivos del programa y su aceptación o rechazo por parte del auditorio intencional.⁴³

Gracias a una evaluación permanente se puede "orientar el curso de la producción hacia las condiciones reales del auditorio."⁴⁴ Y, en consecuencia, aproximarse a los objetivos planteados en cada programa y, asimismo, para la serie en su conjunto.

La evaluación de la serie "¡Chispas tenemos las pistas!" es entonces una etapa de capital importancia que no se puede ignorar.

Por regla general los programas han de evaluarse trimestral, semestral o anualmente. En este sentido:

Los periodos de evaluación no deben ser unitarios sino formar parte de un proceso, los cuales deberán ir avanzando gradualmente en el conocimiento y análisis del programa.⁴⁷

Esto significa planear evaluaciones de cada uno de los elementos que constituyen la estructura del programa y de la recepción de éste por el público destinatario.

3.6. Aproximación metodológica de la evaluación de la serie radiofónica

Una primera etapa de la serie "Chispas tenemos las pistas" comprende seis meses de transmisión. Dependiendo de la respuesta del público radioescucha se determinará cómo reorientar la producción de una segunda etapa de emisiones. Sin duda, la evaluación durante el primer semestre representará una etapa crucial que permitirá conocer hasta qué punto fueron logrados los objetivos trazados de las emisiones, qué aceptación tuvieron en el público intencional y qué cambios podrían mejorar las subsiguientes emisiones.

Las evaluaciones tendrán un carácter progresivo, por lo tanto, se utilizarán diferentes técnicas de acuerdo a los objetivos perseguidos en cada una de ellas. Así, se distinguen las siguientes evaluaciones y algunos de sus procedimientos:

Antes de difundir el programa se realizará una preevaluación que incluya la investigación, diseño, estructura, producción y realización del guión piloto. Para ello se formará un equipo de evaluadores donde participen, por lo menos, un comunicólogo, un profesólogo, un orientador y un profesional de la radio. Quienes revisarán cada punto mencionado y presentarán los reportes respectivos que serán, a su vez, materia de discusión en juntas de trabajo.

Del mismo modo, para conocer el impacto en el público intencional de los diferentes componentes del programa (formato, contenidos, efectos de sonido, lenguaje, música, dramatización, etcétera) se puede reunir a un grupo de estudiantes de diferentes secundarias y sectores sociales que escuchen el programa piloto y registrar adecuadamente sus críticas, observaciones y sugerencias.

Otra evaluación ha de efectuarse a través de una encuesta que proporcione información sobre la audiencia real de los programas difundidos.

El seguimiento crítico de la serie debe ser permanente, llevando a cabo evaluaciones desde su comienzo hasta el final y así, obtener un balance global sobre los logros y limitaciones y concluir qué tanto colaboraron los programas en la elección del bachillerato o carrera por parte de los estudiantes.

Los encargados de las evaluaciones anteriores han de sintetizar los resultados obtenidos para que los responsables de la serie los asimilen y realicen los cambios necesarios.

Por último, debe hacerse el monitoreo del programa con el fin de supervisar su correcta transmisión en los horarios establecidos. Asimismo, leer cuidadosamente las opiniones expresadas en la correspondencia de los radiocuchas en torno a los programas y, en lo posible, atender sus peticiones.

NOTAS

1. "Acuerdo por el que se establece el Sistema Nacional de Orientación Educativa", *Diario Oficial de la Federación*, México, D.F., 3 de octubre de 1984, p.14.
2. Alva de la Selva. *Radio e ideología*, México, Ediciones Caballito, 1982, p.129.
3. Alva de la Selva. *Ibides*, p.67.
4. Mario Kaplún, *Ob. cit.*, p.34.
5. *Ibides*, p.68.
6. "la radio tiene tres funciones que cumplir -informar, educar, entretener-...no es tan cierto que de ellas deben derivar tres tipos de programas totalmente independientes y diferenciables." Mario Kaplún, *Producción de programas de radio. El guión - la realización*, Quito, CIESPAL, 1978, p.19.
7. Mario Kaplún, *Ob. cit.*, p.266.
8. Patricia Guevara, "Seis millones de estudiantes de nivel medio requieren orientación: SEP", *Excélsior*, México, D.F., 17 de mayo de 1987, pp.26A y 32A.
9. El egresado de secundaria puede optar entre el bachillerato y las carreras técnico-profesionales de nivel medio superior. Además de los estudios que se pueden cursar en los planteles de la UNAM, se encuentran: el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica que ofrece treinta y siete carreras en las áreas industrial, administrativa y de servicios; el Colegio de Bachilleres que imparte en sus veinte planteles una formación propedéutica y terminal; la Dirección General de Educación Tecnológica Industrial (DGETI) con carreras en las áreas industrial, comercial y de servicios. Y en educación abierta, la Preparatoria Abierta para prepararse en las áreas de: humanidades, ciencias administrativas y sociales, ciencias físico-matemáticas. También la DGTI y el Colegio de Bachilleres ofrecen formación académica en la modalidad abierta. "Opciones educativas para los egresados de secundaria", *Excélsior*, México, D.F., 8 de octubre de 1988, p.3.
10. "El adolescente y la elección de carrera". *Servicios a la comunidad*, DGOV/UNAM, mensual, Núm.4, julio de 1987, p.7.
11. Daniel Ferreyra, "La orientación educativa en nuestras escuelas", *Cero en conducta*, Educación y cambio, A.C., bimestral, México, D.F., mayo-agosto de 1987, p.32.

12. Rodolfo Fernández L. "La educación en la escuela secundaria. Un problema de poder", *Ibidem*, pp. 40-43.
13. *Ide*.
14. Daniel Ferreyra, *Ob. cit.*, p.31.
15. Mario Kaplún, *Ob. cit.*, p.267.
16. *Ibidem*, p.127.
17. *Ibidem*, p.150.
18. *Ibidem*, p.103.
19. *Ibidem*, p.130.
20. Pedro González, "La radiorevista educativa", *Chasqui*, Quito, abril-junio de 1984, p.25.
21. Mario Kaplún, *Ob. cit.*, p.76.
22. *Ibidem*, p.147.
23. *Ibidem*, p.148.
24. *Ibidem*, pp. 76-77.
25. *Ibidem*, p.137.
26. Pedro González, *Ob. cit.*, p.25.
27. *Ide*.
28. *Ibidem*, p.26.
29. Mario Kaplún, *Ob. cit.*, p.112.
30. *Ibidem*, p.114.
31. Pedro González, *Ob. cit.*, p.26.
32. *Ibidem*, p.27.
33. Mario Kaplún, *Ob. cit.*, p.70.
34. *Ibidem*, p.71.
35. Ana Maria Rodino, "Radiodrama educativo", *Chasqui*, Quito, abril-junio de 1984, p.29.
36. Mario Kaplún, *Ob. cit.*, p.81.

37. *Ibidem*, p.86.
38. *Diccionario enciclopédico universal*, Vol.3, España, CREDSA, 1972, p.1133.
39. *Enciclopedia Salvat Diccionario*, Vol. 4, México, Salvat, 1983, p.987.
40. Pedro González, "La radio revista-educativa", *Chasqui*, Ecuador, Quito, Núm. 10, abril-junio de 1984, p.25.
41. Mario Kaplón, *Ob. cit.*, pp.36-37.
42. *Ibidem*, p.113.
43. *Ibidem*, p.151.
44. *Ibidem*, p.150.
45. Eduardo Peltier, "La coproducción", *Manual de operación y producción*, INER, México, UAM, 1985, p.191.
46. *Ibidem*.
47. *Ibidem*, p.192.

CONCLUSIONES

Una vez desarrollados todos los aspectos previstos para el presente trabajo se procede a una recapitulación de las ideas principales de cada capítulo a las conclusiones respectivas:

1. Debido a problemas de solvencia económica no todos los jóvenes gozan de las mismas oportunidades para obtener una completa formación académica. En este contexto la indecisión sobre qué carrera cursar es un privilegio de quienes pueden estudiar después de la secundaria o de niveles posteriores. Tal indecisión adopta el carácter de normal y pasajera cuando en la contraparte social actúan mecanismos adecuados de orientación educativa. Ante la carencia de éstos, las consecuencias exceden el mero hecho personal, de por sí grave, de errar la profesión puesto que, en el sector educativo, se agudizan deficiencias y, por ende, son afectados sus compromisos para con la sociedad.

Como se expuso en su momento, la orientación educativa, en una de sus facetas, satisface una necesidad específica de comunicación porque facilita al estudiante información profesiográfica confiable la que, a su vez, debe ser objeto de discusión entre orientadores y orientados, con el fin de favorecer una decisión razonada sobre cierta carrera profesional.

En este proceso comunicativo los emisores del discurso orientador asumen una responsabilidad social con los estudiantes y de aquellos depende el propiciar el diálogo abierto, apartado de las imposiciones, encauzado a agilizar y facilitar la elección profesional; sólo así, se puede hablar de una adecuada orientación educativa.

Bajo esta premisa, los medios de difusión colectiva, en particular el radiofónico, han de ocupar, cada vez más, un papel destacado en las labores de orientación educativa, constituyéndose en instrumentos del orientador que auxilien y complementen el quehacer informativo sobre alternativas de estudio.

Por la complejidad que implica la comunicación a través de los medios de difusión colectiva resulta imprescindible profundizar en la teoría y en la praxis sobre el uso y los alcances de cada medio, así como en la conjunción de ellos en estrategias multimediales de orientación educativa.

Sin duda alguna, en la orientación educativa se retoma el planteamiento básico de Godet cuando dice que comunicar significa "elegir un mensaje claro, un lenguaje correcto y un medio apropiado".

2. Literalmente los medios como difusores masivos, han arribado en el curso de los años a las actividades de orientación educativa, debido a dos situaciones paralelas. Por un lado, el crecimiento acelerado de la población y, por el otro, el aumento sensible de opciones escolares para todos los niveles, gustos y capacidades por encima del reducido abanico de carreras clásicas.

Lo anterior originó que los mecanismos tradicionales de atención individual fueran rebasados por una mayor demanda de estudiantes que solicitaban servicios de orientación. Al mismo tiempo, se repliega el enfoque orientador psicologista para priorizar una orientación que tiene como eje la información profesigráfica, ligada a la problemática económica y social del país. Sucesos que, a su vez, corresponden a la dinámica de la sociedad mexicana, caracterizada por la explosión demográfica, las

cambiantes exigencias de recursos humanos del sector productivo y el desarrollo científico y tecnológico.

Actualmente, en casi todas las instituciones educativas oficiales que realizan orientación educativa, los medios son instrumentos valiosos, ya sea como complemento a la tarea del orientador en los planteles o fuera de éstos, ampliando la cobertura de los mensajes orientadores a través de medios impresos y audiovisuales. Se pretende así, concientizar a todas aquellas personas que directa o indirectamente inciden en la planeación profesional de los estudiantes.

En lo que toca a la radio en la última década se han difundido programas de orientación educativa, algunos de ellos de excelente factura como el de "Sólo para despistados". Sin embargo, no han sido los suficientes para llegar a todos los estudiantes de cada uno de los niveles educativos existentes. A esto se han sumado obstáculos de diferente índole, por ejemplo, la interrupción de emisiones por problemas políticos; series que finalizan sin ningún tipo de evaluación; la falta de presupuesto en las estaciones culturales para costear series que requieren investigación y producción; la casi imposible transmisión de series con estos contenidos en estaciones comerciales durante los horarios de mayor audiencia juvenil, etcétera.

Ante este panorama sería viable retransmitir en diferentes estaciones las series ya producidas, con la previa revisión y actualización de sus contenidos, así como buscar las alternativas que permitan diseñar, realizar, difundir y evaluar aquellas series de radio, inclusive la aquí expuesta, que brindan el servicio de orientación educativa.

En el mismo orden de ideas convendría negociar más espacios para emisiones de orientación educativa en estaciones comerciales de radio y televisión.

También hay que reconocer el mérito de programas de divulgación de ciencia y tecnología con enfoques de orientación educativa, los cuales, sensibilizan al público sobre los avances en estos campos y estimulan, seguramente, el interés de los radiocuchas por los estudios sobre estas áreas.

3. En realidad el diseño de la serie radiofónica denominada "¡Chispas tenemos las pistas!", desglosada en el tercer capítulo, fue una consecuencia de la reflexión teórica sobre la radio y del reconocimiento de lo hecho en este medio en materia de orientación educativa. Sin estos antecedentes, la concepción del proyecto hubiera adolecido de graves incongruencias y limitaciones.

No quiere decir que el mencionado proyecto sea perfecto. En todo caso, los calificativos le corresponden a los destinatarios. Sin embargo, lo realmente trascendente para el comunicador lo representa el aproximarse al cumplimiento de su objetivo.

Por lo anterior, como primer paso, hay que proceder a la crítica, revisión y evaluación del guión piloto, considerando la participación de jóvenes de secundaria, de especialistas en orientación educativa y radio educativa para efectuar las modificaciones pertinentes.

Esto significa someter a juicio todos los elementos que intervienen en él, lenguaje, diálogos, musicalización, efectos, duración, entrada, salida, etcétera para eliminar en lo posible las fuentes de ruido.

Posteriormente, el "leit motiv" en la preparación de cada una de las emisiones será el de aportar siempre al oyente algo nuevo, diferente, mediante mensajes claros y atractivos que sugieran y propicien reflexiones. Así, estará asegurada la permanencia de la serie en el espacio radiofónico, compensado con una audiencia creciente.

Indudablemente, se requiere de una metodología para emprender un programa radiofónico y lograr articular todos los elementos que intervienen en él. Asimismo, más allá del diseño, está la etapa de la producción que es también un proceso complicado; por el cual, se materializa en sonido -en una emisión radiofónica íntegra- el planteamiento ideal, propio del guión escrito.

Vale recordar que la producción radiofónica implica una coordinada intervención de varios especialistas tanto de la parte técnica como de la creativa.

El comunicador siempre ha de tener presente el riesgo de la simplificación que impone la comunicación oral del medio radiofónico en temas complicados como el de la orientación educativa, por ello debe evitar los maniqueísmos y reduccionismos.

4. La tarea de la radio en la orientación educativa no tiene ningún sentido al restringir su acción al centro del país, por eso hay que pensar en su dimensión nacional para que en cada estado o región se inicien o continúen los trabajos radiofónicos con esta temática, respondiendo a las necesidades particulares de su entorno.

También cabe acotar que, la problemática de la desinformación educativa es muy amplia y no se resolverá únicamente por la actividad de la radio y ni siquiera de todos los medios. La realidad es más compleja, se requiere de una total reestructuración del sector educativo. Para ello, se necesita la intervención de especialistas de varias disciplinas y, por supuesto, de las condiciones políticas y económicas apropiadas que permitan alcanzar una educación más justa y equilibrada.

Finalmente, es necesario aclarar que esta tesis fue una primera aproximación al quehacer de la radio en la orientación educativa. De ningún modo se agota el tema puesto que queda mucho por hacer. Virtualmente, se trata de un tema de actualidad, poco explorado, que requiere mayor atención.

ANEXO 1**BREVE DIAGNOSTICO DE LA PROBLEMÁTICA LIGADA A LA DESINFORMACION EDUCATIVA**

1. Desvinculación entre la egresión de profesionales y la demanda social de éstos.

En la actual situación económica del país, el sector productivo (público y privado) tiende a demandar más técnicos, así como a profesionales con estudios de posgrado y, en cambio, menos de nivel licenciatura.

Ilustra a este hecho el que los técnicos pueden percibir salarios por arriba de los correspondientes a los profesionales con licenciatura.¹

Lo anterior presupone que:

-Sobran profesionales a nivel de licenciatura en algunas áreas.

-Muy pocos están verdaderamente preparados para afrontar científica y tecnológicamente los problemas con profundidad de diagnóstico.

-Su preparación más teórica que práctica, los obliga a iniciar un periodo experimental hasta encontrar la mejor ubicación de su carrera; esta tentativa y error se lleva 3 ó 4 años.

-El sector empleador prefiere ocuparlos en los cuadros intermedios por carecer de personal especializado, desperdiciándose la iniciativa profesional.²

En los niveles educativos se detecta "...una relación inversa entre la formación de licenciados y técnicos. Tenemos 2.5 de los primeros por cada uno de los segundos."³

Por otro lado, existe "una desproporción entre los diversos grados de la educación superior, pues sólo el 5% de quienes terminan una carrera realiza el posgrado. Anualmente egresan 245 doctorados nacionales."⁴

Ante este fenómeno, el Estado ha dado impulso a la educación tecnológica a través de la creación de nuevas escuelas y carreras, con el fin de disminuir la sobreproducción de universitarios.

De esto, no se deduce que si los licenciados fueran técnicos tendrían segura una ubicación en el mercado de trabajo. La realidad demuestra lo contrario, el desempleo entre profesionales se ha incrementado, basta con la siguiente estimación:

Para los egresados de los niveles profesionales de técnico y de licenciatura, las posibilidades laborales se han reducido en términos absolutos y relativos. En tanto que en 1981 el mercado de trabajo para estos profesionales era de cinco millones de puestos, actualmente se ha visto contraído a cuatro millones, mientras que el número de estudiantes egresados se ha duplicado.⁵

Otro dato agrega que anualmente concluyen aproximadamente 187 mil estudiantes. Sin embargo, el sistema productivo nacional no genera ni siquiera 100 mil empleos para dichos egresados.⁶

No obstante el desempleo, se requiere de una diversificación

intencionada de las carreras y especialidades. Esto conduce a identificar el siguiente problema, el desequilibrio por niveles y áreas educativas.

Por falta de una infraestructura informativa, el sector productivo no se entera de los egresados que podrían incorporarse a sus actividades y tampoco los estudiantes conocen las opciones educativas de mayor demanda en dicho sector. Ciertamente, no existe un organismo, estatal o privado, destinado a captar, procesar y ofrecer información sobre qué profesionistas y en qué número se solicitarán en el corto y mediano plazos.

2. Desequilibrio por áreas del conocimiento en los distintos niveles educativos.

La distorsión de la matrícula se presenta en la concentración poblacional del 76 por ciento en la educación media básica y media superior de tipo general, frente al 24 por ciento en la secundaria técnica y media terminal.⁷ Es decir, los estudiantes optan, preferentemente, por la secundaria general y por el bachillerato tradicional como la preparatoria. Actualmente, el sistema propedéutico (bachillerato) capta a siete de cada diez egresados de la escuela secundaria.⁸

Un porcentaje menor de egresados de secundaria continúan sus estudios en carreras terminales de nivel medio. Esto hace suponer un déficit de técnicos en la estructura laboral.⁹

El desequilibrio en el nivel superior se torna más crítico. Existe la saturación en ciertas áreas disciplinarias que acentúan el subempleo de técnicos y universitarios. Así lo confirman las cifras siguientes:

En 1985, las licenciaturas en medicina, derecho, administración, contaduría y odontología concentraban el 36% de la matrícula, mientras que áreas como la agropecuaria y de ingenierías y de tecnologías, llegó al 28% las administrativas el 44%, frente al 3% en ciencias naturales y exactas.¹⁰

Como se observa, las ciencias agropecuarias, naturales, exactas e ingenierías concentran un porcentaje menor a otras áreas académicas.

Por otra parte, la matrícula en los programas de maestría y doctorado es muy baja: se observa sólo el 3.5% de la población inscrita en las instituciones de educación superior. En consecuencia:

Sólo el 14% del personal docente cuenta con estudios de maestría o doctorado, lo que también se refleja en la endeble capacidad para la realización de tareas de investigación. Se estima que existen alrededor de tres mil investigadores con doctorado entre las instituciones nacionales dedicadas a la investigación.¹¹

De los tres mil investigadores, sólo el 70% se dedica a investigar. El 20% de éstos es auspiciado por las universidades de los estados, mientras que el 80% restante radica en el D.F.¹² Por lo cual, es necesario tanto desconcentrar la actividad científica como fomentar la formación de investigadores con el apoyo suficiente por parte del Estado.

A manera de conclusión, los efectos más contundentes de la

distorsión de la matrícula son:

- La sobresaturación de ciertas áreas disciplinarias.
- El consiguiente subempleo y desempleo de técnicos y universitarios.
- La importación de técnicos, universitarios y posgraduados extranjeros.
- La búsqueda en el extranjero de mejores oportunidades profesionales por parte de mexicanos egresados de dichos niveles, a pesar de los escasos recursos formados con que cuenta el país.

En este contexto, se calcula que de seguir esta tendencia, en el año dos mil, la población en edad escolar será de 39 millones.¹³ Por lo cual, México estará cada vez más lejos de alcanzar la autosuficiencia tecnológica.

3. Deserción escolar y bajo rendimiento académico.

Los problemas del bajo rendimiento académico y de la deserción escolar obedecen a varias causas, entre las que destacan la deficiente preparación académica aunada a la falta de orientación que provoca elegir la carrera en forma aleatoria.¹⁴

Algunos datos sobre la deserción escolar permiten apreciar la magnitud del problema. Se tiene que de cada 100 niños que ingresan a la primaria, sólo 48 la concluyen, el 36% de éstos ingresa a secundaria, el 14% realiza estudios superiores y solamente el 1.2% culmina una carrera universitaria.¹⁵ Para 1988, el porcentaje de deserción en primarias y preparatorias en México se calcula en el 50%.¹⁶

Con respecto a los estudios de posgrado (especialización, maestría y doctorado) un dato de 1984 indica que sólo el 18% de los egresados universitarios continúan este nivel de estudios.¹⁷

En relación al costo económico de la deserción escolar es muy alto, ya que según cálculos recientes se pierden "156 mil millones de pesos, de un presupuesto total de 754 mil millones."¹⁸

4. Cambio de carrera.

Para ilustrar este problema, se citan algunos datos de una investigación efectuada con alumnos que solicitaron cambio de profesión dentro de la UNAM. El objetivo de este estudio fue detectar la relación entre la orientación y los cambios de carrera.

De la totalidad de 1769 estudiantes que solicitaron este trámite, en 1984, el 44.3% recibió algún tipo de orientación vocacional, el 52.3% restante no la recibió. De estos últimos, el 87.3% señaló la necesidad de una orientación sobre carreras, asignaturas, etcétera. Además, del total de alumnos, el 53.4% desconoció otras opciones, y consideraron la falta de información voraz de cada opción profesional.¹⁹

5. Crecimiento desmesurado de la demanda de educación superior y ausencia de servicios adecuados de orientación.

El crecimiento excesivo de la demanda de educación media superior

y superior se debe, entre otras posibles causas, a la ausencia de un sistema articulado de orientación educativa. Los esfuerzos aislados en la materia se han reducido a proporcionar al educando información tardía y de escasa relevancia.²⁰

En los inicios de la Revolución Mexicana, la población escolar era menor a los 500 mil alumnos; en 1988 es de casi 26 millones. En la educación superior, en la segunda década del siglo había alrededor de 30 mil estudiantes; actualmente la cifra ha rebasado el millón.²¹

También se reconoce la ausencia de métodos y tecnologías modernas de orientación ante la existencia de una masa de estudiantes profundamente desinformados. Pues la masificación de los centros de estudios ha imposibilitado dar una atención individual al estudiante.

Dicha atención, comúnmente, se reduce a departamentos de psicopedagogía en los que domina la aplicación de instrumentos psicológicos,²² que descontextualizan la situación social del país, como si el individuo que elige carrera estuviera aislado de su entorno.

6. Elección profesional por el status.

La elección profesional por conseguir status no es sólo para ciertas carreras, sino que incluye en su totalidad al nivel superior.²³ Se cree que el título universitario representa la única alternativa para conseguir prestigio social, respaldo económico, plenitud formativa, estabilidad y seguridad personal, puesto que se le aprecia como el máximo grado académico. La realidad demuestra lo endeble de este razonamiento. En el mercado de trabajo se demandan técnicos con una formación intermedia

entre la secundaria y la universidad y, con mayor frecuencia, se solicitan egresados de posgrado.²⁴

Se desmeritan otros niveles educativos como el medio superior terminal. En la preferencia hacia la licenciatura han influido los medios de comunicación (radio, televisión, etcétera).

Este problema se agrava por la ignorancia de los padres de familia, de los maestros y hasta de los orientadores sobre el impulso que requiere la educación media superior terminal.²⁵

Se reduce el campo de elección a carreras denominadas tradicionales o de moda, que generalmente son las más saturadas: Contaduría, Derecho, Medicina, Administración, Arquitectura y Diseño, Ingeniería Civil, Agronomía, Ingeniería Industrial, Odontología e Ingeniería Mecánica.²⁶

En este contexto hay que observar que es en la familia donde se generan valores y actitudes ante la vida y el trabajo. Muchas veces, los padres buscan satisfacer sus aspiraciones personales a través de los hijos, señalándoles arbitrariamente la carrera que han de estudiar.

Un problema más, es el desinterés por continuar estudios poslicenciatura. Tal vez, una explicación se encuentra en la imagen que se tiene del título de licenciado como el ariete que resolverá cualquier obstáculo que se presente en la actividad profesional. No se hace conciencia del avance científico y tecnológico de la época actual que requiere de gente preparada en los más altos niveles educativos -más allá de la licenciatura-.

NOTAS

1. Gabriela Urquiza, "El qué hacer", *Información Científica y Tecnológica*, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, vol. 10, núm. 140, mayo de 1988, p.38.
2. Rogelio Oliver Hernández, *La opción inteligente. Las carreras cortas en México*, México, Limusa, 1984, p. 17.
3. Mónica Elias Calles, *La educación en México*, (inédito), México, SNOE, 1988, s/p.
4. *Idea*.
5. *Idea*.
6. *Idea*.
7. *Idea*.
8. Rogelio Oliver Hernández, *Ob. cit.*, p.8.
9. *Idea*.
10. Ma. Esther Ibarra, "Decide la SEP que se encojan las universidades", *Proceso*, Núm. 517, 29 de septiembre, 1986, p.19.
11. Mónica Elias Calles, "La orientación en la revolución educativa", *Tercer seminario iberoamericano de orientación escolar y profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, p.104.
12. *Idea*.
13. Mónica Elias Calles, *La educación en México*, (inédito), México, SNOE, 1988, s/p.
14. "La crisis ha causado y causará una menor inscripción escolar alrededor del menos tres por ciento durante el próximo año escolar; potenciales alumnos que, o no tuvieron para los gastos de la escuela o tuvieron que trabajar para ayudar a sus padres en el aspecto económico." ("Llegó a 50% la deserción en primarias y preparatorias", *La Jornada*, México, D.F., 3 de enero de 1988, p.6.
15. Silvia Ana Amador, "La educación nacional se encuentra en quiebra", *El Heraldito*, México, D.F., 21 de febrero de 1988, p.15.
16. Sergio González Rodríguez, "Numeralia", *Nexos*, Núm.122, febrero de 1988, p.15.

17. Mónica Elías Calles, "La orientación en la revolución educativa", *Ob. cit.*, p.103.
18. Mónica Elías Calles, *La educación en México*, (inédito), México, SNOE, 1988, s/p.
19. Lucero Jiménez Guzmán y Lauro Bonilla Marín, "Reforma universitaria y orientación", *Tercer seminario iberoamericano de orientación escolar y profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, p.104.
20. Antonio Gago Huguet, "Sistema Nacional de Orientación Educativa: análisis y perspectivas", *Revista de la Educación Superior*, ANUIES, Vol.XV, Núm.1 (57), enero - marzo de 1986, p.7.
21. Mónica Elías Calles, *La educación en México*, (inédito), México, SNOE, 1988, s/p.
22. Lyle de Katra Figueroa, "Bases teóricas y científicas para una orientación integral", *Tercer seminario iberoamericano de orientación escolar y profesional*, México, UNAM/SEP, 1984, p.127.
23. Rogelio Oliver Hernández, *Ob. cit.*, p.8.
24. Mónica Elías Calles, "La orientación en la revolución educativa", *Ob. cit.*, p.104.
25. Rogelio Oliver Hernández, *Ob. cit.*, p.24.
26. Estas fueron las carreras más saturadas a nivel nacional de 1987, según el Sistema Nacional para la Planeación de la Educación Superior.

ANEXO 2

GLOSARIO DE TERMINOS COMUNICATIVOS

AUDIENCIA. Es la masa total de público que en un momento cualquiera puede hallarse expuesta a un medio de comunicación cualquiera (radio, cine, prensa, etcétera) por ello puede recibir los mensajes que éstos transmiten. (Ref. bibliográfica No.5, p.28).

AMBITO DE COMUNICACION. Extensión del campo en el cual es posible comunicar. El ámbito de comunicación de una entidad es la extensión del campo de su competencia y atribuciones para hacer públicos los hechos, asuntos, temas, problemas, sucesos y acontecimientos que jurídicamente le corresponde abordar. (Ref. bibliográfica No.3, p.127).

CODIFICACION. En la transmisión de un mensaje, es la operación por la que el emisor, a partir de la idea del mensaje, lo elabora efectivamente, tomando signos de un repertorio y ordenándolos según ciertas reglas (reglas del código) para formar con ellos una secuencia sea en el tiempo (mensajes hablados, mensajes escritos) o en el espacio (patrones geométricos, forma, etcétera) (Ref. bibliográfica No.5, p.108).

CODIGO. Conjunto arbitrario y preestablecido de reglas que permiten el funcionamiento de un lenguaje. Repertorio de signos o unidades de dicho lenguaje; el código de un lenguaje es tanto el repertorio como la manera en que éste se utiliza para expresar. (Ref. bibliográfica No.3, p.134).

COMUNICACION. Comunicar es poner en relación a los emisores y a los receptores a través de un objeto de comunicación, de un mensaje. La comunicación entre los hombres es un fenómeno global, un momento dinámico de las redes de unión de los hombres en sociedad, el contacto establecido entre los hombres emisores y los hombres receptores. (Ref. bibliográfica No.3, pp.134-135).

COMUNICACION BIDIRECCIONAL. Tipo de comunicación en que el emisor y receptor intercambian alternativamente sus papeles en el proceso de pregunta-respuesta: es la entrevista, la conversación... emisión y recepción precisan una participación más o menos equivalente. (Ref. bibliográfica No.5, p.123).

COMUNICACION INTERPERSONAL (DIRECTA, CARA A CARA). La comunicación interpersonal es todo intercambio directo de significaciones entre los hombres, toda transferencia próxima e inmediata, de individuo a individuo, de una experiencia. En este sentido, el lenguaje verbal oral es el lenguaje privilegiado, junto con los gestos y el contacto físico, de la comunicación interpersonal (boca-oreja, interacción). (Ref. bibliográfica No.3, p.136).

COMUNICACION UNIDIRECCIONAL. Tipo de comunicación donde el emisor y receptor permanecen siempre tales y donde los mensajes circulan en una sola dirección... El emisor emite más de lo que recibe: es el caso del profesor, del general hablando a sus tropas, del político, del jefe de Estado dirigiendo un discurso por radio, etcétera. (Ref. bibliográfica No.1, p.123).

CONNOTACION. Dimensión retórica de los significantes y nivel ideológico de los significados en un mensaje. Es la interpretación o valoración de la significación primaria. (Ref. bibliográfica No.3, pp.136-137).

CONTENIDO. Conjunto de los significados que contienen los mensajes. Se opone a expresión, término que designa al conjunto de los significantes. (Ref. bibliográfica No.3, p.137).

DECODIFICACION. La decodificación consiste en que el destinatario percibe, entiende e interpreta los signos que oye o lee. De este modo, registra la información del mensaje. (Ref. bibliográfica No.4, p.80).

DESTINATARIO. Persona o grupo objeto de la comunicación; aquel al que está dirigido un mensaje. En este sentido, puede hablarse también de receptor o interlocutor. (Ref. bibliográfica No.3, p.140).

EMISION. Todo envío de mensajes a través de un medio de comunicación. (Ref. bibliográfica No.3, p.142).

EMISOR. Es todo individuo, grupo o institución que elabora un mensaje a partir de su particular evaluación que hace del perceptor y de sí mismo, y con una determinada intencionalidad. (Ref. bibliográfica No.6, p.18).

FUENTE. Es la persona, institución o medio a través del cual un medio de comunicación obtiene la información primaria para la elaboración de las correspondientes unidades informativas. (Ref. bibliográfica No.3, p.146).

INFORMACION. La información es la medida de la reducción de incertidumbre sobre un objeto de la realidad a través de un mensaje. (Ref. bibliográfica No.3, p.152).

LENGUAJE. Conjunto de signos que comprenden el código, las variaciones particulares que se elaboran a partir del código, y el uso social y cultural del conjunto de signos. (Ref. bibliográfica No.3, p.155).

MEDIOS AUDIOVISUALES. ...aquellos sistemas tecnológicos de comunicación que emplean canales que afectan a los sentidos de la vista y/o el oído, y que a partir de la tecnología de transmisión diversa que emplean, codifican diferencialmente los mensajes. (Ref. bibliográfica No.2, p.85).

MEDIOS DE DIFUSION COLECTIVA. Medios que transmiten y difunden mensajes a públicos amplios. No se habla de medios de comunicación de masa porque se comparte el criterio de Prieto Castillo de eliminar el concepto de masa "ya que siempre alude a un tipo de receptores totalmente asimilados por los mensajes, por el proceso de comunicación vigente."

MEDIOS ELECTRONICOS. a) programas de radio y grabaciones de audio que apelan al sentido del oído, b) programas de televisión, películas y grabaciones en video que apelan tanto al sentido del oído como al de la vista. (Ref. bibliográfica No.1, p.42).

MENSAJE. Unidad que sirve para conservar en el tiempo y transportar en el espacio una comunicación. El mensaje es tanto la idea transmitida como el medio visual o sonoro que sirve de soporte a la idea. Comunicación enviada por un emisor; aquello que une al emisor y al receptor. (Ref. bibliográfica No.3, p.158).

RECEPTOR. ...individuo, grupo o institución que interpreta un determinado mensaje desde su respectivo marco de referencia y mediante un conocimiento del código utilizado. (Ref. bibliográfica No.6, p.20).

PROCESO DE COMUNICACION. ...supone el establecimiento de una relación entre "dos polos" (emisor y receptor), que evocan en común unidades culturales (significados) a través del intercambio de eventos físicos (señales), convencionalmente habilitados para representar entidades mentales (conceptos). Estas asociaciones entre eventos físicos y entidades mentales, llamados signos, constituyen el contenido de la comunicación (mensaje) y están reguladas convencionalmente por códigos o sistemas de significación. (Ref. bibliográfica No.2, p.75).

PUBLICO. Es el número total de personas que en un momento dado reciben efectivamente un mensaje de los medios de comunicación (receptor, auditor). (Ref. bibliográfica No.3, p.167).

RADIO. Conjunto de técnicas y procedimientos que se utilizan como un medio de comunicación de masas específico para transmitir mensajes sonoros a distancia. Los sonidos a transmitir son transformados en señales eléctricas que pueden captarse por el receptor capaz de restituir el sonido original. (Ref. bibliográfica No.3, p.169).

RADIOSCUCHA. Persona que escucha las emisiones radiofónicas. (Ref. bibliográfica No.3, p.169).

RUIDO. Todo aquello que afecta, altera, modifica o perturba la comunicación de un mensaje. El ruido puede producirse en el momento de la emisión, en el canal de comunicación, o en el receptor del mensaje. (Ref. bibliográfica No.3, p.171).

REFERENCIA BIBLIOGRAFICA

1. Blake Reed H. y Edwin O. Haroldsen, *Taxonomía de conceptos de la comunicación*, México, Nuevomar, 1975 (1a ed.1977), 167pp.
2. Fuentes, Navarro Raúl, "La comunicación educativa audiovisual" en *La comunicación educativa*, México, SEP/COSNET, 1985, pp.71-102.
3. Goded, Andreu Jaime, *Cien puntos sobre la comunicación de masas en México*, México, Universidad Autónoma de Sinaloa, 1979, 179pp.
4. Kaplún, Mario, *Producción de programas de radio. El guión-la realización*, Quito, CIESPAL, 1978 (c.1976), 460pp.
5. Moles, Abraham, et. al., *Enciclopedia de la Comunicación. Los Mass Media*, I vol. España, Asuri, 1982, 683pp.
6. Prieto, Castillo Daniel, *Elementos para el análisis de mensajes*, México, ILCE, 1982, 186pp.

ANEXO 3

RELACION DE ESTACIONES PERTENECIENTES A LAS UNIVERSIDADES EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA MEXICANA*

SIGLAS

PLAZA

Aguascalientes, Ags.

Ensenada, B.C.N.

Mexicali, B.C.N.

Tijuana, B.C.N.

Durango, Dgo.

Colaya, Gto.

Guanajuato, Gto.

Guadalajara, Jal.

Morelia, Mich.

Oaxaca, Oax.

Querótaró, Qro.

San Luis Potosí, S.L.P.

Culiacán, Sin.

Hermosillo, Son.

Jalapa, Ver.

Mérida, Yuc.

Total de estaciones 16

XEUAA

XHUAC-FM

XHDA-FM

XHITT-FM

XBHD

XBTC

XEUG

XHUG-FM

XESV

XRUBJ

XHUAQ-FM

XEXQ

XEUAS

XBUS

XBRUV

XBRUY

* Datos proporcionados por la Dirección de Comunicación Social del COSNET.

RADIODIFUSORAS DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO, EN EL INTERIOR DEL PAIS

XHUAN-FM, ESTEREO FRONTERA

La voz del noroeste

En Tijuana, Baja California, el mensaje cultural y nacional del IMER

* 102.5 Mhz.

* 50, 000 Watts de potencia

* Transmite de las 06:00 a.m. a las 24 horas

XERF, RADIO FRONTERA

La voz de la amistad

Programación nacionalista en Ciudad Acuña, Coahuila

* 1570 Khz.

* 250, 000 Watts de potencia, las más alta en la República, y canal libre internacional

* Transmite de las 06:00 a las 03:00 a.m.

XEBCO, RADIO OCCIDENTE

La voz de Colima

Programación cultural en el occidente mexicano desde Colima, Colima

* 1210 Khz.

* 50, 000 Watts de potencia

* Transmite, tentativamente, de las 07:00 a.m. a las 19 horas

XERA, RADIO CHIAPAS

En San Cristóbal de las Casas, Chiapas

* 760 Khz.

* 5, 000 Watts de potencia

* Transmite de 05:00 a.m. a las 23:00 horas

XHUAR-FM, ESTEREO NORTE

La voz del Bravo

En Ciudad Juárez, Chihuahua

* 106.7 Mhz.

* 100, 000 Watts de potencia

* Próximamente en el aire

XELAC, RADIO AZUL

La voz del Balsas

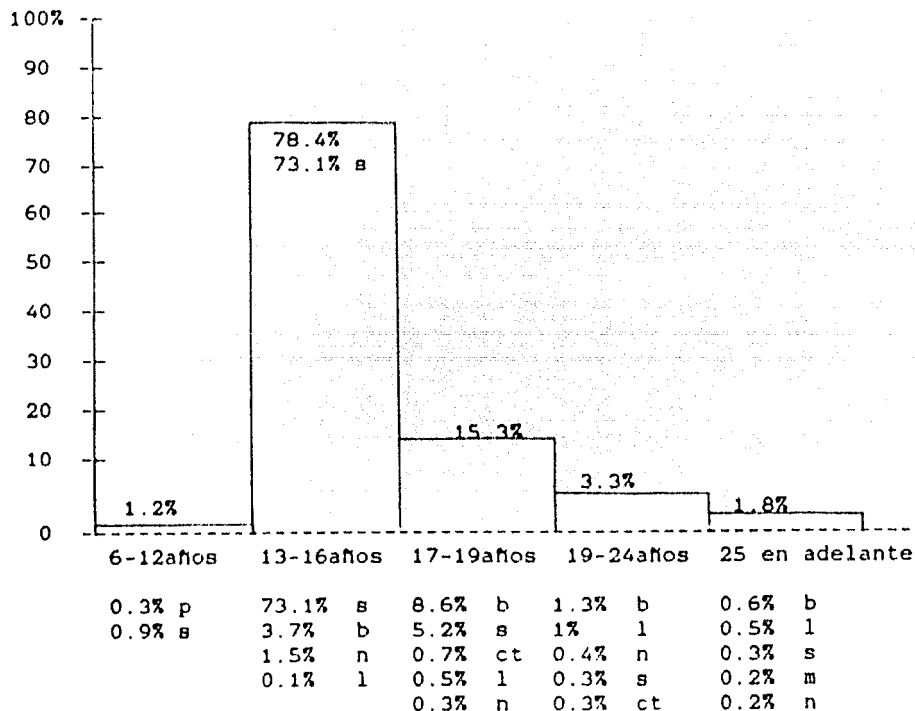
Presencia del IMER en Lázaro Cárdenas, Michoacán

* 1560 Khz.

* 5, 000 Watts de potencia

* Transmite de las 06:00 a.m. a las 24:00 horas

ANEXO 4 GRAFICA: EDAD/NIVEL DE ESTUDIOS*



n ninguno p primaria s secundaria ct carrera terminal
 b bachillerato l licenciatura m maestría

*Gráfica obtenida de una encuesta realizada por personal del SNOE, en la cual participó el autor de esta tesis, a mil visitantes de la "Exporienta", (feria de opciones educativas) que tuvo lugar en el Auditorio Nacional del 15 de junio al 15 de julio de 1987.

En esta misma encuesta se observó que los estudiantes de secundaria prefieren las carreras de moda y las clásicas como Ingeniería en Computación, Administración de Empresas, Contaduría y Derecho. A su vez, la mayoría de ellos piensa estudiar una carrera para obtener prestigio y ganar dinero. En otro resultado se manifestó el deseo generalizado por ingresar a las escuelas tradicionales como son la Escuela Nacional Preparatoria, el Colegio de Ciencias y Humanidades de la UNAM y a los Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos del IPN.

ANEXO 5

DESCRIPCION DE PERSONAJES

NOMBRE: Rafael (estudiante)

EDAD: 17 años SICOLOGIA: Inteligente, estudioso, le gusta escuchar y comprender a los demás.

NIVEL SOCIOECONOMICO: De familia de pocos recursos.

OBSERVACIONES: Terminó la secundaria, trabaja, le gusta el rock y la poesía.

NOMBRE: Martha (estudiante)

EDAD: 14 años

SICOLOGIA: Carácter fuerte, entusiasta, alegre, franca y solidaria con sus compañeros.

NIVEL SOCIOECONOMICO: De familia de clase media.

OBSERVACIONES: Cursa la secundaria.

NOMBRE: Luis (estudiante)

EDAD: 15 años

SICOLOGIA: Inteligente, vivaz, activo, relajado, a veces impertinente y espontáneo en sus intervenciones.

NIVEL SOCIOECONOMICO: De familia de pocos recursos.

OBSERVACIONES: Cursa secundaria y le gusta todo tipo de música moderna.

NOMBRE: Nancy (estudiante)

EDAD: 15 años

SICOLOGIA: Entusiasta, organizada, responsable y emprendedora.

NIVEL SOCIOECONOMICO: De familia de clase media.

OBSERVACIONES: Se enoja constantemente con Luis.

NOMBRE: Gina (estudiante)

EDAD: 15 años

SICOLOGIA: Conflictiva, reflexiva, preguntona.

NIVEL SOCIOECONOMICO: De familia de clase media alta.

OBSERVACIONES: Este personaje puede ser sustituido por otros invitados a lo largo de la serie.

NOMBRE: Mamá de Gina

EDAD: 40 años

SICOLOGIA: Severa y un poco autoritaria con su hija.

NIVEL SOCIOECONOMICO: De familia de clase media alta.

OBSERVACIONES: Personaje incidental.

ANEXO 6

LISTADO DE TITULOS

1. "Da al clavo"
2. "Un día más de elección"
3. "Tiempo de elegir"
4. "Tiempo de acelere"
5. "La voz de la elección"
6. "La voz del futuro profesional"
7. "El sonido de tu profesión"
8. "La sintonía de tu rollo profesional"
9. "La sintonía de tu pista"
10. "La sintonía de tu elección"
11. "Sintoniza tu propio rollo"
12. "Sintoniza tu onda educativa"
13. "Sintoniza tu acelere"
14. "Sintoniza tu señal"
15. "Sintonía juvenil"
16. "Sintoniza tu espacio profesional"
17. "Sintoniza y analiza"
18. "Tu elección por control remoto"
19. "Tu profesión por control remoto"
20. "Profesión a control remoto"
21. "Tu rollo a control remoto"
22. "Tu acelere a control remoto"
23. "Acordeones y otros rollos"
24. "Conecte y rollos"
25. "No te aceleres"
26. "Acelere y otras cosas"
27. "Acelere y rollo"

28. "Acelere, rollo y otras cosas"
29. "Acelere, rollo y otras ondas"
30. "Al orientarse, el acelere"
31. "Acelere estudiantil"
32. "Acordeón juvenil"
33. "Caleidoscopio estudiantil"
34. "Sono-orienta estudiantil"
35. "Oriente estudiantil"
36. "El punto y seguido de las profesiones"
37. "El punto y seguido"
38. "¡No te despistes!"
39. "Aquí están las pistas"
40. "¡Aguas con el despiste!"
41. "Traza tus pistas"
42. "El despiste ilustrado"
43. "¿Y ahora qué?"
44. "¿Y luego qué elegir?"
45. "La recta correcta"
46. "¡Ya! la tengo"
47. "¡Ya! la hice!"
48. "Radio-orienta"
49. "Califica y decide"
50. "Pis, pis, pistas profesionales"
51. "Aquí están las pistas"
52. "Las chispas de tu futuro"
53. "Orienta tips"
54. "¡Chispas tenemos las pistas!"

ANEXO 7

FUENTES PARA LOS GUIONES DE CONTENIDO

1. *Guía de carreras 1986-87*, México, SEP, 1986, pp.1300.
2. *Educación Media Superior. Catálogo de opciones 1987-1988*, México, SEP, 1987, pp.509.
3. *Oportunidades de estudio. Carreras técnicas*, Dirección General de Orientación Vocacional de la UNAM (folleto).
4. *Alternativas de educación en el nivel medio superior*, Sistema Nacional de Orientación Educativa, SEP, 1987, (folleto).
5. *Y después de la secundaria «Qué»*, Sistema Nacional de Orientación Educativa, SEP, 1987, (trípticos de información de modalidades e instituciones por delegación política).
6. *Catálogo de especialidades 1986*, Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica, SEP, 1986.
7. *¿Qué es el bachillerato del CCH?*, Colegio de Ciencias y Humanidades, (folleto).
8. *¿Qué es el Colegio de Bachilleres?*, Colegio de Bachilleres, (folleto).
9. *Sistema de Enseñanza Abierta*, Colegio de Bachilleres, (folleto).
10. *Preparatoria Abierta*, Preparatoria Abierta, SEP, (folleto).
11. *Escuelas Vocacionales de Arte*, Instituto Nacional de Bellas Artes, SEP, (folleto).
12. Rogelio Oliver Hernández e hijos. *La opción inteligente. Las carreras cortas en México*, México, LIMUSA, 1984, pp.504.
13. Héctor Anaya, *Agenda universitaria 1988*, México, UAM, 1987.

Otras fuentes de información:

1. Banco de datos del Sistema Nacional de Orientación Educativa.
2. Entrevistas a autoridades de las diferentes instituciones educativas, coordinadores de carrera y a profesionales egresados.

BIBLIOGRAFIA BASICA

- ALVA, de la Selva Alma Rosa
Radio e ideología
México, Ediciones Caballito, 1982, 173 pp.
- KAPLUN, Mario
Producción de programas de radio. El guión-la realización
Quito, CIESPAL, 1978, 460 pp.
- GODED, Andreu Jaime
Cien puntos sobre la comunicación de masas en México
México, Universidad Autónoma de Sinaloa, 1979, 179 pp.
- NAVA, Ortiz José
Marco teórico social de la orientación en México (inédito)
México, 1984, 140 pp.
- OLIVER, Hernández Rogelio
La opción inteligente. Las carreras cortas en México
México, Limusa, 1984, 504 pp.
- PRIETO, Castillo Daniel
Diseño y comunicación
México, UAM Unidad Xochimilco, 1982, 149 pp.
- *Elementos para el análisis de mensajes*
México, ILCE, 1982, 186 pp.
- ROMO, Gil María Cristina
Introducción al conocimiento y práctica de la radio
México, Diana, 1987, 120 pp.
- SEP/COSNET
La comunicación educativa
México, SEP/COSNET, 1985, pp.112.
- SEP/UNAM
Tercer seminario iberoamericano de orientación escolar y profesional
México, SEP/UNAM, 1984, 521 pp.
- BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA
- BLAKE, H. Reed y Edwin O. Haroldsøn
Una taxonomía de conceptos de la comunicación
México, Nuevomar, 1975, 167 pp.
- GARCIA, Cortés Roberto, et. al.
"Los psicólogos en el campo de la orientación educativa (1973-1983)"
Una década en la facultad de psicología, 1973-1983
México, UNAM, 1983, pp.263-277.

GARCIA, Ramirez Italia
Aportación al conocimiento de la orientación profesional en México (tesis)
 México, UNAM, 1966, pp.349.

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO
Manual de operación y producción
 México, UAM, 1985, 215 pp.

LINARES, MARCO JULIO
El guión. Elementos, formatos y estructuras
 México, UAM Xochimilco, 1983, 161 pp.

MOLES, Abraham y otros
Enciclopedia ciencias de la comunicación. Los mass media
 vol.1, España, Asuri, 1982, 683 pp.

RUIZ, Melchor Dora Elena
Actividades de orientación en México (tesis)
 México, UNAM, 1977, pp.210.

HEMEROGRAFIA

AMADOR, Silvia Ana
 "La educación nacional se encuentra en quiebra"
El Heraldó
 México, D.F., 21 de febrero de 1988, p.19A.

CERO EN CONDUCTA
 Educación y cambio, A.C.
 bimestral
 México, D.F.
 Núm.9, mayo-agosto de 1987.

CHASQUI
 CIESPAL
 trimestral
 Ecuador, Quito
 Núm.10, abril - junio de 1984, pp.25-27.

DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION
 "Acuerdo por el que se establece el Sistema Nacional de Orientación Educativa"
 México, D.F., 3 de octubre de 1984, p.15.

EXCELSIOR
 "Opciones educativas para los egresados de secundaria"
 México, D.F., 8 de octubre de 1988, p.3.

GAGO, Huguet Antonio
 "Sistema nacional de orientación educativa: análisis y perspectivas"
Revista de la educación superior
 Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior
 Núm.1, enero-marzo de 1986, pp.5-17.

GUEVARA, Patricia
 "Seis millones de estudiantes de nivel medio requieren
 orientación: SEP"
Excelsior
 México, D.F., 17 de mayo de 1987, p.26A.

GONZALEZ, Rodriguez Sergio
 "Numeralia"
Nexos
 México, D.F.
 Núm.122, febrero de 1988, p.15.

IBARRA, Ma. Esther
 "Decide la SEP que se encojan las universidades"
Proceso
 México, D.F.
 Núm.517, 29 de septiembre de 1986, p.19.

ICYT INFORMACION CIENTIFICA Y TECNOLOGICA
 Consejo Nacional de Ciencia y Tecnologia
 México, D.F.
 Núm.140, mayo de 1988, p.37.

LA JORNADA
 "No hay orientación sobre posgrados y
 especializaciones de la UNAM"
 México, D.F.
 16 de junio de 1988, p.5.

MANDUJANO, Manuel
 "Radio. Sólo para despistados"
Hoy
 México, D.F.
 Núm.2214, 26 de octubre de 1982, p.10.

MARCIAL, Juan
 "Arquetipo de prestigio, espejismo de aspirantes"
Gaceta UNAM
 México, D.F.
 24 de agosto de 1987, pp.16-17.

SERVICIOS A LA COMUNIDAD
 Secretaría General Auxiliar, UNAM
 mensual
 México, D.F.
 Núm.4, II época, julio de 1987.

ENTREVISTAS

Entrevistas sobre el tema *Desarrollo de la orientación educativa*:

Rogelio Oliver Hernández, profesiólogo y orientador, México D.F., 9 de marzo de 1988.

Donají Domínguez Juárez, subdirectora de la subdirección de servicios de la Dirección General de Orientación Vocacional de la UNAM, México D.F., 30 de julio de 1988.

Entrevistas sobre el tema *Los medios de difusión colectiva en la orientación educativa*:

Mónica Elías Calles, coordinadora del Sistema Nacional de Orientación Educativa, México D.F., 31 de agosto de 1988.

Javier Arévalo Zamudio, director de comunicación social del Consejo Nacional de Educación Tecnológica, México D.F., 3 de agosto de 1987.

Irma Jiménez Bocanegra, coordinadora de los servicios de orientación vocacional de la Dirección General de Orientación Vocacional de la UNAM, México D.F., 30 de junio de 1987.

Entrevistas sobre el tema *Programas radiofónicos de orientación educativa*:

Abel Sosa Vaca, jefe de la fonoteca de Radio UNAM, México D.F., 11 de marzo de 1988.

María Teresa Moya, productora del programa radial "Mujer", México D.F., 29 de febrero de 1988.

Gabriela Ortega, coordinadora general del programa "Los bachilleres hoy", México, D.F., 28 de junio de 1988.

Arturo Domínguez Bácz, colaborador en la coordinación del programa "Ecos de la UPN", México, D.F., 16 de marzo de 1988.

Guadalupe Escamilla, encargada de la producción radiofónica de la Dirección General de Orientación Vocacional de la UNAM, México, D.F., 9 de marzo de 1988.

Patricia Kelly, productora del programa "Sólo para despistados", México, 9 de marzo de 1988.

DOCUMENTOS

CONSEJO DEL SISTEMA NACIONAL DE EDUCACION TECNOLOGICA
"SABES QUE ES" (folleto)
México, COSNET, 1988.

CONSEJO DEL SISTEMA NACIONAL DE EDUCACION TECNOLOGICA
*Relación de estaciones pertenecientes a las universidades en
el interior de la República Mexicana.*

ELIAS, Calles Mónica
La educación en México (inédito)
México, 1988.

NAVA, Ortiz José
Planeación del Sistema Nacional de Orientación Educativa"
Trabajo presentado en el Tercer Encuentro de la Asociación
Mexicana de Profesionales de la Orientación (AMPO),
celebrado los días 3, 4 y 5 de julio, 1985.

SECRETARIA DE GOBERNACION
*Radiodifusoras del Instituto Mexicano de la Radio,
en el interior del país, 1987.*

SEP/PROGRAMA NACIONAL DE ORIENTACION EDUCATIVA
México, Subsecretaría de Planeación Educativa, 1986.

FE DE ERRATAS

<u>PAGINA</u>	<u>DICE</u>	<u>DEBE DECIR</u>
50	son	serán
96	alternar	incluir