

N° 32
251.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

*La incorporación del licenciado en
Ciencias de la Comunicación
en su área de trabajo en el Distrito Federal.
Análisis de un caso.
Generación 1980-1983 de la FCPyS
de la UNAM*

TESIS
que para obtener el título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación
Presenta
María del Carmen Márquez González

FALLA DE ORIGEN

1992



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

	Pág.
INTRODUCCION -----	7
I. METODOLOGIA -----	11
II. LAS ESCUELAS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION EN MEXICO	
1. Panorama general -----	15
2. Instituciones que imparten la carrera en México -----	16
III. LA FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA UNAM	
1. Antecedentes generales -----	21
2. La carrera de periodismo -----	24
A. Configuración del perfil profesional durante la evolución de la carrera -----	25
B. Plan de Estudios -----	28
C. Objetivos actuales de la carrera -----	36
D. Perfil profesional actual del egresado -----	36
IV. LA GENERACION 1980 - 1983 DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION. CASO PRACTICO	
1. Panorama general -----	45
2. La formación académica -----	47
A. Datos generales -----	47
B. Situación académica actual -----	52
3. El Campo de trabajo de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación	
A. Antecedentes generales -----	63
B. Situación profesional actual (Alternativas y limitaciones de empleo) -----	66
C. Areas de desarrollo -----	81
D. Vinculación Teoría - Práctica -----	83
CONCLUSION -----	89
BIBLIOGRAFIA -----	103
ANEXO 1 (Cuestionario aplicado) -----	105
ANEXO 2 (Código y frecuencia de respuestas) -----	117

INTRODUCCION

A más de ocho años de haber egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, en el área de Ciencias de la Comunicación se observó que los egresados de esta especialidad se encuentran con dificultades al tratar de incorporarse al mercado de trabajo, y aunque esto no ha afectado a la gran mayoría, sí ha frustrado los ideales de otros que esperaron un mejor desarrollo profesional en esta especialidad.

En el transcurso del egreso de la generación 1980-1983 a la fecha, se hizo patente que algunos de sus miembros se encontraban desempleados, o subempleados en condiciones de trabajo desfavorables, sufriendo las vicisitudes inherentes por tener una formación académica en una carrera que no ha sido lo suficientemente reconocida a nivel profesional en los medios en donde se ejerce.

Encontrar empleo en el medio no ha sido fácil para los egresados de esta escuela. Al parecer, los medios de difusión cierran sus puertas a las nuevas generaciones, con múltiples pretextos que van encaminados a desconocer su formación académica, prefiriendo a personas de otras universidades o empíricos formados dentro de las mismas empresas o instituciones.

Pocos tienen el privilegio de gozar de un sueldo decoroso por ejercer la labor profesional. Algunos la realizan, pero sin sueldo, y otros ni siquiera gozan de esa oportunidad, simplemente la necesidad económica los llevó a ocuparse en actividades ajenas a la profesión.

La demanda de empleos existe para todos los profesionales egresados de la UNAM, pero la falta de profesionalización de la carrera hace más aguda la situación, y aun así, cada año egresan nuevas generaciones.

De estas observaciones preliminares surgió una serie de preguntas a las cuales se quiso dar respuesta: ¿Cuáles son las causas que intervienen para que los egresados se desempeñen o no en el medio profesional? ¿Es determinante la situación académica actual para que consigan o no trabajo? ¿Qué tan importante es el título profesional para ubicarse en el mercado de trabajo? ¿Cuál es el nivel de ingresos y las condiciones bajo las cuales se desempeñan los egresados? ¿Por qué a los egresados de esta facultad se les restringe el acceso al trabajo dentro de los medios de difusión? ¿Por qué es tan difícil que se incorporen al mercado de trabajo?

Ante estas interrogantes y muchas otras se decidió realizar un estudio de campo con el propósito de conocer las características de la incorporación del egresado de Ciencias de la Comunicación en su campo de trabajo y los factores que las determinan. El estudio se restringe particularmente a los egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, y se tomó como muestra a la generación 1980-1983.

El trabajo contiene cuatro apartados (metodología y tres capítulos), de tal foma que a través de su análisis y lectura se conozcan las vertientes necesarias para poder tener un panorama general de la situación que se plantea.

En el primer capítulo se describe a grandes rasgos la situación de las Ciencias de la Comunicación como carrera profesional, haciendo un recuento de las escuelas que la imparten en México.

El segundo capítulo se enfoca a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, y en particular a la carrera de Ciencias de la Comunicación dentro de la UNAM. Aquí se describen sus antecedentes, objetivos y el perfil profesional del egresado. Con este marco de referencia se podrán comparar las expectativas de la facultad con respecto a sus egresados con la realidad de la muestra seleccionada.

El tercer capítulo, describe la investigación de campo llevada a cabo con los egresados de la generación 1980-83. En éste se plasman los resultados obtenidos del levantamiento de la encuesta y se hace un análisis general mediante el cruce de variables.

Cabe aclarar que de ninguna manera se pretendió dar a conocer lo que sucede con todas las generaciones que egresan de la carrera de Ciencias de la Comunicación, por eso es importante establecer que esto es sólo un ejemplo, y que las demás generaciones pueden comportarse de manera similar o diferente, pero que hay puntos en los cuales pueden converger.

Lo fundamental de este análisis es la exposición de las experiencias y del punto de vista de los miembros de una generación que, para el tiempo que tienen de haber egresado de las aulas, ya deberían estar necesariamente ejerciendo la labor para la cual los preparó la Universidad Nacional y, sin embargo, por diversos motivos, no en todos los casos ha sucedido así.

Dado que se trata de un trabajo de divulgación con fines exclusivamente académicos, los objetivos han sido dirigidos a encontrar información útil para el conocimiento de las necesidades de la profesión dentro de nuestro ámbito, de modo que la formación académica que ofrece esta Facultad esté muy cerca de la satisfacción de dichas necesidades, con el propósito de garantizar una fuerza de trabajo preparada adecuadamente a nuestra realidad y a las posibilidades de un pleno desarrollo profesional.

Se pretende que esto sirva de base para quienes están involucrados en la toma de decisiones que afectan la formación académica de los profesionales de la especialidad. La responsabilidad que pesa sobre ellos para tomar las decisiones adecuadas, de las cuales dependerá el correcto desempeño profesional de sus egresados y la riqueza de los recursos humanos nacionales, requiere de información.

Asimismo, es de relevante importancia que los egresados universitarios, como sujetos y objetos mismos de la investigación, y siendo parte de su historia, contribuyan con propuestas de solución a los problemas actuales. Además porque el tema no ha sido tratado dentro de la Facultad con la seriedad pertinente, ya que se carece de un programa de seguimiento de egresados.

I. METODOLOGIA

Recopilación de la información

La revisión y el análisis del material documental existente sobre la problemática mencionada permitió orientar la selección de las técnicas y el diseño de los instrumentos para recoger la información.

De esta manera se determinó que era importante realizar una encuesta para conocer de manera directa las experiencias de los integrantes de la muestra seleccionada al tratar de incorporarse al mercado de trabajo.

Asimismo, conocer sus expectativas y puntos de vista sobre la carrera para la cual se prepararon profesionalmente, y a la vez saber cuál es la situación, tanto académica como profesional, que priva en esta generación.

Para tal efecto, la metodología del trabajo fue como sigue:

Primeramente, se determinó a la generación 1980-83 de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación porque la persona que realiza el estudio forma parte de ella. Esto permitió tener mayor información con respecto a sus integrantes.

Sin embargo aun con esta ventaja, no se pudo conseguir el número total de egresados de la generación a pesar de haberlo solicitado a las instancias correspondientes dentro de la facultad, ya que al parecer se carece de un dato fidedigno al respecto.

Por esta razón, se trató de localizar al mayor número de integrantes para que la muestra fuera lo más representativa posible.

Antes de proceder a la aplicación de la encuesta se elaboró un cuestionario "piloto", que se aplicó a 20 egresados de diversas generaciones de la carrera, lo que permitió delinear el enfoque de las preguntas y el contenido mismo del cuestionario.

Una vez determinados los errores y afinadas las preguntas, se procedió a redactar el cuestionario final que incluyó preguntas de opción múltiple, cerradas y abiertas. De esta manera se pudieron dirigir las respuestas de acuerdo a la importancia que se le asignó a cada una de las variables.

Ante la carencia de un directorio actualizado de los miembros de la generación, se partió de uno que se tenía desde el año de egreso de ésta, el cual, lógicamente contenía, en muchos casos, información desactualizada.

Para salvar esta situación, en la última página del cuestionario se solicitó a los entrevistados, de los que sí se tenían datos reales, que anotaran los datos actuales de egresados de la generación con los cuales tuvieran contacto. De esta manera se formó una cadena a través de la que se logró localizar a 90 egresados.

Para efectos de la aplicación del cuestionario se formó un grupo de 20 encuestadores, quienes después de una adecuada preparación y orientación sobre los objetivos del trabajo, acudieron personalmente a los domicilios y/u oficinas de los egresados para recopilar la información.

El levantamiento de la encuesta se llevó a cabo durante el período de enero a julio de 1990. Cabe aclarar que ésta no fue una etapa fácil, ya que en muchas ocasiones no se encontró a las personas, a la primera visita, por lo que se tuvo que insistir cuantas veces fue necesario.

También fue indispensable elaborar un sistema de control de los encuestadores mediante la verificación de la información por ellos presentada, sobre la base de pruebas selectivas de los cuestionarios contestados. Esto con el objeto de asegurar una mayor veracidad en la captura de los datos.

De cada diez cuestionarios recibidos se tomó uno al azar para localizar al entrevistado vía telefónica, y así confirmar si efectivamente había proporcionado la información.

Una vez reunidos los datos, se vaciaron a hojas tabulares, después de asignar una codificación a las preguntas cerradas y de opción múltiple. En el caso de las preguntas abiertas se rescataron todas las respuestas para cerrarlas de acuerdo a criterios y asimismo asignarles código.

El procesamiento de datos fue lento ya que todo se hizo de forma manual. Para realizarlo (codificación, procesamiento, cruce de variables, etc.) fue necesario diseñar cédulas especiales para vaciar en ellas los datos de los cuestionarios, tanto en detalle de cada uno, como el concentrado del total de la muestra.

Después se procedió a realizar el análisis mediante el cruce de variables. Los resultados aparecen en el capítulo tres de este trabajo.

Debido a que la información procesada es únicamente descriptiva, ésta se presenta en valores absolutos y porcentajes, como indicadores de la situación que se plantea.

Al final y como anexo se incluye el cuestionario aplicado, así como la codificación de preguntas y la frecuencia de respuestas, para cualquier aclaración que se tuviera que hacer al respecto.

II. LAS ESCUELAS DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION EN MEXICO

1. PANORAMA GENERAL

Antes de la Segunda Guerra Mundial la enseñanza del periodismo era desconocida en México. Algunos autores señalan precisamente el decenio de los años cuarenta como la etapa en que aparecieron en México las primeras escuelas de periodismo.

La escuela patrocinada por la Universidad Femenina de México fue una de las primeras junto con la Escuela de Periodismo "Carlos Septien García", surgidas con patrocinio católico, en las que todavía predominaban las materias de carácter literario filosófico, y la Universidad Nacional Autónoma de México, que a partir de 1949 comenzó a desarrollar el proyecto.

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, la consiguiente penetración económica de Estados Unidos en México demandó la creación e implementación de programas más acordes con el desarrollo de la tecnología comunicativa, ya que esta improvisación tenía, desde luego, poca vinculación con la situación vigente en el país.

La UNAM no se quedó atrás en este aspecto, ya que desde principios de 1949 el entonces Rector solicitó la elaboración de un proyecto para que introdujera en su curricula la carrera de Periodismo y Comunicación.

En la actualidad, en todo el territorio mexicano existe una gran cantidad de escuelas que cuentan con la carrera de comunicación en sus diversas modalidades. Se puede ver a continuación un panorama general de la situación actual que priva en estas escuelas y en la carrera en sí.

2. INSTITUCIONES QUE IMPARTEN LA CARRERA

Hasta 1989 se tenían registradas en nuestro país un total de 339 instituciones de Educación Superior, desglosadas de la siguiente manera.

INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR EN MEXICO

CUADRO 1

Sector	Cantidad	Tipo	Matrícula de alumnos
Público	44	Universidades Inst. de Educ. Tecnológica Instituciones diversas	
	89		
	18		
Total	151 (44.5%)		834,950 (84.4%)
Sector	Cantidad	Tipo	Matrícula de alumnos
Privado	54	Universidades Inst. de Educ. Tecnológica Instituciones diversas	
	1		
	133		
Total	188 (55.5%)		154,464 (15.6%)
339		TOTAL NACIONAL	989,414

(1)

Resalta que aun cuando el 55.5% de las universidades son privadas, todas juntas apenas absorben aproximadamente la misma cantidad de alumnos que tiene la Universidad Nacional Autónoma de México.

Cabe destacar que para efectos de este tema se tomó en cuenta tanto a las escuelas que imparten el carácter eminentemente técnico de la comunicación (entendiendo a éste como las que se dedican a la producción y manejo de los medios mecánico-electrónicos) como a los que sólo lo toman como área social, ya que aunque se ha desconocido su directa vinculación, la tecnificación vertiginosa de los procesos de la comunicación en la sociedad le otorga cada vez más importancia a los canales informativos nuevos y, a estas alturas, cada vez es más difícil separar lo social de lo técnico de manera radical.

De los 339 centros de Educación Superior de la República Mexicana, 84 brindan enseñanza en alguna de las ramas de la comunicación y/o información, entendiéndose por tales, las pertenecientes al conocimiento social (Comunicación, Información y Periodismo) y las relacionadas con las ciencias técnicas de la información (Ingeniería en Electrónica y Comunicaciones).

Catorce de estas instituciones están localizadas en el Distrito Federal, 8 en Tamaulipas, 7 en Sinaloa y en el Estado de México; 5 en Guanajuato y Sonora; 4 en Jalisco, Nuevo León y Puebla; 3 en San Luis Potosí; 2 en Baja California Norte, Coahuila, Colima, Chihuahua, Durango, Morelos, Yucatán y Zacatecas y 1 en Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Hidalgo, Oaxaca, Querétaro y Veracruz.

En 7 estados de la República Mexicana (Baja California Sur, Guerrero, Michoacán, Nayarit, Quintana Roo, Tabasco y Tlaxcala) no se imparten carreras de comunicación.

Como se puede observar, el mayor número de escuelas de comunicación se encuentran en la Capital de la República, debido a que es aquí en donde se ve más palpable el desarrollo tecnológico en comunicación (prensa, radio, cine, televisión, computación, etc.), además de la concentración demográfica que existe en el Valle de México.

Además, 57 de las 84 instituciones que enseñan algunas de las ramas de este estudio son de carácter privado y 27 pertenecen al sector público.

En total, ambas apenas absorben alrededor de 30 mil alumnos, lo que significa el 3.03% de la matrícula total nacional de alumnos inscritos a nivel licenciatura.

La información relativa a cada una de esas instituciones, y de manera específica a las carreras que nos interesan, fue sumamente difícil de obtener, ya que en algunos casos ni las mismas autoridades de estos centros cuentan con material organizado que les permita brindar detalles cualitativos y cuantitativos de profesores y alumnos, y de los cursos que dictan. En otros casos, como en las de carácter privado, restringen la información bajo sospecha de que se tratará de utilizar para algún afán político, gubernamental o evaluativo.

Asimismo, dentro de la propia Secretaría de Educación Pública se carece de esta información que por su carácter es de vital importancia. Esto se debe a la falta de control y a la anarquía en que se ha desenvuelto la enseñanza del periodismo y/o comunicación, ya que hace apenas unos cuantos años se ha tratado de encauzarla.

Hay que recordar que, antiguamente, se suponía que con la vocación era suficiente y que, por lo tanto, no se requería de una preparación especial para desarrollarse.

Es evidente que hay una inquietud por el estudio de esta profesión, y que poco a poco el número de alumnos crece cada día más en las escuelas que las imparten, pero también es claro que no todas son a nivel profesional, ni tienen la misma calidad en sus Planes de Estudio, ni en sus métodos de enseñanza.

A las instituciones de educación superior debe preocuparles la existencia de escuelas que imparten cursos de periodismo y que otorgan certificados, títulos o diplomas, sin reunir los requisitos que den prestigio a la profesión, de esta manera podrán garantizar a sus egresados la supremacía de su grado obtenido por sobre el de otras escuelas.

III. EL CASO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES DE LA UNAM

1. ANTECEDENTES GENERALES

La carrera de Ciencias de la Comunicación tiene su origen en los estudios de periodismo que surgen como parte del proyecto de la creación de una escuela donde se estudiaría a las Ciencias Políticas y Sociales.

Los cambios ocurridos en la sociedad mexicana a partir de los años cuarenta generaron una creciente preocupación por la formación de profesionales en las diferentes ramas de las ciencias sociales. Esta inquietud se concretó fundamentalmente dentro de la Facultad de Derecho, en donde diversos grupos de profesores orientaron sus estudios hacia ciertas áreas prioritarias del ámbito político-social.⁽²⁾

Acorde con estos hechos, en 1949 se desarrolló un proyecto académico específico para establecer en nuestro país, dentro de la Universidad Nacional Autónoma de México, una institución educativa dedicada a la enseñanza de las ciencias sociales.

El entonces rector, Doctor Luis Garrido, encargó al licenciado Emilio O. Rabasa que formulará un anteproyecto de dicha institución. Paralelamente, el doctor Lucio Mendieta y Núñez, director del Instituto de Investigaciones Sociales, había concurrido a una conferencia de Ciencia Política, convocada por la UNESCO, donde se recomendaba la creación de escuelas de Ciencias Sociales; el maestro Mendieta y Núñez presentó a la Rectoría un plan de estudios en el cual se tomaban en cuenta las experiencias de diversas universidades.

La estructura inicial de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM fue tomada casi íntegramente del modelo de la de London School of Economics and

(2) Para mayor información, remitirse a: Fernando Holguín, *Morfología de la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales*, Revista de Ciencias Políticas y Sociales, Núm. 15, pp. 13 - 15, UNAM, 1959.

Political Science, del Institut Etudes Politiques de la Universidad de París y de la Ecole de Sciences Politiques de la Universidad Lovaina. De esta última se tomaron las bases de los programas de estudio, ya que se consideró era la más cercana en objetivos académicos a las aspiraciones prevalecientes en México.

Una vez hechos los ajustes necesarios al proyecto, el Consejo Universitario, en su sesión del 3 de mayo de 1951, aprobó la creación de la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales.

"El doctor Lucio Mendieta y Núñez era el director natural para esta nueva escuela, puesto que había traído la idea y formulado los planes de estudio que defendió en la Universidad; pero la situación creada por las corrientes en pugna fortaleció la idea de la designación de una persona ajena al conflicto." (3)

"Así, llegó de fuera el maestro Ernesto Enriquez Coyro, para ocupar el histórico lugar de ser el primer director de esta naciente escuela y el 25 de julio de 1951 el doctor Luis Garrido junto con el licenciado Ernesto Enriquez Jr., declaran inaugurados los primeros cursos académicos de la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales... En una pequeña, modesta y algo incomoda casa, número 24 de la calle de Miguel E. Schultz." (4)

La comunidad estudiantil era heterogénea, pues gracias a un artículo transitorio de los estudios de la escuela se podían inscribir aquellas personas que con experiencia comprobada en algunos de los campos propios de las carreras a impartir, sustituyeran el grado de bachiller. La inscripción del primer año rebasó con mucho lo previsto, pues esperaban entre 30 y 40 alumnos, resultando una inscripción de 136, distribuidos de la siguiente manera: Diplomacia 76, Ciencias Sociales 3, Periodismo 43 y Ciencias Políticas 23 (129 hombres y 13 mujeres). Para el siguiente año se inscribieron a primer ingreso, 163 alumnos más.

(3) Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales Núm. 115-116, Edición conmemorativa del cambio de instalaciones de la F.C.P.yS., Año XXX, Nueva Época, enero-junio 1984, pág. 16.

(4) *Ibidem*, pág. 17

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales surge en el marco del concepto de democratización de la enseñanza, idea que propulsa las más sustanciales reformas, que alienta movimientos y críticas.

La misma problemática social hace imperiosa la necesidad de su creación, aun en condiciones no propicias, con carreras dispersas y planes indefinidos. Así empieza la búsqueda de su camino.

“Destaca en ese momento la amplitud y profundidad de la consulta y deliberación así como los resultados concretos que se obtienen. Comenzando con un cuestionamiento de los fines de la institución que justifica ante sí misma y la sociedad la utilidad social de las carreras de ciencias políticas y sociales... pasando por el cuestionamiento de lo que debe y puede enseñarse en las aulas y lo que necesariamente ha de aprenderse fuera de ellas, en el propio ejercicio profesional, y finalmente por una reflexión sobre el cómo ha de enseñarse y cómo ha de evaluarse el aprendizaje...” (5)

El 12 de febrero de 1968, en una ceremonia presidida por el rector de la UNAM Ing. Javier Barros Sierra la Escuela de Ciencias Políticas y Sociales es declarada Facultad, al quedar establecidos los cursos de doctorado.

La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales cuenta con aproximadamente 10 000 estudiantes que se especializan en cinco licenciaturas y cinco posgrados, una planta de más de 500 maestros y un moderno edificio que recién ahora reemplaza las modestas instalaciones inauguradas durante 1956 en Ciudad Universitaria.

(5) TAPIA Campos, Martha Laura, *La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Una historia de sus planes de estudio* (historia documental). Tesis Profesional (Lic. en C. Comunicación) F.C.P.y S. - UNAM, México, 1985. pág.

2. LA CARRERA DE PERIODISMO

La carrera de periodismo, ahora llamada Ciencias de la Comunicación, forma parte de la currícula de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM desde su fundación en 1951.

“Desde sus inicios y a lo largo de su desarrollo la formación universitaria de periodismo ha debido justificarse frente a otras modalidades de capacitación, encontrar su lugar entre otras especialidades universitarias, y adecuarse a un rápido crecimiento de los medios de comunicación colectiva y su influencia en la sociedad.

En otras palabras, los profesionales del periodismo o quienes aspiran a serlo, pueden adquirir sus conocimientos en la propia práctica dentro de organizaciones de información, en escuelas no universitarias o derivar la práctica periodística por otras vías.

Dentro de las universidades, la carrera de periodismo se inscribe en las áreas de disciplinas humanísticas, y en este caso dentro de las Ciencias Políticas y Sociales.” (6)

A. Configuración del Perfil Profesional durante la evolución de la carrera

"... La profesión universitaria de periodista no pretende excluir al periodista actualmente en actividad, lo reconoce como un hecho con el cual ha de seguir, pero establece que el periodista necesita una formación científica y ordenada a fin de equiparar su mente con los instrumentos intelectuales y éticos que le permitan entender los fenómenos humanos y al entenderlos, llevarlos pulcramente al conocimiento de los demás..." (7)

*Sr. Jorge Fernández
Ex director de CIESPAL*

1965

"El periodista debe ser, tiene que ser, un hombre moderno, con un arsenal de ideas que le permitan comprender el tiempo que vivimos. No puede ignorar las fuerzas que marcan las tendencias de nuestro tiempo, ni el complejo de causas que operan sobre la realidad cotidiana, ni los símbolos, convicciones, creencias, opiniones que configuran las actividades del hombre actual. De ahí, que los conocimientos esenciales del orden social, económico, político y jurídico deban sumarse al acervo intelectual del periodista, para que puedan estar en condiciones de desempeñar su importante función social. Ese privilegio ha dejado de ser de los iniciados" (8)

Dr. Fayt.

1968

¿Cuál es el perfil ideal del antes periodista, ahora comunicólogo?, ¿qué clase de hombre debe ser quien elabora y contribuye a difundir las noticias?, ¿cuál debe ser la formación ética e intelectual de quien se convierte en el vehículo de esta forma del conocimiento?

Quien indaga o presencia el hecho, quien describe y redacta la información, quien comenta los sucesos, quien elabora mensajes, debe saber primero comprender al hombre mismo, comprender la sociedad, comprender la naturaleza histórica de los hechos y vincularlos para conocer su influencia social. Sólo de esta manera podrá traducir con mayor objetividad la versión de lo conocido por él, en su contenido intrínseco, en lo que signifique como acontecimiento humano de interés colectivo.

(7) CIESPAL, *II Seminario Regional sobre enseñanza del periodismo y medios de información colectiva*. México, UNAM, 1965, pág. 32

(8) CIESPAL, *Las escuelas de Periodismo en América Latina*. Op. cit., pág. 19.

Desafortunadamente no existe un consenso general ni rigor estricto sobre la selección vocacional de los alumnos que eligen la carrera, y se pide generalmente como único requisito indispensable el poseer el grado de bachillerato o su equivalente.

La carrera de periodismo en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se creó bajo la modalidad de un perfil con muy buenos augurios, pero que se pone en duda en la práctica por lo que se expone más adelante. En ese entonces el documento correspondiente decía así:

Licenciatura en periodismo.

"... La prensa tiene un papel preponderante en nuestra vida social, ya que con sus comentarios y artículos en las planas editoriales, contribuye a formar la opinión pública y con sus crónicas y suplementos de arte, secciones bibliográficas e informaciones científicas, difunde la cultura a todas las clases sociales. Es preciso que la universidad colabore a mejorar el nivel ético e intelectual de los nuevos periodistas, para que nuestros diarios dignifiquen su información, eleven el tono de sus observaciones y expongan con la mayor imparcialidad los sucesos. No creemos que la escuela pueda suplir las lecciones de la vida práctica del reportero, del cronista o del escritor editorial, pero sí pensamos que con una buena preparación científica y humanística, el periodista podrá servir mejor a la causa del débil, la defensa de los altos valores humanos y la educación del pueblo." (9)

Con la misma asociación de ideas el doctor Mendieta y Núñez señala lo siguiente en 1955:

"Para la carrera de periodismo se pensó en ... periodistas que sepan manejar científicamente las técnicas de la encuesta y de la entrevista, capaces de hacer por sí mismos investigaciones sociales para forjar reportajes e informaciones de interés colectivo que tengan el sello de la sabiduría. Queremos un nuevo periodista que eleve la cultura del pueblo, que lo oriente cívica y políticamente, que lo lleve a la luz de la verdad en vez de alimentarle morbosas curiosidades y bajas pasiones con

noticias amarillistas y gacetillas de escándalo. Pensamos además, no sólo en reporteros y redactores de diarios, sino en editorialistas y escritores de revistas especializadas en organizadores, gerentes y directores de empresa." (10)

Las controversias sobre el aspecto de configuración del perfil profesional fueron constantes por el avance vertiginoso de la tecnología en comunicación, ya que ahora no sólo se hablaba de periodistas, sino de comunicólogos. El perfil tuvo que renovarse y adecuarse a las condiciones prevaletientes y con esto no sólo se replantearon los fines sino el nombre mismo de la carrera que cambió de Licenciatura en Periodismo a Licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Información lo que había provocado una serie de inquietudes entre los estudiantes de esa especialidad.

Señalaban que la carrera era un fraude porque con el nuevo nombre se prometía más de lo que realmente se estaba enseñando, ya que el contenido de las materias era básicamente de periodismo, y de ciencias de la información casi no se les enseñaba.

"Para evitar estas confusiones, el nombre de la carrera cambia nuevamente por el de Periodismo y Ciencias de la Comunicación y así se redefine su campo de acción profesional.

Es el profesional especializado en la indagación, elaboración, análisis y transmisión de la información. La formación profesional que intenta la Facultad abarca los diversos medios que la moderna comunicación social ha creado, es decir, la tarea propia del periodista no puede reducirse a las meramente periodísticas, sino que debe complementarse con aquellas técnicas que requiere la comunicación por cine, radio y televisión. Actividades tales como la publicidad, la propaganda, y las relaciones públicas, que también están actualmente incorporadas al quehacer periodístico.

(10) TAPIA Campos, Martha Laura, *Op. cit.*, pág. 71

Esta visión moderna del periodismo en el nivel de la enseñanza corresponde, a su vez, a las exigencias que la profesión demanda. Las técnicas de persuasión, de análisis de contenido, de opinión pública y otras, se unen a las tradicionales de redacción, estilo, edición, propaganda, organización de material, etc." (11)

B. Plan de estudios

Según el Plan de Estudios vigente en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, la carrera tiene las siguientes características en general:

a) Durante los tres primeros semestres se cursan quince asignaturas obligatorias y comunes a todas las licenciaturas de la Facultad. Estos cursos introductorios constituyen la formación básica común en cinco áreas fundamentales de las ciencias sociales.

b) A partir del cuarto semestre, para cada una de las carreras se programa un conjunto de asignaturas que, articuladas congruentemente configuran la formación básica de la licenciatura respectiva. Dichos cursos se distribuyen entre tres y cuatro semestres, dependiendo de la carrera.

c) Se introduce la modalidad de créditos optativos agrupados en la fase final de cada carrera, de modo que el estudiante pueda elegir y planear series de materias optativas conforme a sus intereses vocacionales, intelectuales o profesionales.

d) Finalmente, la prueba escrita del examen profesional podrá ser una tesis, un trabajo elaborado en un seminario o en un taller, o un informe satisfactorio sobre el servicio social prestado, siempre y cuando dicho servicio se haya realizado después de haber acreditado las asignaturas de la carrera correspondiente y si éste implica la práctica profesional y un rigor técnico.

(11) *Ibidem*, pág. 162

En la última reforma académica (1976), el Plan de Estudios sufrió una modificación sustancial: se estableció la Formación Básica Común, con el objeto de evitar la visión fragmentada de las Ciencias Sociales; al mismo tiempo se organizaron las materias que integrarían ese período de formación básica y se constituyeron las opciones profesionales integradas por un conjunto de materias optativas que cada alumno elige de acuerdo a sus intereses intelectuales y profesionales.

Del mismo modo, se aprobó el agrupamiento de materias por áreas académicas, asignando a los profesores de acuerdo a cada una de ellas.

La Formación Básica Común a las licenciaturas que se imparten en la Facultad está constituida por un conjunto de 15 asignaturas con carácter obligatorio. Dichas asignaturas se cursan durante los tres primeros semestres de la carrera y cubren cinco áreas fundamentales. Estos cursos buscan introducir al estudiante en la problemática científica del campo de las Ciencias Sociales, de forma tal que, independientemente de la licenciatura por la que opte a partir del cuarto semestre, su capacitación profesional tenga un nivel riguroso, universitario. Además, la perspectiva disciplinaria que ofrece permitirá al estudiante identificar su vocación profesional específica y seguir la carrera que mejor satisfaga sus intereses intelectuales e inquietudes académicas

Los cursos programados del 4o. al 6o. semestre ofrecen al estudiante la formación fundamental y la capacitación profesional suficiente en el campo específico de la comunicación colectiva. Mediante esta formación el estudiante de Ciencias de la Comunicación conocerá y valorará el estado que guarda el conocimiento teórico, metodológico y técnico de la comunicación colectiva, así como un nivel de la investigación en comunicación y el alcance y posibilidades de la práctica pro-

fesional de la carrera en la cual el estudiante se capacita. En los semestres 7o. y 8o., se concentran 10 asignaturas optativas que el estudiante podrá organizar y cursar de acuerdo a sus intereses intelectuales, vocacionales y profesionales, contando con el auxilio y la orientación de la coordinación de la carrera.

PROGRAMA DE ESTUDIOS Y MATERIAS DE ASIGNATURA

Nivel Académico: Licenciatura

Número Total de Créditos: 322

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

PRIMER SEMESTRE*

08 Historia Mundial Económica y Social I
 08 Formación Social Mexicana I
 08 Teoría Social I
 10 Taller de Investigación y Redacción
 08 Economía Política I

TERCER SEMESTRE

08 Historia Mundial Económica y Social III
 08 Formación Social Mexicana III
 08 Teoría Social III
 08 Metodología II
 08 Economía Política III

QUINTO SEMESTRE

08 Teorías de los Medios de Comunicación Colectiva
 08 Lenguaje y Sociedad
 08 Sociología de la Comunicación Colectiva
 08 Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación Colectiva en México II
 08 Géneros Periodísticos Interpretativos (Reportaje)

SEPTIMO SEMESTRE

5 materias optativas**

SEGUNDO SEMESTRE

08 Historia Mundial Económica y Social II
 08 Formación Social Mexicana II
 08 Teoría Social II
 08 Metodología I
 Economía Política II

CUARTO SEMESTRE

08 Teorías de la Comunicación y la Información
 08 Introducción a la Lingüística.
 08 Psicología Social
 08 Desarrollo, Régimen y Estructura de los Medios de Comunicación Colectiva en México I
 08 Géneros Periodísticos Informativos (nota Informativa, crónica noticiosa y entrevista).

SEXTO SEMESTRE

08 Técnicas de Información por Cine
 08 Técnicas de Información por Radio
 Televisión
 08 Psicología de la Comunicación Colectiva
 08 Introducción al Estudio de la Opinión Pública
 08 Géneros Periodísticos de Opinión (Editorial, Artículo de Fondo y Comentario)

OCTAVO SEMESTRE

5 materias optativas**

* Las materias que se imparten durante el 1o., 2o. y 3er. semestres corresponden a lo que se ha denominado Formación Básica Común, cuyo objetivo es introducir al estudiante en la problemática científica de las Ciencias Sociales, así como proporcionarle los fundamentos Teóricos y Metodológicos propios de estas disciplinas.

** Se recomienda a los alumnos que cursen las materias optativas de acuerdo a sus intereses intelectuales y profesionales.

Seis veces se ha reformado el Plan de Estudios desde la creación de la licenciatura en 1951 y todas las veces sin duda se pensó que el de entonces rebasaba las limitaciones del anterior, y así fue en efecto; sin embargo, el vertiginoso avance en las teorías sociales y en la tecnología, más rápido dejaron atrás los nuevos planteamientos y el problema tal vez sea el mismo desde entonces.

Es por esto que los Planes de Estudio no se deben pensar para el presente, se deben vislumbrar para el futuro, ya que mientras que un alumno se va formando profesionalmente en tales artes o técnicas, cuando egresa, tal vez éstas ya no sean tan funcionales como parecían y empieza un desfase entre lo que se aprende en la escuela y lo que realmente se aplica ya en los medios de comunicación.

Sobre este aspecto, los egresados dieron también su opinión acerca de la congruencia del plan de estudios de la carrera con respecto a las necesidades del mercado de trabajo. Los resultados se pueden ver en el capítulo tres.

Recopilación esquemática de materias de los planes de estudio de otras escuelas que imparten la carrera

A grandes rasgos, y como mera información, se presenta una recopilación esquemática de las materias que contienen los planes de estudio de algunas otras universidades que imparten la carrera aquí, en el Distrito Federal, para conocer algunas de sus diferencias y similitudes.

Cabe aclarar que si se quisiera hacer una comparación más profunda, habría que recurrir a los contenidos temáticos de las materias, a los procesos de enseñanza - aprendizaje y a los recursos con que cuenta cada institución, lo que llevaría a un tema muy extenso, por eso aquí se hace únicamente de manera esquemática

Para efectos de esta recopilación, se tomaron los Planes de Estudio de ocho escuelas , ellas son:

1. Facultad de Ciencias Políticás y Sociales de la UNAM
2. Escuela de Periodismo "Carlos Septien García"
3. Universidad Autónoma Metropolitana
4. Centro de Estudios Universitarios del Distrito Federal
5. Universidad Latinoamericana
6. Universidad Intercontinental
7. Universidad del Tepeyac
8. Universidad Iberoamericana

Los nombres asignados a la carrera son muy similares; en el mismo orden imparten la carrera de:

1. Licenciado en Ciencias de la Comunicación
2. Licenciatura en Periodismo
3. Licenciatura en Comunicación
4. Licenciatura en Periodismo
5. Licenciatura en Comunicación y Relaciones Públicas
6. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
7. Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Comunicación
8. Licenciatura en Comunicación

En los ocho casos, la carrera se cursa en un tiempo normal de cuatro años, con sus diferentes tipos de sistemas escolarizados, divididos todos por semestres, salvo el caso de la UAM que integra su Plan de Estudios por trimestres.

Tal vez lo que más distingue a una escuela de otra es la formación técnica o humanística que aspiran dar a sus egresados. Así, cada escuela debe preguntarse ¿hacia dónde van a incorporarse sus egresados dentro del campo de trabajo?, ¿cuáles son las características deseables que requiere una empresa para dar un empleo?, etc.

Claro está que cada empresa tendrá sus propias necesidades, conocimientos generales, capacidad de análisis o aplicación exacta de las técnicas de comunicación, depende de qué tipo de empresa y qué tipo de trabajo se trate, pero lo ideal sería que cualquier egresado pudiera reunir las características mínimamente aceptables en estos aspectos, ni muy técnicos, ni muy humanísticos.

Se observa también que la única escuela que introduce al alumno en el área de Ciencias de la Comunicación hasta el 4o. semestre es, precisamente, la FCP y S, ya que los tres semestres anteriores se aboca al estudio de cultura general, de formación ideológica y humanística. La UAM inicia esta introducción durante el 2o. semestre (4o. trimestre) y la Universidad Latinoamericana durante el 3er. semestre.

Resalta que tanto la escuela de Periodismo Carlos Septién García, el Centro de Estudios del Distrito Federal, la Universidad del Tepeyac y la Iberoamericana, inician esta introducción desde el primer semestre; esto, en primera instancia, llevaría a suponer que al ingresar al mercado de trabajo del área, cualquier alumno egresado de esas escuelas tendría mayor conocimiento en el manejo de las técnicas y/o equipos de comunicación, que los egresados de la FCPy S.

Coinciden en varios aspectos las carreras de la FCPy S con la UAM, en lo que a formación histórico-metodológica y humanística se refiere, inclusive porque en la práctica, el balance que se da a las materias es más o menos el mismo.

CUADRO ESQUEMATICO DE MATERIAS DE ALGUNOS PLANES DE ESTUDIOS DE OTRAS UNIVERSIDADES

SE- MESSE	TRIMESTRE	FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES UNAM	ESCUELA DE PERIODISMO CARLOS SEPTIM GARCIA	UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
10.	10.	-Historia Mundial Económica y Social I -Formación Social Mexicana I -Teoría Social I -Taller de Investigación y Redacción -Economía Política I	-Redacción -Ortografía -Introducción a los Medios de Comunicación Audiovisual -Historia de la cultura -Introducción a las Ciencias de la Información	T R O N C O D I V I S I O N A L G E R A L
	20.		-Historia del periodismo -Introducción a la cuestión social -Letras españolas -Laboratorio de Comunicación Oral -Seminarios y Conferencias	
20.	30.	-Historia Mundial Económica y Social II -Formación Social Mexicana II -Teoría Social II -Metodología I -Economía Política II	-Noticia en prensa -Introducción al periodismo radiofónico -Introducción al periodismo televisivo -Periodismo en América Latina -Métodos y Técnicas de Investigación de campo del Reportero -Sociología -Teoría Económica -Letras mexicanas -Mecanografía	MODULO I.- CONOCIMIENTO Y SOCIEDAD *Proceso histórico de la Ciencia.-Diferenciación de las Ciencias.-Introducción al proceso de la investigación científica MODULO II.- HISTORIA Y SOCIEDAD *Introducción al estudio de la historia.-Proceso histórico de la Sociedad Capitalista.-"El capitalismo dependiente: América La tina".-Los problemas del capitalismo: La revolución soviética y la influencia del socialismo en América Latina
	40.			MODULO III.- MEXICO: ECONOMIA POLITICA Y SOCIEDAD *El desarrollo del capitalismo en México TALLER I.- INTRODUCCION A LAS PRACTICAS SOCIALES DE LA COMUNICACION *Definición de prácticas comunicativas y su significación.-Diferentes modalidades del lenguaje.-Diseño/Principales escuelas de diseño.-Fotografía (revelado/manejo de cámara).-Taller de escritura
30.	50.	-Historia Mundial Económica y Social III -Formación Social Mexicana III -Teoría Social III -Metodología II -Economía Política III	-Entrevista en prensa -Redacción para radio I -Redacción para T.V. I -Geopolítica de la información -Sociología de la información -Fotografía I -Historia de las doctrinas económicas -Relaciones Públicas -Letras contemporáneas	T.C. 2.- TEORIAS Y MODELOS DE LA COMUNICACION.- EDUCACION VISUAL. - ELEMENTOS DE EDUCACION SONORA *El lugar social de la Comunicación: la perspectiva semiótica. *Aportes de la semiótica; Las teorías cibernéticas.-Función del Estado.-Fotografía.-Diseño, cartel, sonido audiovisual, taller de escritura.
	60.			T.C. 3.- PODER Y PRACTICA DE LA COMUNICACION. EXPRESION ESCRITA *Estructura de poder de los medios masivos de comunicación.-Legislación sobre comunicación.-"Los medios gráficos.-"El papel social de la publicidad.-Periodismo. Las diversas formas de escritura.-"El material gráfico, editoriales y sus productos.-"Guionismo didáctico
40.	70.	-Teorías de la Comunicación y la Información -Introducción a la Lingüística -Psicología Social -Desarrollo, Régimen y estructura de los medios de Comunicación Colectiva en México I -Géneros Periodísticos Informativos I	-La crítica en prensa -Redacción para Radio II -Redacción para T.V. II -Fotografía II -Teoría de la Comunicación -Psicología de la Información -Ideas contemporáneas -Publicidad -Filosofía I	T.C. 4.- MODELOS DE DESARROLLO Y PRACTICA DE LA COMUNICACION.-PRODUCCION DE RADIO *Estado y Sociedad. Dependencia y dominación cultural.-"El papel de la radio en la sociedad mexicana.-"Las técnicas radiales.-"Periodismo y dramatización radiofónica
	80.			T.C. 5.- MEDIOS AUDIOVISUALES I. TELEVISION *Uso de los medios audiovisuales, similitud y diferencias.-Especificidad de la televisión, nuevas tecnologías y su impacto social.-"El papel socio cultural de la T.V.-"Elementos básicos de la técnica televisiva. Uso de equipo.-"Lenguaje audiovisual (cine-T.V.) escuadra, movimiento, cámara, letras
50.	90.	-Teoría de los Medios de Comunicación -Lenguaje y Sociedad -Sociología de la Comunicación Colectiva -Desarrollo, Régimen y estructura de los Medios de Comunicación Colectiva en México II -Géneros Periodísticos Interpretativos (Reportaje)	-Reportaje en prensa -Reportaje en radio -Reportaje en televisión -Cultura cinematográfica -Comunicación Impresa I -Filosofía II -Problemas mexicanos -Introducción al derecho positivo mexicano	T.C. 6.- MEDIOS AUDIOVISUALES II.- CINE *La significación de las representaciones dramáticas (teatro, danza, rituales).-"El discurso cinematográfico.-"El cine en México y América Latina.-"Elementos básicos de técnicas cinematográficas, curso de equipo.-"Cine documental. Problemas de realización
	100.			A.C. 1.- AREA DE CONCENTRACION "Elementos técnicos, metodológicos y técnicas adecuadas a la realización de investigación en Comunicación.-"Etapas del trabajo de investigación.-"Descripción de técnicas de recopilación y análisis de datos.-"Seminario de Investigación permanente II
60.	110.	-Técnicas de Información por cine -Técnicas de Información por Radio y T.V. -Psicología de la Comunicación Colectiva -Introducción al estudio de la Opinión Pública -Géneros Periodísticos de Opinión (editorial, artículo de fondo y comentario)	-Columna, artículo y editorial -Noticiero en radio -Noticiero en televisión -Periodismo científico -Comunicación Impresa II -Laboratorio de Redacción I -Filosofía III -Régimen jurídico de la Información -Problemas Latinoamericanos	A.C. 2.- AREA DE CONCENTRACION II *Producción y evaluación de mensajes a partir de los medios de comunicación.-"Producto final de la Investigación. Evaluación de conclusiones en relación a la elaboración de respuestas comunicativas.
	120.			A.C. 3.- AREA DE CONCENTRACION III *Elaboración de productos a través de los medios.-"Se pondrá a prueba los resultados de la investigación en el campo de trabajo.-"Evaluación de resultados obtenidos
70.	130.	-5 Opativas -Agencias de Información -Análisis de Contenido -Computación y Programación -Historia del Periodismo en México	-La historia como reportaje -Métodos y técnicas de Investigación en Comunicación Colectiva I y II -Oficinas de Prensa -Organización de Diario y Revistas	-Servicio Universitario
	140.		-Laboratorio de Redacción II -Crítica cinematográfica -Programa de análisis y comentario en radio -Programa de análisis y comentario en T.V. -Problemática contemporánea -Investigación en medios de Comunicación Social -Comunicología social -Ensayo -Ética periodística	-Servicio social legal
80.	150.	-5 Opativas -Periodismo de la Ciencia -Periodismo y Literatura -Prensa contestataria -Procesamiento de datos -Psicología Social -Psitología y Sociedad	-Seminario de Textos -Seminario de radiolocución -Seminario de agencias de comunicación -Laboratorio de Idiomas	
	160.	-Técnicas de Información por T.V. I y II -Técnicas de muestreo -Sociología del Cine I, II, III, y IV		

CENTRO DE ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DEL DISTRITO FEDERAL, Licenciatura en Periodismo	UNIVERSIDAD LATINOAMERICANA Licenciatura en Comunicación y Relaciones Públicas	UNIVERSIDAD INTERCONTINENTAL Lic. en Ciencias de la Comunicación	UNIVERSIDAD DEL TEPEYAC Lic. en Ciencias y Técnicas de la Comunicación	UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA (Licenciatura en Comunicación)
<ul style="list-style-type: none"> -Expresión y composición escrita -Historia del Periodismo -Sociología -Ciencia Política -Teoría de la Comunicación I -Metodología de la Investigación -Inglés I 	<ul style="list-style-type: none"> -Formación Social Mexicana I -Expresión oral y escrita -Metodología de la Investigación I -Introducción a la Comunicación -Administración General I -Psicología Social 	<ul style="list-style-type: none"> -Introducción a las Ciencias de la Comunicación -Redacción I -Teoría Literaria I -Historia y taller de fotografía I -Historia Mundial I -Historia de México I -Economía Política I -Estadística I 	<ul style="list-style-type: none"> -Teoría de la Comunicación I -Introducción a los Medios de Comunicación -Publicidad -Radio I -Laboratorio de fotografía fija -Introducción a la Psicología Humanística I -Taller de Redacción -Metodología de Estudio 	<ul style="list-style-type: none"> -Ferrequisito de Inglés -Teoría de la Comunicación I -Psicología social -Introducción al pensamiento sociológico -Derecho y Comunicación Colectiva -Teoría sociológica I -Taller de Expresión y composición escrita I -Investigación de la comunicación I
<ul style="list-style-type: none"> -Redacción Periodística I -Historia del periodismo en México -Teoría económica -Introducción a la Psicología -Teoría de la Comunicación II -Metodología de la Investigación II -Inglés 	<ul style="list-style-type: none"> -Formación Social Mexicana II -Taller de Estadística -Metodología de la Investigación II -Sociología de la Comunicación Colectiva -Psicología de la Comunicación Colectiva -Administración General II 	<ul style="list-style-type: none"> -Redacción II -Teoría Literaria II -Teoría y taller de fotografía II -Historia Mundial II -Historia de México II -Economía Política II -Estadística II 	<ul style="list-style-type: none"> -Teoría de la Comunicación II -Legislación de los medios de comunicación -Radio II -Relaciones Públicas -Introducción a la Sociología -Métodos de pensamiento Humanística II -Psicología de la personalidad 	<ul style="list-style-type: none"> -Taller de Expresión y composición escrita II -Teoría de la Comunicación II -Filosofía Social -Investigación de la Comunicación II -Filosofía del Hombre -Historia del México Contemporáneo -Teoría del conocimiento
<ul style="list-style-type: none"> -Redacción Periodística II -Teoría Literaria I -Introducción a la Filosofía -Psicología Social -Teoría de la Comunicación III (Análisis de contenido) -Inglés III 	<ul style="list-style-type: none"> -Historia del Periodismo -Metodología de la Investigación III -Comunicación Gráfica -Diseño Gráfico -Derecho -Relaciones Públicas 	<ul style="list-style-type: none"> -Género Periodístico Informativos -Medios Audiovisuales I -Teoría y Taller de Radiodifusión I -Lingüística y Semiótica -Metodología I -Esquema Jurídico Mexicano -Historia de la Filosofía I 	<ul style="list-style-type: none"> -Psicología de la Comunicación -Televisión I -Cine I -Psicología social -Filosofía social -Problemas Socioeconómicos de México I -Humanística III 	<ul style="list-style-type: none"> -Semiótica -Periodismo I -Lingüística -Televisión I -Radio I -Cine I -Publicidad I -Teoría de la Comunicación III (Sociología) -Investigación de la Comunicación III
<ul style="list-style-type: none"> -Redacción Periodística III -Teoría Literaria II -Derecho de la Comunicación -Fotografía I -Trabajo Editorial y de Imprenta -Opinión Pública I -Inglés IV 	<ul style="list-style-type: none"> -Expresión Periodística -Investigación Periodística -Propaganda en la Comunicación social -Publicidad en la Comunicación social -Responsabilidad legal y social de los medios de comunicación -Relaciones Públicas II 	<ul style="list-style-type: none"> -Género Periodístico Interpretativos (reportajes)-Medios Audiovisuales II-"Teoría y taller de Radiodifusión II"-Desarrollo de los medios de comunicación en el mundo -Metodología II-"Prácticas legales de los medios de Comunicación"-Historia de la Filosofía II 	<ul style="list-style-type: none"> -Sociología de la Comunicación -Televisión II -Cine II -Periodismo -Introducción a la Investigación Social -Estadística II -Problemas Socioeconómicos de México II -Humanística IV 	<ul style="list-style-type: none"> -Teoría de la Comunicación IV (Psicología) -Teoría de la Comunicación V (Interpersonal) -Teoría de la Comunicación VI (Filosofía) -Investigación de la Comunicación IV
<ul style="list-style-type: none"> -Redacción Periodística IV -Técnicas de Información por radio -Publicidad I -Fotografía II -Historia -Opinión Pública II 	<ul style="list-style-type: none"> -Relaciones Públicas y Dirección -Producción Televisiva I -Producción Radiofónica I -Producción Cinematográfica I -Producción Multimedia I 	<ul style="list-style-type: none"> -Género Periodísticos de Opinión -Teoría y Taller de Cine I -Antropología Filosófica -Desarrollo de los medios de Comunicación en México -Introducción al estudio de la Opinión Pública -Doctrinas Políticas I 	<ul style="list-style-type: none"> -Investigación de la Comunicación I -Estadística II -Filosofía de la Comunicación -Procesos y efectos de la Comunicación Colectiva -Especialidades: CINE, PERIODISMO, RADIO, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS -TELEVISION (Laboratorios y casos prácticos en el área de elección) 	<ul style="list-style-type: none"> -Filosofía de la Ciencia -Discurso Literario I -Discurso Literario II -Discurso Literario III -Discurso Literario IV -Sociología y antropología social en México -Organización familiar -Corrientes Sociológicas contemporáneas
<ul style="list-style-type: none"> -Redacción Periodística V -Técnicas de Información por televisión -Publicidad II -Técnicas audiovisuales -Revistas -Análisis de los medios de comunicación en México 	<ul style="list-style-type: none"> -Producción Televisiva II -Producción Radiofónica II -Producción Cinematográfica II -Producción Multimedia II 	<ul style="list-style-type: none"> -Organización de Diarios y Revistas -Teoría y Taller de Cine II -Cine-Cine -Problemas filosóficos fundamentales -Problemas socioeconómicos de México -Sociología de la Comunicación Colectiva -Doctrinas Políticas II 	<ul style="list-style-type: none"> -Investigación de la Comunicación II -Opinión Pública -Producción de programas audiovisuales -ESPECIALIDADES 	<ul style="list-style-type: none"> -Pensamiento filosófico en el México actual -Psicología de la comunidad -Sociología Latinoamericana -Temas selectos de comunicación (Sociología) -Temas selectos en comunicación (Filosofía) -Temas selectos en comunicación (Literatura)
<ul style="list-style-type: none"> -Taller de producción periodística -Comunicación Institucional I -Organización y Administración de empresas de Comunicación I -Oficinas de prensa -Lenguaje cinematográfico -Seminario de Investigación I 	<ul style="list-style-type: none"> -Seminario de Investigación en Comunicación -Seminario de Investigación en Relaciones Públicas -Prácticas profesionales I 	<ul style="list-style-type: none"> -Trabajo Editorial y de Imprenta -Teoría y Taller de T.V. I -Análisis de contenido I -Ética General y Deontología -Publicidad y Propaganda I -Materia optativa -Materia optativa 	<ul style="list-style-type: none"> -Taller de Literatura -Seminario de Tesis I -ESPECIALIDADES 	<ul style="list-style-type: none"> -OP/TIVAS - ESPECIALIDADES -Periodismo, Cine, Publicidad y Comunicación, Televisión, Radio.
<ul style="list-style-type: none"> -Taller de producción periodística II -Comunicación Institucional II -Organización y Administración de empresas de Comunicación II -Difusión del periodismo -Informativa -Seminario de Investigación II 	<ul style="list-style-type: none"> -Prácticas profesionales II -Seminario de Tesis 	<ul style="list-style-type: none"> -Teoría y Taller de T.V. II -Análisis de contenido II -Psicología de la Comunicación colectiva -Filosofía Social -Publicidad y Propaganda II -Materia optativa -Materia optativa 	<ul style="list-style-type: none"> -Seminario de Tesis II 	

C. Objetivos actuales de la carrera en la FCPyS.

Finalmente, en la actualidad el perfil profesional del periodista en la FCPyS busca consolidar los siguientes objetivos generales planteados para este fin.

“Objetivos Generales:

1. Evaluar críticamente las teorías, los métodos y las técnicas con el fin de coadyuvar al desarrollo de las ciencias de la comunicación.
2. Explicar científicamente los procesos de la comunicación colectiva en cuanto a su origen, estructura y cambio.
3. Evaluar críticamente instituciones públicas y privadas en materia de comunicación colectiva.
4. Utilizar los medios de comunicación colectiva para informar y, en su caso, coadyuvar a la solución de problemas sociales.
5. Promover la difusión y aplicación del conocimiento para el bienestar social.” (12)

D. Perfil profesional actual del egresado

Según el plan de estudios vigente en la FCPyS, “la formación del profesional en Ciencias de la Comunicación lo capacitará para ser un analista social de los procesos de la comunicación, en la medida en que podrá comprender y criticar de manera sistemática y permanente los procesos sociales y las teorías de la comunicación.

Esta capacidad de análisis le permitirá explicar la estructura y la dinámica de cambio en los procesos sociales, las emisiones, contenidos y efectos de los mensajes colectivos.

Para que la formación de este profesional logre su plena consistencia, es necesario que los estudios comprendan tres áreas básicas: la teoría, la metodología y la técnica.

Mediante el aprendizaje del área teórica, el estudiante de Ciencias de la Comunicación será capaz de comprender y explicar el proceso que sigue cualquier fenómeno de la comunicación colectiva.

Por otra parte, el estudio de la metodología le proporcionará los instrumentos necesarios para delimitar de manera objetiva y sistemática un problema de investigación, para observar sus normas de comportamiento y para obtener, finalmente, conclusiones esclarecedoras de su objeto de estudio.

El conocimiento de la técnica le permitirá participar en el proceso mismo de la comunicación a través de la selección, recopilación, organización, análisis, redacción y transmisión de la información, utilizando para ello los diversos medios de comunicación colectiva.

Asimismo, el aprendizaje integral de las tres áreas proporcionará al estudioso de esta disciplina un acervo tal de conocimientos que le facilitará la crítica y evaluación de los fenómenos sociales.

Esta condición hará que el profesional en Ciencias de la Comunicación pueda optar por desenvolverse en el campo de la información, de la opinión, o de la investigación.

Tanto en su función de investigador como en las de informador, comentarista y crítico social, podrá proporcionar soluciones viables a los problemas de la comunicación en la esfera de la educación, de la ciencia y de la cultura cotidiana.

La labor de este especialista deberá estar, también, encaminada a la difusión del conocimiento y de los avances de su propia disciplina, a través de los medios adecuados para promover la concientización de los distintos auditorios con el fin de

coadyuvar al cambio social. Para ello, es necesario que el profesional esté interesado en la permanente actualización de sus conocimientos y en la evolución de su disciplina.

En su quehacer profesional de estudioso de la comunicación, habrá de considerar, en todo momento la interconexión de su objeto de estudio con las ciencias sociales, entendidas desde un enfoque interdisciplinario". (13)

Actualmente, el perfil profesional de la especialidad se ha definido en muy diversos textos e investigaciones, básicamente en torno a tres categorías, sin embargo tomamos aquí el análisis que ya se hizo de éste, en la tesis antes sustentada por la Maestra Martha Laura Tapia, y a las cuales agregaremos algunos de los resultados de la presente investigación.

Las tres categorías a que hace referencia la citada autora, son las de periodista, comunicólogo y comunicador social, sin embargo asegura que ninguna de estas ha sido concebida en un sentido estrictamente profesional o, para ser más explícitos, en un sentido ocupacional. Su concepción ha sido privilegiadamente académica, se ha fundado en la experiencia acumulada en la historia de la especialidad. Es por ello que estas categorías no son excluyentes, y aun cuando han sido sucesivas en la historia, coexisten actualmente y tienen vigencia en el plan de estudios y en la investigación.

También hace referencia a que el perfil profesional, arraigado en la academia, ha mantenido a lo largo de la historia una posición crítica respecto al mercado de trabajo, e indica que en el primer Plan de Estudios se distingue al periodista universitario por un deber ser que expresa la vocación crítica que se quiere inculcar en los egresados.

Lo que dice que aparentemente se olvidó y en cambio tuvieron muy claro los fundadores es que el deber ser se expresa desde el momento en que la formación profesional es universitaria, se apoya en el conocimiento y la crítica, en la investigación y en la libre discusión, en la enseñanza y en el aprendizaje.

La convicción de que los egresados de la especialidad podrían incorporarse al mercado de trabajo y ejercer ahí críticamente su profesión tiene sustento en la calidad de su formación.

La profesora Martha Laura Tapia reflexiona también en que el perfil profesional desarrollado, por ser producto de años de trabajo académico, es pertinente y válido en la actualidad, porque no sólo contempla las principales vertientes del conocimiento en el área, sino que también resume las principales directrices del desarrollo de los medios de comunicación e información y recoge las opciones vocacionales más significativas, ofreciendo posibilidades y perspectivas de un amplio desarrollo todavía.

Sin embargo, sugiere que el perfil profesional debe actualizarse en dos vertientes. La primera es la investigación del mercado de trabajo, del desarrollo de las categorías profesionales y ocupacionales en los medios e incluso prefigurar y configurar nuevas categorías, con relación no sólo al mercado de trabajo existente sino más en general a la demanda social de conocimientos de la especialidad.

La segunda vertiente a la que hace referencia es la que corresponde a los contenidos y métodos de los programas y del Plan de Estudios, y dice que es evidente, que una apertura demasiado amplia a las reformas de contenido de la enseñanza tropieza con dificultades en cuanto a los recursos, la organización académica, etc.

Asimismo señala que la solución no está en incorporar nuevas materias, sino en incorporar nuevos contenidos de éstas, y asegura que el proceso de análisis debe

conducir a un esfuerzo de síntesis y la síntesis debe practicarse tanto en el campo del conocimiento como en el campo de la pedagogía y la didáctica.

La actualización constante de los planes de estudio acorde con el perfil que demanda el mercado de trabajo no es una tarea fácil. Generalmente el desarrollo vertiginoso de la tecnología va al frente de los cambios, sin embargo debe redoblar el esfuerzo en estudios de esta índole, ya que esta información retroalimenta a quienes están al frente de la carrera.

Durante el desarrollo de la investigación, particularmente en la aplicación de la encuesta, se pudo vislumbrar que la mayoría de las aseveraciones que se indican en el Plan de Estudios para el perfil profesional del egresado, no son realmente compatibles con la realidad, ya que al platicar sobre su experiencia al tratar de incorporarse al mercado de trabajo, los egresados de la generación estudiada aludieron a las pocas oportunidades de desarrollo que ofrecen las empresas para poder ejercer la vocación crítica y evaluativa con la que forma la FCPyS.

Si nos remitimos al texto oficial del perfil profesional, nos damos cuenta que teóricamente es bueno y que sería lo deseable tanto para la institución formadora como para el egresado, pero no para las empresas que emplean.

Al ser el comunicólogo un analista social de los procesos de la comunicación, se convierte en un profesional de esta ciencia, pero se encajona en el área de la investigación y el análisis que no deja de ser importante, más no está capacitado con esto para enfrentarse a un mercado de trabajo amplio... sigue el texto al mencionar que esta capacidad de análisis le permitirá explicar la estructura y la dinámica de cambio en los procesos sociales. Este aspecto resulta favorable desde muchos puntos de vista ya que con esa capacidad de análisis los egresados podrían además de informar y de crear mensajes, formarse un juicio crítico sobre los hechos sociales y ser forjadores de opinión, sin embargo esto ya en la práctica no siempre es posible.

Al preguntar a los egresados sobre las expectativas de superación y limitaciones de empleo, señalaron como una constante la incompatibilidad de su ideología con la de la empresa. Por esta razón, cuando los egresados consiguen algún empleo, generalmente deben adecuar esa formación crítica de acuerdo a los intereses o línea política de la propia empresa, de otra manera será muy difícil conservar el empleo o ascender.

En el siguiente punto se refieren al aprendizaje del área teórica, en donde el estudiante será capaz de comprender y explicar el proceso que sigue cualquier fenómeno de comunicación colectiva, lo que mantiene a los egresados como teóricos. Todo este cúmulo de información que se imparte en varios semestres sobre las teorías de la comunicación, no se vuelve a retomar fácilmente en cuenta ya en la práctica profesional. Si bien es cierto que es importante tener una base teórica y un conocimiento generalizado, nuevamente volvemos al punto de que ya en la práctica no es el requerimiento fundamental. Tal vez el error es que se tiene el conocimiento pero se desconoce como aplicarlo.

Por otra parte, continuando con el texto oficial del perfil profesional, se refieren al estudio de la metodología, la cual proporciona los instrumentos necesarios para delimitar de manera objetiva y sistemática un problema de investigación. Salvo el caso de quienes sí se desarrollan en el área de la investigación científica, el resto ocupa estos conocimientos sólo en unos cuantos casos

Y, por último, lo que la mayoría de los egresados consideró como fundamental para poder estar con egresados de otras escuelas en un mercado sumamente competitivo, es el conocimiento de la técnica, lo cual debe permitirles participar en el proceso mismo de la comunicación.

Cuestionar no es difícil, lo difícil es tener la visión, las capacidades y apoyos para llevar a la práctica una adecuación del modelo actual del Plan de Estudios, sin embargo el cuestionamiento que aquí se hace es producto de la reflexión y respuestas obtenidas de un grupo de egresados de esta escuela, de esta licenciatura. Producto también de los resultados obtenidos mediante el procesamiento de datos de esta investigación.

Se deben replantear los objetivos de la carrera de acuerdo a las necesidades del mercado de trabajo actual o, de otra manera, si se insiste en que la FCPyS debe formar críticos sociales, quizá también deba preparar al alumno para enfrentar y solventar los problemas a los que se enfrentará al tratar de conseguir empleo, y a la vez ofrecerle una mejor orientación acerca de los medios o lugares en donde sí se podrá desarrollar como analista y crítico social.

Tal vez ahí esté ese desfase: falta de orientación vocacional y desconocimiento de los fines y objetivos de la carrera. Así, un alumno que desee ingresar en esta disciplina, deberá concientizarse de que la facultad no lo formará propiamente como técnico de las Ciencias de la Comunicación, entendiéndolo como éste, a un individuo capaz de manejar al ciento por ciento las técnicas de elaboración de mensajes y manejo de equipo, y que por lo contrario, sí se formará como investigador y crítico social, preparado para formar opinión, encauzar conocimientos y hacer investigaciones sociales científicas que permitan el avance de esta ciencia.

Es muy claro este criterio que generalmente desconocen los egresados cuando ingresan a la facultad, por ese motivo, al enfrentarse al campo ocupacional, se percatan de que realmente no era lo que esperaban de la carrera. Eso se llama falta de información.

Lo ideal sería, entonces, sin tener que modificar el plan de estudios, que a la par que un alumno estudia la carrera comience a ejercer la profesión y a integrarse al

mercado de trabajo, sólo así podrá adquirir ambas formaciones de manera simultánea, sin tener que sacrificar una u otra cosa.

Otro factor que también deberían analizar los alumnos y egresados, es que la Facultad y la carrera no fueron creados para formar periodista estereotipados, como son los que se forjan en la práctica, sino integrar en éste, condiciones y actitudes que le permitan desarrollarse de manera profesional. En el principio de su ejercicio debe demostrar su actitud ética y capacidad investigativa, lo mismo que la facultad para situar los hechos noticiosos dentro del contexto histórico cultural.

Desde luego que la utilización de los medios exige un conocimiento de toda la gama de técnicas e instrumentos de la comunicación, pero la Universidad no puede ni debe concentrar su acción en este solo aspecto, corresponde al alumno mucha tenacidad y esfuerzo para afrontar los problemas a que se tienen que enfrentar con el avance de la tecnología.

Debería ser obligación del alumno allegarse las técnicas que complementan su formación profesional. Tal es el caso de la Informática, que de adentrar a los alumnos en esta área, la Facultad se vería en la necesidad de desviar su atención del aspecto fundamental de lo que es la carrera.

Es difícil decir quién tiene la razón en esta controversia entre la opinión de los egresados y la experiencia continua de los que están al frente de la carrera, sin embargo, la sugerencia que se apunta de acuerdo a lo antes expuesto es que la carrera debe contribuir esencialmente a la formación integral de los comunicadores sociales mediante programas que despierten la curiosidad y creatividad de los estudiantes, de esta manera se conseguirá que los alumnos busquen por sí mismos y no esperen todo desglosado de la Facultad.

No debe olvidarse el carácter interdisciplinario de las Ciencias de la Comunicación, por eso es importante que dentro del Plan de Estudios se contemple toda una base teórica. Si se entiende esto, quizá se haga un mayor compromiso por parte de los alumnos para consigo y su profesión ya que de ello depende la jerarquía y profesionalización que logre la carrera a través de la años.

IV. LA GENERACION 1980-1983 DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION. CASO PRACTICO.

1. PANORAMA GENERAL

Conocer de manera general la situación profesional y académica de los egresados de la generación 80-83 permitirá hacer un espacio a la reflexión, al conocimiento y al análisis, motivados por el deseo de superación académica de la carrera.

Los años que han pasado desde que esta generación salió de las aulas para incorporarse al mercado de trabajo deberían ser suficientes para que todos estuvieran en una situación deseable, tanto en el nivel académico como profesional; sin embargo, hacer juicios a priori, es fácil, por eso para no dejar esa inquietud en el aire, se acudió con ellos para que platicaran sus propias vivencias al respecto, ya que sólo se conocían algunos casos aislados.

Las apreciaciones iniciales sobre la incorporación de los egresados al mercado de trabajo se describieron como una guía para dirigir el estudio, y para sentar las bases para la elección del tema de investigación, que originalmente remitió a la idea de que los egresados de esta carrera encuentran serias dificultades al tratar de incorporarse al mercado de trabajo, destacando como principales problemas la desvinculación teoría-práctica, así como la formación académica crítica e ideológica.

Se supuso también que de esta generación un gran porcentaje carece de trabajo en el área y que no existe un interés formal por parte de las autoridades universitarias, particularmente de la FCPyS de hacer un seguimiento de egresados para conocer y resolver el problema de la desvinculación académica, con la realidad a la que se enfrentan éstos .

Desafortunadamente son los propios estudiantes quienes por falta de información ponen en tela de juicio su preparación, una vez que ya concluyeron la carrera, ya que generalmente ven en ella una puerta abierta para conseguir empleo seguro, y cuando esto no sucede, pocas veces culpan a la mala suerte, a la falta de carácter y decisión ; a las empresas por sus exigencias, tal vez fuera de lugar, o la falta de vocación y amor a la carrera. Sin embargo es muy común voltear hacia la Universidad juzgando la mala formación académica que se les brindó, la falta de orientación vocacional, la incompatibilidad de la carrera con el mercado de trabajo y muchas razones más.

Este es el caso que se observó de manera general en egresados de la carrera, antes de hacer la investigación, y el motivo de la misma. De aquí la importancia de este capítulo que va más allá de lo que parece ser, para acercarse a las vivencias propias de los actores del problema.

Con la información obtenida a través de la encuesta se estará dando cumplimiento a los principales objetivos de la investigación, la cual busca dar a conocer los problemas a los que se enfrentan los egresados de esta carrera; saber hasta qué punto se cumplen los objetivos para los que fue creada; penetrar en la forma en que se da la vinculación teoría-práctica y, en general, conocer y analizar las experiencias de la generación 1980-83, al tratar de incorporarse al mercado de trabajo.

Para este efecto se tuvieron en cuenta muchas otras variables que en un momento pudieron ser determinantes para la situación profesional actual, como son la situación académica, la edad, el estado civil, las expectativas de superación, etc. y de esta manera poder proponer estrategias de solución, dentro y fuera de la Facultad, para que a partir de estas experiencias, se logren consolidar los objetivos de la carrera al tener egresados satisfechos con su preparación profesional, dispuestos a enfrentar los retos que les presenta el mercado de trabajo.

2. LA FORMACION ACADEMICA

A. Datos Generales.

Edad

La edad promedio de los 90 egresados oscila entre los 28 y los 37 años, predominando los que tienen entre 29 y 30 años, representando el 33 % y el 23.% respectivamente.

Turno en el que cursó la carrera

Del total de la muestra, 24 (27%) cursaron la carrera en el turno matutino; 49 (54%) en el vespertino; 16 (18%) en el turno mixto. Sólo una persona no contestó.

Sexo

Se encuestó a 53 personas del sexo masculino (59%) y 37 del femenino (41%). Esto no significa de ninguna manera que en la generación prevalece el sexo masculino, sin embargo es importante tomarlo en cuenta para efectos de la interpretación, ya que a pesar de haberse entrevistado a menos mujeres que a hombres, 11 de ellas no se dedican a ninguna actividad que se relacione con las Ciencias de la Comunicación, mientras que de los 53 hombres entrevistados sólo 7 se encuentran en este caso.

Sexo-dedicación al trabajo

Otra diferencia importante de señalar con respecto al sexo es que 15 varones dedican su tiempo totalmente al ejercicio de la profesión en más de una empresa, mientras que sólo 3 mujeres trabajan de esta forma. Se puede decir entonces que el sexo masculino ejerce en mayor medida la profesión.

Sexo-salario

No menos relevante resulta el hecho de observar que las mujeres tienden a percibir menor salario que los hombres, ya que de 53 varones entrevistados el 70% percibe de 3 a 5 salarios mínimos vigentes, mientras que el 61% del sexo femenino obtiene

sólo de 2 a 3 salarios mínimos. Asimismo, del 19% que ganan más de 6 veces el salario mínimo, el 12% corresponde al sexo masculino, mientras que sólo el 7% al sexo femenino.

Estado civil

Con respecto a este punto, de los 90 entrevistados, 29 (32%) son casados o viven en unión libre, mientras que 61 (68%) son solteros.

Obtención del título profesional

Del total de la muestra, sólo 9 (10%) han obtenido su título profesional, mientras que los 81 (90%) restantes aún no lo logran. De los 9 titulados sólo 3 lo hicieron con mención honorífica.

Estado civil - situación académica actual

No se puede asegurar que el estado civil de los encuestados sea determinante para que estos hayan o no conseguido obtener su título profesional, porque se desconoce la convergencia de la fecha entre el haberse casado o no, con la obtención o no del título profesional, sin embargo los resultados no son comparativos ya que el número de solteros entrevistados (61) (68%) representa aproximadamente el doble de los casados (29) (32%).

De los 29 que son casados, sólo 3 han logrado titularse (uno con mención honorífica), mientras que de los 61 solteros, se han titulado 6 (2 con mención honorífica).

De los que no se han titulado se registró que 25 son casados, mientras que 55 permanecen solteros.

Saber si el estado civil influye en la decisión de estar o no titulado, fue otra inquietud de la investigación, de donde se obtuvo que de los 29 que se encuentran

casados el 69% de ellos sí piensa titularse, mientras que en los solteros representa el 87%. El 11% de los solteros no contestó. A la vez, el 17% de los casados y el 11% de los solteros se manifestaron indecisos.

Estado civil - desempeño de la profesión

Sobre este aspecto se obtuvo que no es determinante el estado civil en el desarrollo de la profesión, ya que tanto solteros como casados se encuentran más o menos en la misma situación: veamos.

De los 28 casados que dieron respuesta a esta pregunta, 6 (21%) no se dedican a la profesión; 3 (11 %) sólo ejercen la profesión en menor medida (entendiendo por esto a los que trabajan sólo de vez en cuando, por su cuenta o como free lancer); 5 (18%) combinan la actividad profesional con otra ajena, 8 (29%) dedican totalmente su tiempo al ejercicio de la profesión en una sola empresa y otros 5 (18%) lo hacen en más de una empresa.

En el caso de los solteros, 12 (20%) no ejercen la profesión, 4 (7%) ejercen la profesión en menor medida, 14 (23%) combinan la actividad profesional con otra ajena y 16 (27%) ejercen la profesión en una sola empresa. De alguna manera se puede decir que en este último apartado, los solteros pueden tener menos necesidad de trabajar en más de una empresa, pero pueden a la vez disponer de mayor tiempo.

Estado civil - jornada laboral

Con respecto a la pregunta de ¿cuánto tiempo horas-semana ocupa su actividad actual?, los resultados fueron más o menos similares, independientemente del estado civil. De 23 casados que dieron respuesta a esta pregunta 2 (9%) le dedican de 10 a 20 horas, mientras que de los solteros el 19% ocupa este tiempo.

De los que dedican de 21 a 40 horas, 6 (26%) son casados y 13 de ellos (25%) solteros.

Los casados que dedican de 41 a 60 horas a la semana a la profesión son 10 (43%). Mientras que los solteros son 21, representando el 40%.

Lo que significa de alguna manera que tanto solteros como casados dedican el mismo tiempo al desempeño de la profesión y que no es determinante de ninguna manera su estado civil.

Estado civil - horario de trabajo

Los resultados obtenidos al cruzar el estado civil con el horario de trabajo tampoco resultaron determinantes, ya que los horarios de fijo, tiempo completo e irregular que prevalecieron como respuesta, se encuentran invariablemente distribuidos entre solteros y casados. De lo que se infiere que el horario de trabajo no depende del estado civil de los egresados.

Estado civil - antigüedad en el empleo

Se puede decir que las personas entrevistadas que se encuentran casadas tienen mayor arraigo en el trabajo donde desempeñan la profesión; sin embargo, los resultados son similares para los solteros, ya que mientras que el 30% de los casados tienen de 2 a 4 años de antigüedad en el empleo, en el caso de los solteros representa el 26%.

De los que tienen de 4 a 5 años de antigüedad, el 22% son casados, mientras que sólo el 11% solteros. La misma proporción guardan lo que tienen más de 5 años de antigüedad, 22% casados y 15 % solteros.

Estado civil - salario

Con respecto a la percepción económica, realmente el estado civil no es determinante, ya que no hay mucha diferencia entre solteros y casados. Si se toma el promedio general se obtiene que hay una diferencia de menos del 1% de lo que perciben los solteros sobre los casados.

Sobre el salario que obtienen mensualmente los solteros y los casados, se encontró que casualmente los solteros tienden a estar más inconformes con la cantidad que perciben, ya que mientras que el 9% de los casados declara que es un ingreso que apenas alcanza para vivir, éste mismo opina el 21% de los solteros.

De la respuesta que asegura que es un ingreso que permite algunos lujos, sólo el 13% de los solteros lo confirmó, mientras que el 32% de los casados coincidió con esta afirmación. De la misma forma el 28% de los solteros se manifestó por declarar que es menos de lo que merecen por lo que estudiaron y lo que ahora trabajan, mientras que de los casados sólo el 14 % se manifestaron por esta opción.

Estado civil - arraigo a la profesión

Se pudo observar que hay una marcada tendencia por parte de los solteros para abandonar con facilidad el ejercicio de la profesión a cambio de mayor estabilidad y mejor salario ya que en los solteros representa el 72% y en los casados, que se observan mas conservadores, son el 54%. Las responsabilidades adquiridas por la estabilidad familiar pueden ser determinantes en el caso de los casados.

Los que se manifestaron de manera contundente por no abandonar la profesión ni aun con mayor sueldo y estabilidad, en su mayoría fueron los casados (46%). Los solteros en este caso son menos ya que sólo el 29% se manifiesta estable en la profesión, aun a pesar de las carencias económicas.

B. Situación académica actual

Terminación del Plan de Estudios - deseo de titulación

De la muestra total 74 (83%) ya concluyeron íntegramente el Plan de Estudios; 52 de éstos (70%) han intentado elaborar más de una vez su tesis profesional, sin haberla terminado y 12 (16%) nunca se han propuesto ni siquiera iniciarla, mientras que 10 de ellos (14%) no contestaron.

De los 16 egresados que dijeron no haber terminado el Plan de Estudios, 10 (63%) deben aún de 1 a 3 materias, 4 (25%) faltan por acreditar de 4 a 6 materias; 1 persona debe de 7 a 9 materias y otro adeuda más de 10.

De los 90 entrevistados el 76% sí piensa titularse, aun cuando el 20% aún no ha concluido el Plan de Estudios. Sólo dos personas contestaron contundentes que no desean obtener el título, los restantes (12%) se encuentran indecisos, el 10% no dio respuesta a esta pregunta.

Situación académica - desarrollo de la profesión

El hecho de haber o no concluido satisfactoriamente el Plan de Estudios de la carrera no es determinante para la obtención de empleo, ya que de los 74 que si concluyeron íntegramente el Plan de Estudios, 69 (93%) sí trabajan actualmente, y 5 (7%) no tienen trabajo. Los 16 (18%) que aún no concluyen el Plan de Estudios sí trabajan.

Al desglosar las características del empleo que desempeñan, encontramos que de los 74 que ya concluyeron íntegramente el Plan de Estudios, 12 (16%) no se ocupan en ninguna área relacionada con la carrera; 6 (8%) ejercen la profesión en menor medida; 17 (23%) combinan el desempeño de la profesión con otra actividad ajena; 21 (28%) dedican su tiempo totalmente al ejercicio de la profesión en una sola empresa y 15 (20%) en más de una empresa.

Esto significa que la gran mayoría (80%) de los que ya concluyeron la carrera si ejercen la profesión, sin embargo, pasa lo mismo con los que aún no concluyen el Plan de Estudios, ya que de los 16 que están en este caso 10 (63%) si ejercen la profesión y sólo 6 (37%) no lo hacen.

Situación académica - salario

Al comparar la diferencia que existe entre la percepción económica de los que concluyeron la carrera y los que no, encontramos que de los 74 que ya concluyeron el Plan de Estudios, 50 (68%) perciben entre tres y seis veces el salario mínimo actual y de los 16 que aún no lo concluyeron, 11 (69%) perciben sólo de dos a tres salarios mínimos. De alguna manera podemos decir que para los empleadores sí es determinante el hecho de presentarse con el Plan de Estudios concluido para la aplicación del sueldo.

Situación académica - vocación

Se indujo previamente que la falta de motivación para concluir el Plan de Estudios se debe a que los egresados no estaban convencidos de su decisión cuando se inscribieron en la carrera. Sin embargo, los resultados no lo demuestran así, ya que de los 74 que sí concluyeron el Plan de Estudios, 66 (89%) de ellos sí estaban convencidos de su decisión y 8 (11%) no lo estaban. Por su parte, de los 16 que no han concluido el Plan de Estudios, 15 (94%) aseguraron que sí deseaban estudiar la carrera cuando ingresaron a ella.

Materias adeudadas - motivos

No hay un común denominador en las materias que adeudan los que aún no concluyen el Plan de Estudios. Sin embargo, notamos que hay una tendencia hacia las materias del tronco común y las teóricas como son Metodología y Taller de Investigación. Dentro de los motivos expresados por los cuales aún no han logrado acreditar las materias que adeudan, sobresale el de la falta de tiempo y enseguida la falta de interés que, a esta fecha, ya se tiene por terminar el Plan de Estudios.

Promedio de calificaciones

El promedio general obtenido por los egresados al terminar la carrera, fluctúa entre el 7 y el 9.9. De los entrevistados, 15 (17%) obtuvieron entre 7 y 7.9; 57 (63%), o sea la mayor parte, están entre el 8 y 8.9 y los restantes 18 (20%) lograron entre el 9 y 9.9 de promedio.

Tesis profesional

Otro punto importante a analizar es el por qué los alumnos abandonan y no concluyen la elaboración de la tesis, después del intento de hacerla. De los 90 entrevistados 58 (64%) aseguran que han intentado hacerla más de una vez, 21 (23%) nunca han hecho el intento y 11 (12%) no contestaron a esta pregunta.

Los motivos expresados por los que han suspendido la tesis se manifestaron de la siguiente manera. De los 58 que aseguraron que ya han iniciado su tesis profesional, la mayoría, 15 (26%), la han abandonado por falta de tiempo; 16 (28%) por que han estado indecisos con su tema; 12 (21%) por falta de apoyo del asesor de tesis, lo que desmotiva mucho a los alumnos para continuar y sólo 4 (7%) mencionaron a la desintegración de equipo como motivo fundamental. Siete (12%) no contestaron.

Es verdaderamente decepcionante el problema de falta de vinculación de los egresados para con su escuela, después de haber pasado unos años de haber terminado el Plan de Estudios. El regreso a las aulas y al rol de alumnos es difícil para quienes ya están ubicados en el campo profesional, y los intentos de elaboración de tesis son buenos, pero no sirven de nada si no se concretan.

¿Qué piensan los alumnos de la tesis profesional?

El significado que tiene una tesis profesional para los egresados es determinante para que deseen o no titularse, ya que de ello depende su elaboración. Según los resultados obtenidos en la encuesta, 24 (27%) se inclinaron por opinar que la tesis profesional es sólo un impedimento para la titulación, porque ésta no siempre refleja la capacidad del que se titula y entonces se vuelve un mero trámite administrativo.

De la encuesta se obtuvo que 41 de los egresados (46%) indicaron que la tesis es un requisito positivo, ya que además de representar la suma de 4 años de estudio, es indispensable para titularse y para ejercer; 3 personas (3%) se inclinaron por afirmar que este se convierte sólo en un reto a vencer, porque satisface el complejo de haberlo logrado, y crea la ilusión de mayor estatus; 13 (15%) egresados indicaron que sólo es un medio para obligar al alumno a investigar, pero sugirieron que exista mayor asesoramiento para hacerla o incluirla en el Plan de Estudios, además de que no debería ser la única opción de titulación.

¿Qué tan preparados se sienten los egresados para hacer la tesis profesional?

A pesar de que los egresados no han intentado realizar su tesis o la han iniciado y suspendido, 45 (56%) se sienten con los conocimientos suficientes para hacerla, por la base teórica aprendida en la Facultad y la experiencia en el trabajo, asegurando que sólo se requiere de disciplina; 18 (22%) opinan estar muy bien preparados y los 13 restantes (16%) aseguran estar mal formados académicamente por los deficientes conocimientos metodológicos y el espíritu de investigación, aun cuando tienen experiencia por el desarrollo laboral.

Para los que dicen tener la capacidad y conocimientos para hacerla, como para los que aseguran no tenerla, la tesis profesional sigue siendo un mito al que se le tiene miedo, tal vez por el bajo índice de titulación que existe, por miedo a reprobar, o porque se piensa que no se va a hacer bien.

De las 58 personas que aseguraron haber iniciado la tesis, sólo 22 (38%) contestaron que no han suspendido su elaboración, aunque el grado de avance que indicaron no es significativo: De estos, 7 (32%) dijeron haber registrado su proyecto de tesis; otras 5 (23%) se encontraban en proceso de lectura de bibliografía y recopilación de datos; 3 (14%) en el proceso de clasificación y ordenamiento de la información; 2 (9%) en el paso de análisis e interpretación de la información; 2 (9%) ya estaban redactando el manuscrito; sólo 1 (5%) estaba en proceso de aprobación de la tesis.

Desafortunadamente sería muy difícil saber a estas fechas cuál ha sido el grado de avance desde ese entonces, y quienes de ellos ya han logrado terminar completamente el examen escrito.

Titulación

Es decepcionante el resultado obtenido de las respuestas a esta variable, ya que a 8 años de haber egresado de la carrera, de los 90 entrevistados sólo el 10% ha obtenido su título profesional, 3% de ellos con mención honorífica. Esto habla mucho del bajo índice de titulación que aún persiste en la Facultad y la imperiosa necesidad de crear programas de apoyo para elevarlo.

Titulación - promedio de calificaciones

Se debe resaltar, sin embargo, que el promedio general obtenido durante la carrera no ha determinado la titulación. De los 90 entrevistados, 81 (90%) no se han titulado, de éstos, 14 tienen de 7 a 7.9 de promedio; 52, de 8 a 8.9 y 15 de 9 a 9.9. Lo que significa que independientemente de las calificaciones logradas, el porcentaje mayor de egresados permanece aún sin título profesional.

Obstáculos para la titulación

Al preguntar sobre los principales obstáculos para la titulación, resaltan la falta de incentivos personales (30%) que crea decidida e indecisión; la falta de tiempo (23%) que puede, por una parte ser falta de decisión y carencia de prioridad al objetivo de la titulación, o bien, las ocupaciones propias de quien tiene un empleo que le absorbe. Entre otras cosas se mencionaron también: la acreditación de los idiomas (9%); la falta de programas de apoyo a la titulación (27%), y los trámites burocráticos excesivos (10%).

Es importante destacar que dentro de la opción de trabas en la elección del tema de tesis, como obstáculo para la titulación, se encontraron cero respuestas, lo que quiere decir que nadie ha tenido problemas en este aspecto, aunque 7 (8%) piden que se hagan menos burocráticos los trámites y 19 (21%) piensan que lo mejor sería crear materias de tesis desde los primeros semestres de manera tal que

cuando el alumno concluya el Plan de Estudios, ya tenga elaborado su examen escrito para titulación.

Ante la escasa motivación que se encontró entre los egresados de esta licenciatura para titularse, se preguntaron sugerencias para incentivarse a obtener su título profesional. Las respuestas fueron las siguientes: 51 (57%) se inclinaron por solicitar a las autoridades de la Facultad la apertura de nuevas opciones de titulación. Cabe aclarar en este punto que por parte de la Coordinación del Centro de Estudios de la Comunicación en la Facultad, ya se han abierto más opciones sólo que la falta de interés de los egresados hace que ellos mismos las desconozcan; otros 10 (11%) pidieron que se calendarizaran seminarios de tesis, objetivo que también ya se está llevando a cabo en la Facultad.

Importancia de la titulación

Otra variable que determina sin duda alguna el deseo de obtener el título profesional, es el concepto que tienen los egresados sobre su trascendencia. A la pregunta de ¿qué tan importante piensan que sea obtener el título para ejercer esta profesión?, los resultados fueron los siguientes: el 30% afirmó que es muy importante, porque permite aspirar a mejores sueldos y a puestos con mayor jerarquía, así como para conseguir trabajo; el 19% reafirmó su importancia, pero no para ejercer sino que únicamente como satisfacción personal, o para continuar estudios de posgrado y por tener un curriculum completo, y así profesionalizar la carrera, aumentando el índice de titulación.

El 51% restante decididamente se manifestó por afirmar que la obtención del título profesional no es nada importante para ejercer esta carrera ya que en el mercado de trabajo no lo requieren, y que es más importante la habilidad, destreza y experiencia que se tengan para desempeñar las áreas de la profesión. Es interesante saber que a pesar de tener este concepto sobre la obtención del título, una gran mayoría de los encuestados (76%) sí piensan titularse, lo cual podría ser una contradicción.

Es latente sin duda que los egresados mantienen, a pesar de todo, el deseo de obtener su título profesional, e intentan lograrlo avanzando en los trámites correspondientes.

De los 68 que sí piensan titularse, 26 (38%) afirmaron haber comenzado la tesis profesional; 10 (15%) están en proceso de acreditación de idiomas; 5 (8%) regularizan sus materias; 14 (21%) realizan trámites académicos; 4 (6%) ya registraron su proyecto de tesis y 6 (9%) declararon no hacer nada en especial. Con respecto a los idiomas se encontró que de los 90 entrevistados, 54 (60%) ya acreditaron los dos idiomas, 17(19%) sólo ha acreditado uno y 19 (21%) ninguno.

Titulación - ejercicio profesional

De los alumnos titulados sólo uno manifestó que no ha encontrado trabajo en el área, lo cual no debe decepcionar ni romper las expectativas de los que esperan titularse para conseguir trabajo o para ascender económicamente.

De los 9 titulados, 8 (10%) sí ejercen la profesión en mayor o menor medida, mientras que de los 81 no titulados, 18 (23%) se dedican a actividades totalmente ajenas a las Ciencias de la Comunicación.

Titulación - salario

Tal vez para los que aspiran obtener su título profesional para lograr mejores salarios, los resultados de esta encuesta no sean del todo optimistas, ya que de los 9 titulados, 4 (45%) perciben entre tres y cinco veces el salario mínimo, mientras que de los 81 no titulados el 43% gana de dos a tres salarios mínimos y el 37% de 4 a 5 veces el salario mínimo, de tal manera que podemos deducir que la determinación del sueldo es independiente de tener título profesional o no. Cabe aclarar que por la gran diferencia que existe entre los entrevistados titulados y sin titular, es difícil hacer comparaciones fieles, por lo que se presentan los datos sólo como referencia.

Por otra parte, es reconfortante saber que el título no sólo se desea por aspiraciones económicas, aunque si debería ser un buen incentivo para lograrlo. De los 68 que tienen la determinación de titularse, 14 (21%) ganan dos veces el salario mínimo; 15 (22%) de 4 a 5 veces el salario mínimo y 10 (15%) más de 6 veces el salario mínimo.

Y aun cuando se pudiera aludir que los salarios son bajos, sólo 27 de los entrevistados (40%) manifestaron su desacuerdo con lo que perciben actualmente, argumentando que apenas alcanza para vivir y que es menos de lo que merecen por lo que estudiaron o por lo que trabajan, la otra parte 31 (46%) de los que si piensan titularse están satisfechos con el sueldo que perciben, inclusive 11 de ellos (35%) aseguran que es un ingreso que permite algunos lujos.

Titulación - arraigo a la carrera

La situación económica actual por la que atraviezan los egresados tal vez no permita que a estas alturas alguien desprecie la oportunidad de obtener un mejor salario, independientemente de la actividad de que se trate. En este caso, de los 9 que ya obtuvieron su título, 8 (89%) se manifestaron por estar dispuestos a renunciar al ejercicio de la profesión a cambio de mayor estabilidad en el empleo y mejor salario, ya que la profesión parece no tener mejores expectativas. De los 81 no titulados 47 (58%) también renunciarían a la carrera, mientras que 28 (35%) aseguraron que no lo harían, aun cuando no se han titulado, 6 sin título se negaron a contestar.

Titulación - expectativas sobre la carrera

La falta de oportunidades y la insatisfacción de expectativas de la carrera se manifiesta de la misma forma tanto en las personas tituladas como en las no tituladas. De los 9 que ya obtuvieron su título 6 (67%) no han satisfecho aún sus expectativas, y de los no titulados 51 (63%) se encuentran en las mismas circunstancias.

De los 68 que si desean titularse, el 12% piensa que ya ocupa actualmente el puesto más alto al que pueden aspirar en su empresa; el 24% piensa que con el título puede llegar a ser gerente o director general; los restantes, o sea el 43%, asegura que en el medio actual no hay lugares a los que pueda aspirar como licenciados en Ciencias de la Comunicación.

La falta de logro en las expectativas que se tenían antes de estudiar la carrera, es otra motivación importante para que los egresados deseen obtener su título profesional, ya que de los 68 que manifestaron que sí querían titularse, 36 (60%) no han podido desarrollarse dentro de los medios de comunicación, ya sea por falta de oportunidades, o por no poder expresar sus propios puntos de vista. Asimismo 2 de los 68 que sí desean el título, manifestaron no haber logrado sus expectativas precisamente por la carencia de título profesional. Sólo 16 (24%) de los que sí piensan titularse manifestaron haber logrado satisfacer ya sus expectativas de la carrera.

Plan de Estudios - congruencia con el mercado de trabajo

Sobre el cuestionamiento de ¿qué tan congruente consideran al Plan de Estudios con respecto a las necesidades del mercado de trabajo?, 74 (82%) se inclinaron por afirmar que no es congruente, ya que haría falta la creación de materias más prácticas, lo que implicaría una revisión y modificación del Plan de Estudios vigente; 16 alumnos (18%) sí estuvieron de acuerdo en que el plan de estudios es congruente, porque proporciona los elementos básicos que cualquier profesionista debe tener.

En realidad, el concepto que se tiene de la congruencia del Plan de Estudios respecto a las necesidades del mercado de trabajo no depende del área en que se desempeñan los egresados, ya que están distribuidos en los diversos campos de las Ciencias de la Comunicación.

empleo, las respuestas coincidieron de la siguiente manera: 5 de las 74 personas (7%) afirmaron haber tenido problemas por falta de experiencia en el área que desarrollan; 15 (20%) contestaron que les hizo falta la práctica para el manejo de equipo audiovisual y de computación. Los restantes 11 (15%) se refieren a limitaciones de falta de cultura general, incompatibilidad de su ideología con la de su empresa; el hecho de que para ascender se antepongan amistades y compadrazgos, así como la falta de empleo por la masificación de la carrera.

Asimismo, al preguntar qué tan suficiente consideran que fue su formación académica para desempeñarse en el área, se encontraron respuestas interesantes: de las 16 personas que contestaron que el Plan de Estudios está acorde con las necesidades del mercado de trabajo, sólo 12 de ellas (75%) aseguraron que su formación académica sí fue suficiente, sin embargo las otras 4 personas (25%), aun a pesar de haber afirmado que sí es congruente el Plan de Estudios, aseguraron que su formación académica fue insuficiente, lo que podría catalogarse como incongruente.

Independientemente de la congruencia del Plan de Estudios y de que sí fue o no suficiente su preparación académica para enfrentarse al mercado de trabajo, se consideró importante preguntar si a pesar de esto, les ha servido o no su preparación académica profesional. De los 74 egresados que señalaron que el Plan de Estudios no es congruente, 59 (80%) coincidieron en que pese a sus carencias sí les ha servido, porque proporciona los aspectos básicos para acercarse al medio, además de que fomenta la formación del criterio propio, aunque hay que aprender mucho al enfrentarse al mercado de trabajo. 5 personas no contestaron esta pregunta.

Como era de esperarse, las 14 personas que consideran congruente al Plan de Estudios, coincidieron en señalar que sí les sirvió su preparación académica, para desempeñarse en el área de Ciencias de la Comunicación.

Aceptación de la escuela de procedencia

Ya con anterioridad se hizo referencia a que el alumno generalmente culpa a la escuela de procedencia por su falta de preparación y conocimientos, por eso, al tener contacto con los egresados, aludimos a la pregunta de que si les hubiera gustado haber estudiado la misma carrera en otra escuela diferente a la FCPyS. Las respuestas fueron las siguientes:

De los 74 alumnos que afirmaron la incongruencia del Plan de Estudios en la Facultad de Ciencias Políticas, 35 (47%) contestaron que sí les hubiera gustado estudiar la misma carrera fuera de la UNAM, tanto por tener mejores opciones para trabajar, como por el nivel académico, que dijeron es más elevado en otras escuelas.

37 personas (50%), aunque no estuvieron de acuerdo con el Plan de Estudios bajo el que estudiaron la carrera, aseguraron que definitivamente no hubieran cambiado los estudios de la UNAM por los de otras escuelas.

Las explicaciones a esta respuesta fluctúan de la siguiente manera: 10 (12%) contestaron que los estudios de la UNAM son mejor reconocidos; 7 (8%) porque la carrera está bien planeada en la FCPyS; 27 (30%) aseguraron que no la hubieran cambiado porque es mejor la formación pluralista de la UNAM que la de otras escuelas; 3 (3%) porque no importa la escuela de procedencia sino la habilidad del alumno; y 2 (2%) dijeron que no, que más bien les hubiera gustado que existiera un Plan de Estudios más adecuado.

Sólo 2 (2%) se inclinaron por afirmar que únicamente hubieran cambiado a la UNAM por alguna universidad europea,

Claro está que aquí habría que saber si los que se inclinaron por decir que sí cambiarían la escuela de procedencia, conocen los planes de estudio de esas escuelas a las que hacen referencia.

3. EL CAMPO DE TRABAJO DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

A. Antecedentes Generales

La preocupación por definir el campo de actuación profesional del Licenciado en Ciencias de la Comunicación gira fundamentalmente alrededor de la idea de obtener un claro reconocimiento de la profesión por parte de la sociedad.

Si partimos de la premisa de que la carrera se creó en México para cubrir necesidades específicas de una sociedad en desarrollo, pensaríamos que los estudiosos de esta disciplina deberían encontrar espacio en esa sociedad que los demandó; sin embargo, la realidad no parece decirnos lo mismo.

Hay que tomar en cuenta que el mercado de trabajo es un fenómeno de cambio continuo. Los estudiantes que concurren a ofrecer su fuerza de trabajo generalmente están desfasados con las modificaciones que se van haciendo a los planes de estudio y las propias necesidades del medio profesional, por eso es importante adecuar a tiempo estas modificaciones, de tal forma que dichos estudiantes al salir como egresados, posean la preparación requerida en ese momento por la sociedad. De aquí la necesidad de establecer un programa continuo de investigación del mercado de trabajo y de hacer un seguimiento de sus egresados. Veamos un panorama general.

La relación o el encuentro del egresado con su campo de acción es definitivamente un concepto de mercado, y visto desde este punto el concepto comprende sólo un "ámbito geográfico" en donde los egresados ofrecen sus servicios para satisfacer necesidades; sin embargo, por ser la carrera de reciente creación, los egresados tropiezan con las dificultades inherentes a toda decisión de convertir en profesional una actividad que hasta la fecha se ejerce sin que sea obligatorio realizar estudios especiales.

Se debe pensar, entonces, que los medios de información no tienen la obligación de incorporar a los egresados por el simple hecho de que las escuelas estén reconocidas y extiendan documentos de tipo oficial, ya que ni la prensa ni la radio ni la televisión necesitaron de elementos graduados en universidades para desarrollarse como lo han hecho hasta ahora. Para ellos, han bastado los intensos cursos de capacitación a que someten a sus trabajadores y la práctica misma.

Es por eso que las Ciencias de la Comunicación, en busca de su reconocimiento profesional, deben definir su campo de acción profesional por medio de las actividades para las cuales capacitan al alumno y los servicios que este ofrece. Ya en el perfil profesional, hemos hablado de esto.

Según el Plan de Estudios de la carrera, el campo de acción del Licenciado en Ciencias de la Comunicación se define así:

“Este profesional no se dedica solamente a labores periodísticas y cuestiones relacionadas con ellas, como son la investigación de los antecedentes de los eventos, la elaboración de crónicas de los acontecimientos, la redacción, corrección de estilo, etc., también puede participar como especialista de la comunicación en actividades propias de la publicidad, la propaganda y las relaciones públicas.

Realiza entrevistas; funge como director de publicaciones periodísticas o de emisiones radiofónicas, de televisión o de cine; realiza estudios y análisis sobre el contenido de la información; participa en la organización de diarios y revistas, etc. Se puede especializar en un tipo de noticias o información, así como en medios de información audiovisual.

En esta carrera el área de investigación es particularmente amplia, pudiendo recaer sobre los problemas de la comunicación, de la persuasión e influencia de la información y la comunicación masiva entre otros”.

Pero la pregunta sigue en el aire: ¿qué hacen realmente los comunicólogos? ¿cuál es su campo de acción? En este sentido, un informe provisional de la Comisión Internacional para el Estudio de la Comunicación (Comisión Mac. Bride) acotaba en 1985:

“En un mundo constantemente transformado por los adelantos científicos y técnicos, los agentes de la comunicación son principalmente los profesionales que se encargan de recoger, crear y difundir los diferentes mensajes, preparar y manipular los medios y las tecnologías necesarias en todos los campos de la información.

Su número aumenta constantemente y su perfil se diversifica a la vez que se diversifica y aquilata la especialización. Al mismo tiempo las condiciones de trabajo resultan hoy más duras, más difíciles y hasta más peligrosas”.

Como se puede apreciar, es muy difícil configurar el papel que debe jugar este profesionalista en el campo de acción, ya que la gran diversidad de actividades a que debe enfrentarse lo convierte en un aprendiz de todo y especialista en nada.

Otro de los problemas graves en el ejercicio de la profesión es la enorme competencia que se da en el mercado ocupacional. Los periodistas con experiencia tienen ya trabajo asegurado en los medios. En muchos de los casos se trata de autodidactas o empíricos y no de personas que han pasado por una escuela a nivel universitario. Hay que admitir que deben hacer bien su trabajo, porque de lo contrario nadie los ocuparía.

Por otra parte es muy difícil que los estudiantes de comunicación, durante su formación profesional, adquieran las habilidades necesarias para poder ser contratados de inmediato.

Sería difícil esperar que ante la premura y eficiencia que exige esta área los directores de las empresas prefieran a novatos, en lugar de personas ya fogueadas por la actividad cotidiana, aun en el supuesto de que ambos reúnan aptitudes equiparables.

La idea de la formación universitaria de los nuevos comunicólogos no debe pretender excluir a los empíricos, pero sí puede establecer que los actuales manipuladores de los medios necesitan una formación científica, con instrumentos intelectuales y éticos que les permitan entender los fenómenos humanos y, al entenderlos, llevarlos objetivamente al conocimiento de los demás.

B. Situación profesional actual (Alternativas y limitaciones de empleo).

Sería ideal que la FCPy S constituyera un programa continuo de investigación sobre la incorporación de sus egresados al mercado de trabajo.

La información objetiva sobre este aspecto permitirá planear mejor los estudios, y orientar la vocación profesional y las expectativas de colocación de los futuros egresados universitarios.

Enseguida se presentan los resultados que arrojó la encuesta, con relación a este tema:

Empleo - relación con la carrera

De los 90 entrevistados, 87 personas (97%) sí se encuentran trabajando y 3 (3%) carecen de empleo.

De los 87 egresados que afirmaron tener trabajo, 18 (21%) no se dedican a ninguna actividad relacionada con las Ciencias de la Comunicación; 7 (8%) ejercen la profesión en menor medida, dedicando la mayor parte de su tiempo a una actividad

ajena; 19 (22%) dedican la mayor parte de su tiempo al desarrollo de la carrera, pero la combinan con una actividad ajena; 25 (29%) dedican totalmente su tiempo al ejercicio de la profesión en un sola empresa, y 18 (21%) lo hacen en más de una empresa.

Al analizar la situación profesional actual de los egresados de esta generación se percibió que si se suman a los que carecen de trabajo con los que no ejercen la profesión y los que la ejercen en menor medida, se encuentra que de 90 entrevistados, 28 (31%), a más de 8 años de haber concluido la licenciatura, no se han podido desarrollar profesionalmente. El porcentaje marcado es muy alto considerando el esfuerzo tanto económico como de recursos humanos que se emplean para la formación profesional de estos alumnos. Esto es sólo una pequeña muestra de lo que puede suceder con las generaciones que cada año egresan.

La cantidad de dificultades a las que se enfrenta el egresado cuando trata de incorporarse al mercado de trabajo, lo convierten en un nómada en busca de mejores condiciones de trabajo, condiciones que comienzan con la selección de una profesión que todavía no es lo suficientemente reconocida, respetada y dignamente remunerada. Sin embargo, tenemos que aún cuando los egresados no ejercen la profesión, de los 28 que se encuentran en este caso, 22 (79%) manifestaron que sí estaban convencidos de su elección cuando se inscribieron en la carrera, los otros 6 (21%) no estaban convencidos. En este caso, puede ser justificable el que no la ejerzan.

Asimismo, a pesar de no ejercer la carrera, de los 28 que se encuentran en este caso, 5 (18%) aseguraron que se sienten satisfechos con lo logrado en su desempeño profesional. Obviamente los 23 restantes (82%) manifestaron su insatisfacción con lo logrado a la fecha, ya que por diversas razones no han obtenido lo que esperaban.

De los 62 que sí ejercen la profesión, solamente 28 (45%) dijeron estar satisfechos y haber logrado las expectativas que tenían antes de estudiar la carrera, los 34 restantes (55%) se mostraron insatisfechos y dijeron no haber logrado aún lo que esperaban, porque la realidad es diferente a como ellos se la imaginaron.

¿Qué sector productivo absorbe la mayor parte de los egresados y cuáles son las principales características de su empleo?

De los 90 entrevistados, la mayoría de ellos, 44 (49%), se encontraban empleados por el sector gobierno; 31 (34%) en el sector privado, y 10 (11%) en el sector independiente. Tómese en cuenta que tratándose de egresados de la UNAM, tal vez sea más factible su incorporación al sector público que al privado.

¿Cuánto tiempo horas-semana le ocupa su actividad relacionada con las Ciencias de la Comunicación?

La frecuencia más alta registrada en esta variable, de los 76 que respondieron fue de 41 a 60 horas, que representó el 42%. Enseguida el de 21 a 40 horas con el 25%; el 13% trabaja más de 60 horas y el 16% sólo trabaja de 10 a 20 horas, lo que significa que los egresados están trabajando en promedio de 8 a 9 horas diarias.

Sector de trabajo - horario

De los 75 que contestaron a las características de su horario de trabajo tenemos que el 61% tienen un horario fijo, mientras que el resto, 39% tienen un horario irregular (eventual o free lancer), lo que una vez más habla de las condiciones inadecuadas en las que se debe desempeñar la profesión.

El número de horas-semana que ocupan los egresados en su desempeño profesional depende del sector al cual sirven, ya que de los 44 que se desarrollan en el sector gobierno, 38% trabajan entre 21 y 40 horas, mientras que en el sector privado el 61% trabaja de 40 a 60 horas.

Para los que trabajan más de 60 horas a la semana en el sector gobierno representa el 9%, mientras que en el privado son el 19%, lo que corrobora que los horarios en las empresas privadas son más extensos que en las públicas; claro está que más adelante tendremos la oportunidad de comparar los sueldos.

En el sector gobierno los horarios fijos representan el 45%, en el privado el 29% y en el independiente el 10%. Nuevamente, y aun cuando en el sector gobierno se trabajan menos horas, prevalecen también los horarios fijos.

Por otra parte, los horarios irregulares se encuentran así: en el sector público representan el 20% y en el privado son más del doble, el 45%.

Esto significa que si un egresado desea entrar a trabajar al sector privado, debe estar consciente de que esto representa la posibilidad de trabajar más horas, y con un horario irregular.

Los horarios fijos de tiempo completo se pueden observar con mayor frecuencia tanto en las oficinas de gobierno (6%) como en organismos descentralizados (3%), con respecto a los horarios irregulares se manifiestan más en los canales de televisión (7%) y en los medios impresos (6%).

En este medio laboral donde la oportunidad del trabajo es fundamental, la jornada laboral tiene un ciclo de 24 horas, en donde los egresados participan activamente. El producto de su esfuerzo debe ser inmediato y actual, y generalmente se trabaja bajo la presión del tiempo.

Sector de trabajo - salario

Con respecto al salario se observa que dentro del sector gobierno los sueldos fluctúan entre dos y más de seis veces el salario mínimo, el 27% señaló que percibe aproximadamente dos veces el salario mínimo, el 34% tres veces el salario mínimo, el 23% recibe de cuatro a cinco veces el salario mínimo y el 9% más de seis veces el salario mínimo.

Para el sector privado, el 3% recibe aproximadamente un salario mínimo; el 13% recibe dos veces el salario mínimo; el 23% percibe tres veces el salario mínimo; el 29% de cuatro a cinco veces el salario mínimo y otro 29% más de seis veces el salario mínimo.

Si sumamos los porcentajes de los que reciben mayor salario tenemos que en el sector público el 66% tiene un salario superior a los tres salarios mínimos, mientras que en el sector privado significa el 81%.

La diferencia entre la percepción del sector público al privado, puede ser equiparable si recordamos que en este último se trabajan más horas y con horario irregular.

¿Ganan más los que trabajan más tiempo? ¿Cómo se da esta relación para los egresados de esta generación?

Para los que trabajan de 10 a 20 horas a la semana, los sueldos varían considerablemente, ya que mientras que un 42% gana entre dos y tres veces el salario mínimo, otro porcentaje igual (42%) gana cuatro y hasta más de seis veces el salario mínimo.

Para los que trabajan de 21 a 40 horas, el porcentaje mayor (74%) se encuentra en el rango de dos a tres salarios mínimos.

De los que laboran de 41 a 60 horas, el 69% gana tres y hasta cinco salarios mínimos, y de los que trabajan más de 60 horas el 70% percibe entre cuatro y hasta seis veces el salario mínimo; lo que de alguna manera nos indica que sí están percibiendo mayores sueldos quienes laboran por más tiempo a la semana.

¿Cómo se acercaron los egresados al medio de las Ciencias de la Comunicación?

La mayoría de los egresados de esta generación se iniciaron en el desempeño de la profesión durante el desarrollo de la carrera; 8 (9%) lo hicieron antes de iniciarla, 13 (14%) durante la primera mitad y 26 (29%) durante la segunda mitad, representando en total el 52%.

Treinta y ocho personas (42%) iniciaron el desempeño de la profesión hasta que concluyeron la carrera; 3 (3%) manifestaron que aun no han comenzado a desarrollarse en el área, lo que habla más aun de su falta de experiencia y, por lo tanto, de oportunidades para encontrar empleo; dos (2%) no contestaron.

Desafortunadamente, poco vale el currículum, las calificaciones y la preparación profesional ante las recomendaciones de amigos o familiares para adentrarse al medio.

En el caso que se estudió, el 42% consiguió su primer trabajo relacionado con el área por recomendación de un amigo o familiar; el segundo factor determinante para la obtención del empleo resultó ser por el buen desempeño del servicio social, representando el 26%. El 15% dijo que solicitó el empleo porque había vacantes; 8% aseguró que mediante un acercamiento casual obtuvo el empleo; 7% contestó que le costó mucho trabajo y tuvo que insistir constantemente.

Motivos del no ejercicio de la profesión

Las 27 personas que contestaron que no se desempeñan dentro del medio de las Ciencias de la Comunicación señalaron como principales motivos que cuando terminaron la carrera ya trabajaban en otra área diferente y no les interesó buscar otro empleo (37%); el 19% dijo que desde que terminó la carrera no ha logrado encontrar trabajo en el medio de las Ciencias de la Comunicación; el 22% aseguró que económicamente es más gratificante el empleo que tiene, aun cuando no se relacione con el medio, otro 15% indicó que no se dedica a la profesión por satisfacer expectativas de índole meramente personal.

Tener trabajo, o no, más parece cosa de la casualidad que de la capacidad profesional, ya que muchos de los egresados no se atreven a dejar el empleo actual, por lo aventurado y difícil que resulta conseguir otro con estabilidad y sueldo fijo.

De los 90 entrevistados sólo 83 dieron respuesta a la pregunta de que si habían intentado solicitar empleo, a pesar de tener o no trabajo. Las respuestas fueron las siguientes: 61 (76%) contestaron que sí se han acercado a hacer solicitudes en diversos medios de comunicación y 22 (28%) no lo han intentado.

De los 61 que sí han hecho solicitudes, la gran mayoría (33%) recibió la respuesta de que no hay vacantes; 28% indicó que el sueldo que les ofrecieron era muy bajo; el 11% hizo examen y solicitud y no fue aceptado y afortunadamente sólo el 5% aseguró que prefieren a egresados de otras escuelas. El 8% contestó que le indicaron que tenían que estar a prueba sin sueldo, lo que habla de la explotación que se pretende hacer de los recién egresados, por la falta de experiencia.

Desarrollo profesional - limitaciones de empleo

Dentro de las principales limitaciones que los egresados manifestaron al enfrentarse al mercado de trabajo, sobresale la de falta de experiencia, con 50%, de 76 entrevistados que contestaron esta pregunta. A estos hay que agregar que el 17% manifestó más o menos lo mismo, ya que se quejó de la falta de práctica en el manejo de equipo.

Otros factores que no tuvieron un alto porcentaje de respuesta fueron la falta de seguridad; la falta de conocimientos básicos teóricos en alguna área en especial; la falta de cultura general para escribir o hablar sobre diversos temas, la falta de estímulos económicos, la falta de empleos y la incompatibilidad de su ideología política con la de la empresa.

Antigüedad en el empleo

Tal vez la antigüedad en el empleo no sea indicativo de que se tiene un buen o mal trabajo; sin embargo quisimos conocerla para saber la estabilidad que se puede guardar en un empleo de esta área.

De los 75 que dieron respuesta a esta pregunta, el 20% manifestó tener menos de un año de antigüedad; otro 20% de uno a dos años; el 28% de dos a cuatro años; el 15% de cuatro a cinco años y el 17% aseguró tener menos de cinco años de antigüedad. Si sumamos los que tienen de dos años de antigüedad en adelante, tenemos que aproximadamente el 60% ha logrado o preferido permanecer estable en su empleo.

Antigüedad en el empleo - salario

Asimismo, se pensó que entre más años se tienen en el mismo empleo, se van logrando mejores sueldos, ya sea porque se escalan puestos, o porque se adquiere experiencia y se puede exigir más; sin embargo, los resultados no fueron así en este caso: en promedio general (67%) de los que tenían menos de un año en su empleo actual, están percibiendo alrededor de dos a tres salarios mínimos; de los que tienen de uno a dos años de antigüedad, la mayoría (67%) se encuentra en el rango de cuatro a más de seis veces el salario mínimo.

Para los que tienen de dos a cuatro años, la mayoría (57%) se encuentra con un sueldo promedio de tres a cinco veces el salario mínimo, y para los que tienen más de 5 años en el mismo empleo tampoco parecen favorables las circunstancias, ya que el promedio (85%) va de tres a más de seis veces el salario mínimo, lo mismo que perciben los que tienen de uno a dos años de antigüedad.

El arraigo en el empleo, el tiempo que se tiene en él y la estabilidad pueden ser factores determinantes para desear o no la movilidad, aun cuando esto signifique mejores ingresos económicos.

Sin embargo, al preguntarles si estarían dispuestos a dedicarse a otra actividad ajena si les ofrecieran mejor ingreso y mayor estabilidad, se encontró que, de los 55 que contestaron afirmativamente, 10 (18 %) tenían menos de un año en el empleo; 9 (16%) de uno a dos años; 13 (24%) de dos a cuatro años; 2 (4%) de cuatro a cinco años, y 10 (18%) más de cinco años; 11 (20%) no respondieron.

En este aspecto, hay que resaltar que tanto para los que tienen menos de un año, como para los que tienen más de cinco años de antigüedad, la posibilidad de obtener mayor ingreso y estabilidad a cambio del ejercicio de la profesión, es una buena oferta.

De los 29 egresados que afirmaron no cambiar por nada el ejercicio de su profesión, 4 (14%) tenían menos de un año en el empleo; 3 (10%) de uno a dos años; 8 (28%) de dos a cuatro años; 8 (28%) de cuatro a cinco años y 3 (10%) más de cinco años; 3 (10%) no contestaron.

El mayor porcentaje de estos (55%) se encuentra entre los que tienen de tres a cinco años de antigüedad.

Desarrollo profesional - expectativas de superación

Económicamente hablando, la carrera no ofrece al parecer muchas alternativas a sus egresados, ya que al preguntarles sobre las expectativas de superación que les puede ofrecer su empresa, ninguno hizo referencia a aumentos de sueldo, y las oportunidades que se ofrecen se refieren más a asuntos de carácter de desarrollo profesional y capacitación.

De los 66 egresados que contestaron esta pregunta, el 29% se refirió a los cursos de capacitación como expectativa de superación, en segundo lugar estuvo el 23% los que vislumbran nuevos y futuros proyectos en su empresa, así como otro 23% hacen referencia a un amplio desarrollo en varias ramas y niveles. Los ascensos profesionales fueron mencionados muy escasamente (9%), y el 15% hizo referencia a las escasas o nulas posibilidades de superación. Esta relación se da de igual forma tanto en el sector público como en el privado.

Salario

Según estos resultados, las expectativas económicas para quienes desean estudiar la licenciatura en Ciencias de la Comunicación no son muy halagadores, ya que

el mayor porcentaje (25%) se registra entre los que perciben un sueldo de aproximadamente tres salarios mínimos, el 21% percibe de cuatro a cinco veces el salario mínimo, que es aceptablemente bueno por el promedio de salario que debe percibir un profesionista; siguen en cantidad los que ganan dos salarios mínimos, que representa en esta caso el 18%, que resulta muy desmotivante para quien ocupó buena parte de su vida estudiando una licenciatura,

Otra mínima parte, el 16%, aseguró percibir más de seis veces el salario mínimo, y el 18% no tienen un sueldo base, por lo que sus entradas económicas son variables. Independientemente de esto, la gran mayoría afirmó que sí estaría dispuesto a abandonar el ejercicio de la carrera por algún otro empleo que les retribuya más económicamente.

Los que afirmaron no abandonar el ejercicio de la carrera por este motivo fueron 29 (32%) de los entrevistados, y de ellos, 3 (12%) ganan dos veces el salario mínimo, 10 (38%) tres veces el salario mínimo, 5 (19%) de cuatro a cinco veces el salario mínimo y 8 (31%) gana más de seis veces el salario mínimo.

Tal vez influya de manera notable el concepto que un profesionista tenga sobre lo que debe percibir para estar o no conforme con su salario. En el caso de los entrevistados de este estudio, tenemos que 29 (32%) se encuentran conformes con su salario, declarando que es un ingreso adecuado para los gastos normales y satisfactorio porque les pagan por lo que hacen; sin embargo un buen porcentaje 32 (36%) declararon que su ingreso, además de que apenas alcanza para vivir, es menos de lo que merecen por lo que estudiaron o por lo que trabajan y menos aún de lo que implica el agotamiento físico, nervioso y el deterioro de vínculos familiares y amistosos, por el tipo de trabajo que se desempeña. Sólo 14 (15%) aseguraron que su percepción económica es un ingreso satisfactorio e inclusive permite darse algunos lujos; 15 personas (17%) no dieron respuesta a esta variable.

Obviamente, los que se manifestaron negativamente sobre su sueldo, son los que decididamente dijeron estar dispuestos a dedicarse a otra actividad ajena a la profesión, mientras que, los que de alguna manera se sienten satisfechos con su ingreso no desean cambiar de actividad profesional.

Limitaciones de empleo

Una de las hipótesis del proyecto de esta investigación planteó que los egresados de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM se enfrentaban a serias limitaciones por provenir de una Facultad que desarrolla en sus egresados la conciencia crítica. Sin embargo, de acuerdo a los resultados de la encuesta sólo 12 personas (14%) aseguraron que sí han tenido serias dificultades por la formación ideológica que se da en la Facultad, las constantes huelgas en la UNAM, la educación masiva y el bajo nivel académico, la falta de práctica con que se egresa.

Otras 17 (19%) aseguraron que también han tenido serias limitaciones porque los medios de comunicación son núcleos muy cerrados y prefieren a egresados de universidades privadas. Sumando estas dos opciones de respuesta que de alguna manera convergen, tenemos 29 egresados (33%) que han tenido problemas para incorporarse al mercado de trabajo. Aun cuando el porcentaje no representa a la gran mayoría sí es de considerarse, ya que aproximadamente la tercera parte son los que manifiestan su falta de oportunidades por ser egresados de la UNAM.

Los 54 que aseguran que no han tenido limitaciones por la escuela de procedencia representan el 68%. De ellos 18 (20%) dijeron que el hecho de haber estudiado en la UNAM les ha permitido incursionar en el mercado de trabajo; 36 (40%) contestaron que realmente cuenta más el desarrollo profesional, la experiencia y disposición que se muestre para el trabajo, que la escuela de procedencia; 4 (5%) no han tenido limitaciones, ya que cuando ingresaron al mercado de trabajo no había tantos prejuicios respecto a la UNAM; sólo 2 (3%) aseguraron que no han tenido problemas porque contaron con quien los recomendará.

¿Quiénes se desarrollan en el área, aparte de los egresados de la especialidad?

Como ya se había mencionado, otro de los serios problemas a los que indudablemente se enfrenta la profesión, es que desafortunadamente la pueden ejercer y de hecho la ejercen, en muy buena medida, personas con estudios profesionales ajenos totalmente a las Ciencias de la Comunicación, lo que definitivamente restringe el campo de trabajo de los egresados de esta licenciatura. Esto habla de la falta de profesionalización de la carrera, ya que los medios de difusión no requieren de personas que tengan estudios reconocidos en esta disciplina, para dar el empleo. Los resultados de la encuesta en este rubro fueron los siguientes:

El 80% de los entrevistados aseguró que en su campo de trabajo sí existen personas con estudios profesionales distintos a los de las Ciencias de la Comunicación; sólo el 20% aseguró que no.

Entre los profesionales que más han incursionado en el desempeño de las Ciencias de las Comunicación, tenemos con un 21%, a los de las áreas económico-administrativas; en segundo término a los abogados, relaciones internacionales, ciencias políticas, sociología, historiadores y filósofos con el 13%.

Las áreas de las ciencias de la salud ocupan el 7%; ingeniería y arquitectura, al igual, el 7%; sólo el 1% de estudios de maestría o doctorado y desafortunadamente un 12% de nivel bachillerato o técnico y un 2% de nivel secundaria; el 6% no definió, ya que aseguró que en su área de trabajo hay egresados de todas las profesiones ejerciendo la carrera.

Tal vez esto nos lleve a pensar que egresados de otras carreras, que equivocaron su vocación al estudiar, la han encontrado al ejercer esta profesión, inclusive los egresados de otras áreas dentro de la propia Facultad.

La desventaja es que mientras otras profesiones están ocupando los lugares que deben ocupar los de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, estos últimos no pueden acceder a sus campos profesionales, ya que en el caso de la mayoría de la demás profesiones, sí exigen comprobantes de estudio en el área. Esto los coloca en sobrada desventaja al enfrentarse al mercado de trabajo.

Otra gran desventaja que se puede señalar, es que si el trabajo lo pueden ejercer tanto personas de otras profesiones que pueden ser titulados o no, los de bachillerato y los de nivel secundaria, también es probable que los sueldos que puedan pagar los empleadores sean más bajos, y muchas veces llegan a sacrificar la calidad o profesionalización del trabajo a cambio de pagar menores sueldos. Claro está que si llega un egresado de la FCPyS con su título en mano, le pueden ofrecer el trabajo, pero no siempre le pagan lo que él aspira a ganar y, ante la necesidad del empleo, se toma la opción.

En este punto hay que aclarar dos cosas. Al incorporarse al mercado de trabajo, el egresado tiene dos opciones: una, demostrar que está mejor capacitado para la realización de las tareas que se le encomiendan, y otra, tener que sujetarse a las reglas de quienes, por el tiempo que ya tienen ahí, han adquirido mayor experiencia, aun cuando no han estudiado el área.

Expectativas del egresado antes de estudiar la carrera

Otro interés del estudio fue saber si en el ejercicio de la profesión los egresados han satisfecho las expectativas que tenían antes de estudiar la carrera. Los resultados fueron los siguientes:

Veinticuatro (27%) contestaron que sí, porque sus actividades son propias de la profesión y hacen lo que les gusta; 7 (8%) dijeron que sí, aunque no totalmente, porque les faltaba mucho por aprender; 2 (2%) contestaron que laboralmente sí, pero económicamente no.

Por otra parte, 52 egresados contestaron que no han satisfecho sus expectativas. De estos, el 39% porque no ha podido desarrollarse por falta de oportunidades en los medios de comunicación; 4% porque no ha logrado todo lo que desea; 3% por ser empleados y no poder expresar sus propios puntos de vista y otro 11% por otras razones diversas; 6% no dio respuesta a esta pregunta.

Muchas de las respuestas anteriores podrían deberse a la falta de vocación por la carrera, sin embargo; el 90% de los entrevistados, aseguró que cuando se inscribió a ella estaba realmente convencido de su decisión. El 10% aseguró que no estaba convencido totalmente.

A pesar de que un alto porcentaje de los egresados manifestó que cuando se inscribió en la carrera sí estaba convencido de su decisión, el 35% de éstos, hizo mención de otras áreas profesionales al preguntarles ¿qué carrera escogerían, si tuvieran la oportunidad de elegir nuevamente? Así, el 47% aseguró que elegiría la misma, el 5% aseguró que la misma, pero mejor preparado y el 2% la misma pero complementada con otra.

Las profesiones que más llaman la atención entre el 35% que sí cambiaría sus estudios profesionales son: 13% estudiaría economía; 17% administración y los restantes se abocarían a áreas diversas.

De los que no estaban convencidos de su decisión cuando se inscribieron a la carrera, ninguno se manifestó por estudiar lo mismo.

¿Cuáles fueron las principales motivaciones que llevaron a los egresados a estudiar la carrera?

Las respuestas son muy variadas, pero no son las que un alumno debería tener cuando elige su profesión. Veamos. El 6% estudió la carrera porque pensó que a

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

través de ella se relacionaría con gente importante; otro 8% sabía que a través del estudio de las Ciencias de la Comunicación le sería fácil viajar y conocer lugares diversos. El 2% supuso que sería reconocido a través de la radio o la televisión; el 3% porque le gusta la aventura y pensó que esta carrera se la proporcionaría; otro 2% aseguró que por falta de vocación.

Si se es un poco realista, a 8 años de haber egresado se puede uno dar cuenta de que las motivaciones antes mencionadas son muy idealistas, de acuerdo a la fantasía que se ha creado alrededor de la profesión. Afortunadamente, los que tuvieron motivaciones como éstas, representan el 22%.

Dentro de los que se pueden considerar más realistas, el 29% esperó ser reportero o corresponsal en los diarios nacionales, lo que no está alejado de la realidad, ya que muchos de ellos ya ocupan dichos puestos.

Otro 12% estudió la carrera porque se propuso dar servicio a la sociedad en materia de comunicación; sin embargo, al cruzar las variables del área en la que trabajan, contra la satisfacción con el sueldo que perciben, encontramos que su principal motivación pudo ser dar servicio a la sociedad, pero no están satisfechos con lo que perciben. Del 12% ellos representan el 8%. El 3% está conforme con su salario y sí se desarrolla en el área. El 1%, aparte de dar servicio a la comunidad, se encuentra con un salario que le permite darse algunos lujos.

Otra motivación para el 6% fue el deseo de querer manejar cámaras de televisión y equipo de comunicación, el 12% dijo que eligió la carrera por su personalidad inquieta y activa. Asimismo, el 14% aseguró que lo hizo por vocación; 3% porque estaban seguros de que se trataba de una área social con responsabilidad para ofrecer directrices de opinión.

Este último porcentaje (3%) representa a los alumnos que verdaderamente conocían con anterioridad la dinámica de la carrera y los objetivos del Plan de

Estudios, así como el perfil profesional. Alumnos que gracias a la orientación vocacional obtenida sabían que su preparación profesional estaría enfocada al aspecto de análisis, y eso quisieron ser ellos. Desafortunadamente son una mínima cantidad, y los mismos que manifestaron su inconformidad porque no han podido expresar sus propios puntos de vista.

C. Areas de Desarrollo

Al desglosar los puestos que actualmente están desempeñando los egresados de esta generación, encontramos que la gran mayoría se encuentra trabajando en los medios impresos. Así tenemos que 31 (34%) fungen como reporteros, redactores, articulistas, críticos, corresponsales de prensa y correctores de estilo, y otros 16 (18%) lo hacen en coordinaciones de síntesis o análisis de información. Estos, sumados representan el 52%, o sea un poco más de la mitad desempeñándose en una sola de las áreas de las Ciencias de la Comunicación.

Los restantes se desarrollan en puestos como sigue: 1 (1%) como editor de libros y revistas; 6 (7%) como asistentes de producción; 3 (3%) como productores de TV; 3 (3%) como conductores de programas de radio; 4 (4%) en la docencia y la investigación, 8 (9%) en puestos gerenciales de relaciones públicas y 15 (17%) en cargos ajenos a la profesión, desde vendedor de tienda, juguero, mesero, cajero, ayudante de oficina, secretaria, recepcionista, auxiliar de crédito y de oficina; 3 (3%) no contestaron.

Nuevamente volvemos al punto de que la necesidad económica y la falta de oportunidades de ingresar a los medios hace, en algunos de los casos, que los egresados se emplean en actividades ajenas a la profesión.

Areas de desarrollo - posibilidades de ascenso

Cuáles son los puestos de mayor jerarquía a los que puedan aspirar los egresados. De los 76 que dieron respuesta a esta pregunta, 11% aseguró que actualmente ya ocupa el máximo puesto al que ahí puede aspirar; 28% dijo que lo más que puede

llegar a ser jefe de departamento o coordinador; el 22% puede aspirar a una dirección o una gerencia, aunque a 8 años de haber egresado de la carrera sólo una persona ocupa un puesto directivo de esta índole. Los restantes están distribuidos indistintamente entre investigadores, conductores, productores, corresponsales, etc.

¿Les ha servido de alguna manera a los egresados el haber estudiado la licenciatura para ocupar el puesto que actualmente tienen?

Con respecto a esto, 18 (20%) manifestaron decididamente que no, mientras que 54 (60%) afirmaron que sí les ha servido y que de no haber estudiado la carrera no estarían ocupando el puesto que tienen; 18 (20%) no dieron respuesta a esta pregunta.

¿En qué empresa, medio, dependencia o sector les gustaría desarrollarse a los egresados, dentro del área de las Ciencias de la Comunicación?

Como respuesta a esta pregunta, el 14% aseguró que ya están ubicados en el puesto y área que deseaban; al 6% le gustaría estar en cualquier área, siempre y cuando le ofrecieran un sueldo decoroso; a otro tanto (6%) le gustaría estar en la docencia o alguna área de investigación; 3 % espera hacerlo en la publicidad; el 23% en producción de programas de televisión y radio; el 3% en cinematografía y sólo el 1% en edición de libros y revistas; 13% no contestó a esta pregunta.

Si sumamos a los que aún no están ubicados en el campo, y que realmente les gustaría, vemos que representan el 83%. Un porcentaje muy elevado que podría hablar de la enorme insatisfacción en el empleo y, por ende, de realización profesional.

Esto podría dar pauta para polemizar sobre muchas cosas, ya que el alumno, durante su formación profesional, eligió las áreas que eran de su preferencia, para

las que se sintió apto y obviamente en las que más deseaba desarrollarse; sin embargo, al enfrentarse al mercado de trabajo se encontró con que no era tan fácil emplearse en donde realmente él quería hacerlo, y tuvo que aceptar, por adquirir experiencia o por necesidad económica, el que se le presentó primero.

Tenemos entonces, que un alumno que dedicó durante tres o cuatro semestres su atención al área de audiovisuales y encontró trabajo en el área de prensa escrita, es aparte de un alumno insatisfecho, un alumno que tuvo que aprender el ejercicio de la profesión escrita en el desempeño de la misma, puesto que no se preparó adecuadamente para ello.

¿Por qué no han logrado el lugar que desean dentro del mercado de trabajo?

De 56 personas que dieron respuesta a esta pregunta, 18% dijo que por no haberse titulado; 27% porque realmente no lo había intentado; 30% por falta de alternativas por la competencia que existe en el mercado de trabajo; 9% porque el medio es muy cerrado y elitista; 4% por falta de experiencia, otro 4% por falta de recomendación y miedo e inseguridad, y 9% aseguró que ya ha tenido la oportunidad de entrar a trabajar donde quería, pero que los sueldos que ofrecen son muy bajos, por lo que cambió su gusto por la necesidad de emplearse y ganar un sueldo mejor.

Al preguntarse sobre la suficiencia académica que tuvieron para desempeñarse dentro del medio de las Ciencias de la Comunicación, un 60% se manifestó por afirmar que definitivamente su formación no fue suficiente, mientras que el 38% aseguró que sí lo fue; 2% no contestó.

D. Vinculación Teoría-Práctica

Es muy importante manifestar la relación estrecha que debe existir entre teoría y práctica, ya que de ello depende la formación integral de los alumnos. Es por esto

que las escuelas deben dar vida a un programa continuo de integración al mercado de trabajo, no únicamente como prácticas temporales, como lo es el Servicio Social.

Esto podría ser a través de la creación de una bolsa de trabajo, o de la invitación directa a los medios de difusión para que acudan a la Facultad a reclutar personal, o la firma de convenios con las empresas, de tal forma que se vean comprometidas con la Universidad para incorporar a los egresados a sus plantas, como es el caso del periódico "El Universal" que ya suscribió un convenio de colaboración académica con la Facultad.



Convenio UNAM - El Universal

Capacitación práctica a alumnos de Ciencias de la Comunicación

La Universidad Nacional Autónoma de México firmó un convenio con el periódico *El Universal*. Mediante él, éste se compromete a difundir a un amplio sector de la sociedad el conocimiento generado en todas las áreas de nuestra Casa de Estudios, como materia prima del trabajo de los medios de comunicación.

El convenio se firmó en la Torre de Rectoría. Estuvo presidida por el doctor José Sarukhán, rector de la Universidad Nacional, y el licenciado Francisco Ealy Ortiz, director y presidente del periódico *El Universal*.

Previo a la signa del documento, el doctor Sarukhán manifestó que éste es un paso más en el esfuerzo que me propone, con la ayuda de la Dirección General de Información, en el sentido de cambiar la relación con los medios de comunicación. Modificarla desde el punto de vista de ampliarla, renovarla, hacerla más cercana a lo que debe ser la interacción de una institución que genera conocimiento y otras que lo difunden.

La relación que se tiene actualmente con los medios de comunicación es más fructífera como resultado de un tratamiento sano, abierto y profesional. Tenemos el propósito de continuar en esta misma línea, afirmó.

Esta actitud, enfatizó el doctor Sarukhán, nos ha hecho aprender a ambas instituciones a tener mutuo respeto. Respetamos la independencia de criterio de los medios de comunicación y de los reporteros y, por

consecuencia, se ha conseguido que éstos tengan una percepción más real y respetuosa de lo que representa la Universidad Nacional.

La Universidad y el periódico *El Universal* compartimos un elemento muy importante, ese de la nueva revolución de la humanidad: el conocimiento. Para que la transmisión de este conocimiento sea de alta calidad, aseveró el Rector, el mismo deberá hacerse también con alta calidad. En ese sentido, la Universidad desea, en la medida de sus posibilidades, poner a la disposición de los medios de comunicación los bancos de datos y de información con los que cuenta.

El doctor Ricardo Méndez Silva, director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, destacó que al lado del convenio general existe uno en particular que involucra actividades directamente relacionadas con la Facultad que el periódico a partir de esta fecha *El Universal* adoptará a estudiantes de ciencias de la comunicación.

Este logro es muy importante, pues sabemos que al lado de la relación que se cultiva en la Universidad existe la necesidad de un ejercicio práctico y un contacto directo con el medio profesional", dijo.

Con beneplácito recibimos al hecho de que *El Universal* abra sus puertas a los estudiantes para su formación en programas de adiestramiento. Estamos seguros que serán de gran utilidad para nuestros alumnos, añadió.

El convenio con *El Universal*, explicó, contempla la posibilidad de que profesores, no sólo del área de ciencias de la comunicación, puedan acceder a las planas del periódico, ya sea en la página editorial o bien en otras secciones específicas donde se considere de interés insertar las colaboraciones y ensayos de los alumnos.

Finalmente, el doctor Méndez Silva sostuvo que el convenio ofrece un circuito muy amplio de colaboración que habrá de enriquecerse y dinamizarse. Destacó la importancia que hay sido el periódico *El Universal* con quien se firmara el convenio, pues éste cultiva una pluralidad de ideas que se manifiesta amplia y significativamente en la plana editorial, verdadero ejemplo para el periodismo de nuestro país. Este, aseguró, es un elemento de identidad con la Universidad Nacional.

"Éste es el inicio de una relación que beneficiará directamente a la juventud de México", sostuvo por su parte el licenciado Juan Francisco Ealy Ortiz, presidente y director de *El Universal*. La preocupación de los directores universitarios ha sido, dijo, formar a ciudadanos con ideas nuevas, pero sobre todo con principios de honorabilidad y honestidad.

El convenio, afirmó, es un reto para *El Universal*, pero sobre todo implica la enorme satisfacción de colaborar con la Universidad.

En la firma del convenio estuvieron, por parte de la Universidad, el doctor José Narro Robles, secretario general; el licenciado David Fajóles, secretario auxiliar; el doctor Tomás Garza, secretario administrativo; la doctores Guillermina Barea, coordinadora de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales; el ingeniero Leonardo Ramírez Pomar y el licenciado Juan Carlos Nolasco, director y subdirector, respectivamente, de la Dirección General de Información.

Por el periódico *El Universal* asistieron el licenciado Francisco Cárdenas Cruz, el licenciado Alfonso Navas, el licenciado Daniel López Barroso, todos ellos miembros del Consejo Editorial del periódico, y el licenciado Ignacio Ayala Ramírez, secretario particular del presidente y director general. □

Formación académica - necesidades del mercado de trabajo

La vinculación teoría- práctica se da en el mismo campo de trabajo, y también enfrenta al egresado a serias dificultades. En el caso de la generación estudiada, la mayoría se manifestó por decir que su formación académica no fue suficiente, pero que definitivamente sí les sirvió estudiar la carrera para desempeñarse en el medio donde trabajan. El 52% dijo que sí porque, pese a sus carencias, proporciona los aspectos básicos para acercarse al medio; 12% dijo que sí, ya que les dio las bases teóricas para acercarse al medio. Si se suman todos ellos, tenemos que el 88% está convencido que aun con sus carencias sí le sirvió su preparación académica profesional para desempeñarse en el medio.

Sólo el 11% negó que le haya servido su preparación profesional aludiendo a que no hay una relación importante entre la teoría y la práctica ya que los planes de estudio son obsoletos y los maestros no son responsables.

Cabría preguntar que deben hacer los egresados que con mucho esfuerzo y dedicación consiguen la oportunidad de desempeñar la profesión en determinada empresa, en la cual solicitan adoptar "cierta línea política", o aceptar sueldos bajos y condiciones inadecuadas. ¿Renunciar o aceptar?, ese es el reto y ahí está de por medio, la situación familiar, económica y social de cada uno.

Indudablemente, no es fácil tomar la alternativa, no es fácil saber cuál es la mejor, pero si se conoce la situación, habrá puntos de partida para tratar de mejorar en todos los aspectos; primero, como aspirantes a la carrera, después como alumnos egresados y profesionistas y, si se tiene la oportunidad, como autoridades en el área en que cada uno se desarrolle. A todos corresponde poner el mayor esfuerzo para que la carrera sea reconocida y aceptada para los fines originales que se creó.

¿Qué sugieren los egresados de esta generación, de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, para mejorar la calidad de los estudios en esta área?

Después de haber cuestionado la calidad de sus estudios y de hacer una reflexión sobre su actividad profesional, se les preguntó a los entrevistados cuáles serían los principales problemas que corregirían en la Facultad para mejorar los estudios de esta área.

Esta pregunta y sus consecuentes respuestas son importantes desde el punto de vista de los mismos egresados, ya que su opinión va en relación directa con sus propias vivencias

En primer lugar, de los 90 entrevistados, 33 (37%) se inclinaron por asegurar que hace falta la modificación y actualización de los planes de estudio que permanecen vigentes desde 1976.

En segundo lugar, 29 (32%) pidieron que se vinculen más estrechamente la teoría con la práctica; 21 (23%) se dirigieron a las autoridades de la Facultad para solicitarles que se comprometan más con su labor académica y menos con sus intereses personales. Los 6 (7%) restantes se refirieron a aspectos vinculados con la carencia de práctica, como son la adquisición de equipo más moderno y aplicación del presupuesto a las verdaderas necesidades de los alumnos.

Entre otras cosas, se sugirió también:

-que los profesores sean especialistas en ramas afines a las Ciencias de la Comunicación, y que estén directamente relacionados con el medio

-que se cree un órgano informativo donde puedan participar los alumnos

-que la asistencia de los profesores titulares a sus clases sea efectiva. En este punto, los alumnos, en general, recalcaron el hecho de que son los adjuntos quienes muchas veces imparten las clases

-que se seleccione a las personas que ingresan a la carrera, de acuerdo con su vocación.

-que se establezcan convenios con instituciones públicas o privadas, e internacionales, para ofrecer a los egresados un mercado de trabajo más amplio

-que se dé mayor apoyo a la titulación, mediante la apertura y difusión de más opciones que sustituyan a la tesis profesional, ya que el índice de terminación es muy bajo en la Facultad, y

-que la Facultad se preocupe más por saber cómo y en dónde se están integrando sus egresados dentro del mercado de trabajo.

CONCLUSION

Cuestionar la formación profesional de los egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación no es una tarea fácil. Para hacer una valoración real, habría que revisar exhaustivamente los Planes y Programas de Estudio de la carrera, los recursos materiales y económicos con que cuenta, la preparación pedagógica y académica del personal docente, los métodos de enseñanza, y, en fin, un sinnúmero de aspectos que están inmersos dentro de la planeación educativa y de la realidad nacional.

Los resultados de la presente investigación, que se practicó a 90 egresados de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, pretende dar parámetros y puntos de análisis para modificar, valorar o rescatar algunos de los aspectos tendientes a mejorar el ejercicio de una carrera que apenas se inicia a la profesionalización.

Y es que sólo logrando un mayor reconocimiento de la carrera, la Facultad estará en condiciones de cumplir más objetivamente con la finalidad de proporcionar a la sociedad personal calificado para el desarrollo del país, con capacidad de modificar y cuestionar el sistema establecido.

Así, se presentan a continuación los aspectos más relevantes, que sintetizan el trabajo realizado, así como algunas propuestas para modificar los problemas que se detectaron.

Situación Profesional

Entre los resultados encontrados en la investigación, destaca el hecho de que a más de ocho años de haber egresado de la Facultad una tercera parte de los entrevistados no se ha desarrollado profesionalmente, y algunas causas fueron: la carencia de empleo, que su empleo no se relaciona con el área estudiada o que el ejercicio que hace de la profesión es mínimo.

Los factores que incidieron para este alejamiento de la profesión, según las respuestas, fueron: la masificación de la carrera, la cual crea saturación en el mercado de trabajo y se traduce en falta de empleos; otro factor que influye es la competencia que se da al interior del ejercicio profesional, ya que egresados de otras áreas ejercen labores que deberían ser privativas de los egresados de Ciencias de la Comunicación.

Por otra parte, también están quienes antes de concluir la carrera ya estaban empleados en otra área, en la cual se sienten satisfechos y, por lo tanto, no les ha interesado cambiar de empleo.

De los que sí ejercen la carrera, un porcentaje muy alto manifestó estar insatisfecho porque no ha llenado las expectativas que tenía acerca de la carrera antes de estudiarla, o porque aseguró que aún no está ubicado en el puesto o empresa que le gustaría.

Cabe resaltar que el porcentaje de egresados insatisfechos con el ejercicio de su profesión es bastante elevado, aún cuando sí se estén desarrollando en el medio profesional.

Este problema, que está latente entre egresados de la carrera, debe generar la inquietud de realizar investigaciones continuas, en la Universidad, sobre el mercado de trabajo y sobre las necesidades de los egresados, a fin de desarrollar políticas tendientes a una mejora continua tanto de la preparación como del ejercicio profesional. Esto implica la modificación de aspectos sustanciales como la orientación profesional, la preparación académica y el campo de trabajo.

Para el primer aspecto, se debe destacar, según los resultados de la investigación, que al iniciar el estudio de la carrera, los alumnos de esta generación desconocían los objetivos de la misma, y quienes los mencionaron, se detectó, no concordaron con los que establece el Plan de Estudios.

Es por esto que se debe insistir en la elaboración y el desarrollo de un programa continuo de orientación vocacional, que se convierta en uno de los medios de los que la Facultad debe valerse para tener egresados más satisfechos con su preparación profesional.

Dicho programa debe guiar al alumno antes de su ingreso, durante sus estudios y hasta su egreso, de esta manera se podrán eliminar los prejuicios y falsas apreciaciones sobre lo que ofrece la carrera y, a la vez, se disminuirá el índice de deserción escolar y el alejamiento mismo del desempeño profesional.

Asimismo se sugiere la edición de folletos informativos y programas audiovisuales que proporcionen a los interesados información amplia y profunda sobre el perfil, los objetivos y el mercado ocupacional de la carrera; que se distribuyan y difundan no sólo entre el alumnado de la Facultad, sino en todas las dependencias de nivel medio superior.

Otra propuesta sería el diseño de exámenes, aplicables a los aspirantes a la carrera, donde se evalúen aspectos de vocación y cualidades para el desempeño de una licenciatura como la de Ciencias de la Comunicación.

En el aspecto de preparación académica, es imprescindible que la Facultad tenga una ocupación constante por el conocimiento y diagnóstico de otras instituciones que impartan el área, de tal manera que se detecten las innovaciones y políticas que están surgiendo en este campo. A la vez, nombrar comisiones que evalúen constantemente los contenidos de los programas de estudio.

Respecto al campo de trabajo, se deben realizar investigaciones continuas sobre las necesidades y limitaciones de los egresados de la carrera.

Sobre este mismo aspecto se advirtió, también, que la información que tienen los egresados sobre su campo ocupacional es muy limitada, por eso es

importante enfatizar y difundir más ampliamente entre los alumnos que ya estudian la carrera datos concretos y precisos sobre los lugares, instituciones o empresas en donde puedan desempeñar la profesión.

Se debe enfatizar que aunque el área de comunicación surgió y se desarrolló a la par de los medios de comunicación masiva, su aplicación no se reduce única y exclusivamente a éstos, ya que en la actualidad se puede desarrollar en un sinnúmero de organizaciones que no necesariamente tienen que ver con ellos.

Esta visión que los egresados crean de la carrera, les ha puesto serias limitaciones para poder ejercer la profesión, por eso, un gran porcentaje se queja de la falta de experiencia y práctica en el manejo de equipo, sin vislumbrar más ampliamente, que su capacidad y preparación profesional les serviría para buscar trabajo en una amplia gama de empresas.

Asimismo, en la investigación se encontró que para los egresados de la Facultad los canales de televisión y de radio son núcleos muy cerrados que difícilmente permiten el acceso de los nuevos profesionistas del área de Comunicación. Quizá esto explique el porqué, la mayoría se ha tenido que emplear dentro de los medios impresos.

Por eso es importante que quienes tengan en sus manos la planeación a futuro de la carrera conozcan y definan cuáles son las características de la profesión dentro de la sociedad, cuáles sus perspectivas, qué fenómenos económicos y sociales existen a su alrededor y de qué manera la afectan.

Otro dato interesante de la encuesta fue el hecho de encontrar que las expectativas económicas para quienes desean desarrollarse en esta área no son muy halagadoras, debido a que el mayor porcentaje de los entrevistados afirmó ganar entre dos o tres salarios mínimos. Cabe destacar que no todos están en esta situación, porque algunos sí han logrado ascender económicamente, y devengan cuatro, cinco y hasta seis salarios mínimos.

Al respecto se puede concluir que el poco arraigo a la profesión, la insatisfacción manifestada y las expectativas económicas, orillan al egresado a abandonar con facilidad el ejercicio de la profesión a cambio de mayor estabilidad y sueldo, claro está que esto no es privativo de la carrera, pero debe ser considerado para poner mayor énfasis en el espíritu que se debe desarrollar en el alumno: de seguridad y de confianza en su preparación profesional, de fidelidad y respeto a su escuela de procedencia, ya que de esta manera cada uno asumirá el compromiso de poner en alto o por lo menos no denigrar su preparación académica en el ejercicio profesional.

Si durante su formación profesional se inculca en el alumno ese sentido de responsabilidad y de seguridad puede resultar muy satisfactorio, porque de esta manera defenderá sus valores académicos y se sentirá capaz de afrontar problemas y competir con egresados de otras escuelas.

Se debe revalorar el sentido profesional de la carrera. Los egresados son quienes tienen en sus manos la tarea de demostrar la importancia y necesidad de sus conocimientos, sólo de esta manera se abrirá espacio en el mercado de trabajo.

Esto último podrá eliminar, de manera sustancial, el hecho de que el egresado espera que alguien lo recomiende o de que tiene conocidos en el medio para conseguir un trabajo con sueldo decoroso

Situación Académica

Resulta necesaria, también, la reflexión sobre los mecanismos académicos para el mejoramiento de la eficiencia terminal y la titulación, que de alguna manera influye en el rezago de los egresados de licenciatura que carecen de título y que, por lo tanto, no se sienten completamente satisfechos, además de que les crea cierta inseguridad y los limita para conseguir, en muchos casos, mejores empleos.

Al respecto, en el caso de la generación estudiada, el índice de titulación registrado fue del diez por ciento, un porcentaje muy bajo en relación con los años que ésta tiene de haber salido de las aulas universitarias.

Los principales motivos manifestados por los egresados, como obstáculos para la titulación, fueron: la falta de incentivos personales, falta de tiempo para hacer la tesis, falta de programas de apoyo por parte de Facultad y la acreditación de los idiomas.

En cuanto a la tesis profesional, los egresados sugieren la apertura de nuevas opciones de titulación, ya que la tesis se ha convertido en una traba importante para no lograr el título profesional. Esto se puede fundamentar en la experiencia de los encuestados, ya que un alto porcentaje de ellos sí ha intentado hacer la tesis más de una vez, pero la falta de tiempo, la falta de apoyo del asesor de tesis y el regreso al rol de alumno, han propiciado que la abandonen.

Quienes nunca han intentado elaborarla son los que tienen el concepto de que sólo es un trámite y que no siempre refleja la capacidad de quien se titula; además de quejarse también de la falta de apoyo por parte de la Facultad y de los trámites y trabas que ponen al registro del proyecto. Cabe aclarar que éstos sólo representaron a una tercera parte de los entrevistados.

Al hacer una evaluación de este capítulo, se sugiere que la Facultad no debe condenar a sus egresados al rezago académico. Una buena opción es abrir nuevas formas de titulación, ampliar la difusión de las ya existentes, no sólo a la comunidad de la Facultad, sino dentro de los medios más comunes donde ejercen los pasantes (prensa) e, inclusive, a través de medios como la radio y la televisión; esto significaría una verdadera campaña de promoción para concluir completamente la licenciatura y lograr que ésta adquiera mayor reconocimiento dentro del medio profesional.

Hacer campañas de este tipo, no significaría mayor erogación al presupuesto de la Facultad, ya que se podrían realizar convenios con RTC, con Radio UNAM

o T.V. UNAM y con la Dirección General de Publicaciones, a fin de que se ocupen tiempos oficiales y espacios reservados para la difusión de la cultura.

Para efectos de estructurar el proyecto, éste se podría encargar a quien se dedica al área de investigación dentro de la Facultad, y su consolidación y aplicación se sugiere encomendarla a los mismos alumnos, ya sea como servicio social o como prácticas profesionales.

Tómese en cuenta que por lo menos en la generación analizada, aún persiste, en la gran mayoría, el interés por obtener el título profesional, aunque aproximadamente la mitad de los egresados dudan de su importancia y trascendencia para el ejercicio profesional, pese a que, según los resultados obtenidos, el título profesional no ha sido un requisito indispensable para que los egresados consigan o no trabajo en el área.

También hay que aclarar que, en este caso, no se pudo determinar realmente en qué grado afecta la falta de título profesional para lograr mejores puestos y salarios, ya que el número de egresados titulados (9) no es comparable con los no titulados (81).

Los datos antes mencionados son resultados de la aplicación del Plan de Estudios vigente, ya que éste es el que ofrece el contenido y el ordenamiento lógico a seguir en la enseñanza de la disciplina, así como el que sugiere formas, métodos y técnicas educativas e indica la mejor forma de vincular la vida académica con el campo profesional.

Otro de los resultados que arrojó la investigación es el referente a que de los entrevistados de este caso, una cuarta parte no ha concluido totalmente el Plan de Estudios de la carrera, sin embargo, esto no ha influido para conseguir o no empleo en el área, ni para determinar las condiciones bajo las que se desarrolla profesionalmente.

No es la conclusión del Plan de Estudios lo que determina el desarrollo profesional del egresado, sino su fondo mismo. Para corroborar esta aseveración, se encontró que al preguntar a los egresados sobre la congruencia del Plan de Estudios con respecto a las necesidades del mercado de trabajo, una gran mayoría manifestó que no es congruente; sin embargo afirmó que, pese a sus carencias, definitivamente sí le sirvió para acercarse y desarrollarse en el medio profesional.

Lo anterior nos permite afirmar, según la experiencia y opinión de los egresados, que los principales problemas que enfrenta actualmente la FCPyS son:

- Planes y programas de estudio desfasados, con respecto a las necesidades reales de la Universidad y el país.
- Falta de sistemas de evaluación tanto para alumnos y profesores como para los planes de estudio.
- Métodos de enseñanza obsoletos y deficientes.
- Trámites académico-administrativos complejos y poco flexibles para la titulación.

Para aportar posibles soluciones a esta problemática, se debe tener presente que en el campo de la educación el reto fundamental es adecuar los programas de estudio a las necesidades más imperiosas del país, así como elevar la calidad académica en todos los niveles.

Sin embargo, debe resaltarse que de ninguna manera se debe planear una formación académica que tenga como directriz exclusiva la demanda del mercado de trabajo, ya que, frente a la situación económica, este enfoque no sólo tendería a perpetuar la situación de injusticia en la estratificación social del trabajo, sino que nos conduciría a un inmovilismo intelectual que anularía parte de la actividad y los fines propios de la Universidad, los cuales de ninguna manera deben estar al servicio exclusivo de intereses particulares.

Ahora bien, aunque la mayoría de los egresados de la generación estudiada, se manifestaron por la modificación y actualización del Plan de Estudios vigente, la Facultad no puede quedarse en esta sola apreciación. No se puede ni se debe cambiar por cambiar. Antes que todo, se tiene que evaluar y, a partir de esta evaluación, determinar la necesidad del cambio, actualización o permanencia tanto del perfil, objetivos, materias, como de los contenidos temáticos.

Si se toma en cuenta que el Plan de Estudios vigente tiene más de 15 años de su última actualización, no es difícil pensar que debe tener, a estas fechas, serias deficiencias, ya que el avance vertiginoso que ha tenido el país en los últimos años, deja en desventaja la preparación del alumno para enfrentarse al mercado de trabajo.

Por esto es urgente y necesario que se haga una evaluación y revisión exhaustiva tanto de su estructura como de su contenido.

Para la adecuación del Plan de Estudios, se deben tomar en cuenta, necesariamente, la experiencia y opiniones tanto de la comunidad de la Facultad como de quienes tienen que ver más directamente con el Plan de Estudios, bien sea como egresados, como agrupaciones profesionales o como empleadores, tanto del sector público como del privado. A la vez, no dejar de lado las experiencias que la Facultad ha tenido con anteriores planes de estudio.

Esto es, se debe constituir una pirámide que, a partir de las opiniones y la necesidad social a satisfacer, determine el perfil real del egresado, no sólo a presente sino a futuro.

Una vez definido el perfil profesional con base en estos aspectos se pueden establecer los objetivos generales y particulares de la carrera.

La evaluación continua del Plan de Estudios debe convertirse en una política permanente, considerando tanto los recursos humanos, materiales y financieros con que cuenta la FCPyS, como la organización académico-administrativa y los métodos pedagógicos y didácticos.

La visión parcial de cualquiera de estos aspectos llevaría nuevamente a cometer errores y a seguir formando egresados insatisfechos con su desarrollo profesional.

Al configurar un nuevo Plan de Estudios es importante, por un lado, determinar el peso relativo de las diferentes áreas, y diferenciar las áreas sustantivas de las complementarias, para que se dediquen más semestres a las primeras y menos a las segundas.

Asimismo, antes de determinar el cuadro curricular de materias, se debe reflexionar sobre cuatro elementos esenciales:

- 1) Necesidad social que requiera ser satisfecha mediante el ejercicio profesional.
- 2) Valores que defender con el ejercicio de la profesión
- 3) Conocimientos técnicos-científicos necesarios para sustentar la práctica profesional
- 4) El grado de aceptación expresa de la profesión, por parte del grupo social para el que se trabajará

Una vez definidas las materias y el peso que éstas deben tener dentro del Plan de Estudios, es importante que se constituyan comisiones para la formulación de los programas sintéticos de cada materia, en donde participen tanto profesores como los posibles empleadores y los especialistas en la materia.

Es decir, antes de determinar si una materia debe existir o no en el Plan de Estudios, se debe justificar la necesidad con respecto a su aplicación en el campo profesional.

Cuando se haya justificado la necesidad de la materia, se podrá proceder a determinar la composición de su contenido en temas, el número de semestres que se le destinará y su ubicación dentro del Plan de Estudios.

De igual forma, manifestar los elementos que justifiquen y sustenten la seriación y ordenación de materias, diferenciar claramente entre materias que permitan la síntesis de conocimientos o la formación de criterio en los alumnos, para que tenga un mejor balance y vincular más estrechamente la relación entre materias teóricas y prácticas. Esto último es una opinión constante que se manifestó entre los entrevistados.

Para ello se sugiere el establecimiento de convenios con empresas que estén absorbiendo a los egresados, como medida útil para que el alumno desarrolle en ellas sus capacidades y conocimientos antes de terminar la carrera.

El Plan de Estudios al que debe dar vida la FCPyS debe tender a modificar el predominio de modelos de enseñanza-aprendizaje que propician la recepción pasiva de los conocimientos y la memorización, para crear uno que forme alumnos capaces de desempeñar una labor más activa y responsable en su proceso de aprendizaje, con miras a identificarse con el quehacer universitario y con las necesidades sociales.

Y es que la actitud pasiva en el proceso-enseñanza aprendizaje ha llevado al alumno y egresado al desconocimiento mismo de la carrera que estudia, de la institución y de los servicios que ésta le ofrece, lo cual lo ha orillado a hacer comparaciones poco objetivas con otras instituciones que tampoco conoce realmente. Resultado de esto, fue la respuesta obtenida por casi la mitad de los entrevistados que afirmaron su deseo de cambiar los estudios de la UNAM por los de cualquier otra universidad.

Otro aspecto que se debe vigilar muy de cerca es la actividad docente, ya que ésta es prioritaria en el quehacer académico de la Facultad, para mejorar la calidad de la enseñanza de los egresados y de la profesión.

Para ello sería importante crear un sistema de evaluación permanente al profesorado, para que asista puntual y responsablemente a la impartición de su clase, así como para que, con respeto a la libertad de cátedra y discusión libre de las ideas, se sujete a la aplicación y enseñanza de su materia conforme lo establezca el Plan de Estudios.

En este punto, es importante aclarar que se debe dar a conocer, de manera oportuna y profunda a los alumnos y profesores, el cuadro curricular de materias y los temarios sintéticos de cada uno, que necesariamente contengan:

- nombre de la materia
- valor curricular
- requisitos previos para cursarla
- objetivos generales de la materia
- bibliografía básica de apoyo.

Esto es muy importante que lo conozcan los alumnos y los profesores para que lo tengan a la mano y certifiquen que efectivamente se cumplió con los requisitos mínimos que establece el Plan de Estudios. Los alumnos, de acuerdo a esto, poseerán la capacidad de exigir al profesor su cumplimiento, y a la vez tendrán un punto de partida para estudiar por su parte y prepararse previamente a la clase. Esto ayudará también a fomentar en el alumno el hábito de estudio por sí mismo.

Por otra parte, sería adecuado establecer la aplicación de Inventarios de Comportamientos Docentes adoptados en otras facultades, para que el alumno evalúe en cada semestre el desempeño de sus profesores.

Esto también serviría como marco de referencia, y condición, junto con la experiencia profesional del profesor, sus niveles de asistencia real a clases y sus aportaciones a la carrera, para lograr la titularidad o no de una cátedra en especial.

De acuerdo a lo anterior, otra propuesta concreta sería que el apoyo al profesor se convierta en una actividad permanente, ya que no se le debe confiar la responsabilidad de impartir una clase si antes no se ha evaluado su perfil, capacidad y conocimientos docentes y de área, además de todo el respaldo institucional necesario para desarrollar su clase.

Y es que, en la actualidad, la Facultad y la Universidad en su conjunto no deben aceptar dentro de su planta docente a profesores improvisados. Ahora ya no basta con que conozcan la teoría o tengan cierta práctica en el área, sino que se debe agregar a esto programas obligatorios de profesionalización docente (abrir cursos sobre métodos y técnicas de enseñanza acordes a los requerimientos del profesorado joven y a las características de grupos numerosos, abarcando variantes en la enseñanza como: seminarios, cátedras, talleres cursos y la utilización de técnicas audiovisuales y modernos métodos de evaluación).

Inclusive, si la Facultad no cuenta con las posibilidades y recursos para implantarlo, dentro de la UNAM existen instancias que se abocan a estas áreas en particular, como es el caso del CIES (Centro de Investigación y Servicios Educativos).

La actualización en cada disciplina no debe dejarse tampoco de lado ya que, como transmisores del conocimiento, los profesores deben estar al día en los avances de su área. Para esto, es importante estrechar más la relación entre la actividad docente y el ejercicio profesional, ya que es a través de esta vinculación como se puede dar respuesta a las necesidades científicas, tecnológicas y académicas del país.

Tal vez sea un programa muy ambicioso y no resulte fácil conjuntar acertadamente todos los aspectos que se mencionan, pero sí debe existir un compro-

miso constante, por parte de la Facultad, hacia la esencia de la Universidad: La labor académica debe predominar por sobre otros intereses y esto no debe perderse de vista. La Universidad es y subsiste por los alumnos, y estos deben ser su preocupación fundamental.

Las acciones, los objetivos y las metas planteadas, sólo podrán lograrse en tanto la decisión de cambio y superación se dé a todos los niveles: en los alumnos, en los profesores, en los investigadores, en los trabajadores y en quienes reciben estos frutos, los empleadores.

BIBLIOGRAFIA

1. ALVAREZ Ocampo, Agustina, *Diversas concepciones sobre la formación del periodista*. Tesis Profesional (L. Comunicación) . Universidad Femenina de México.
2. ALVEAR Cevedo, Carlos, *Breve Historia del Periodismo*, México, Edit. Jus, 1982.
3. *Anuario Estadístico 1988 (Licenciatura)* Asociación Nacional de Universidades e Institutos de Enseñanza Superior (ANUIES)
4. ARAUJO Medina, Gremilda, *El rol del periodista*, Quito Ecuador, Editores Asociados, 1a. ed. 1980. 258 pp.
5. BALDIVIA, José, *La formación de los periodistas en América Latina*, México: Edit. Nueva Imágen , 1980. 396 pp.
6. CASTREJON Diez , Jaime, *La educación superior en México*, 1a. ed. México: Editorial Edical, 1979, 308 pp.
7. CIESPAL, *Enseñanza de periodismo y medios de información colectiva*. 1970, Quito Ecuador.
8. CIESPAL, *El Seminario Regional sobre enseñanza del periodismo y medios de información colectiva*. México, UNAM, 1965.
9. CIESPAL, *Las escuelas de Periodismo en América Latina*. Informe y conclusiones del Seminario del IV Curso Internacional de Perfeccionamiento del periodismo. 1968. 2a. ed. Quito Ecuador.
10. CORRAL, Corral, Manuel de Jesús, *La Ciencia de la Comunicación en México*. Tesis Profesional (L. Comunicación) F.C.P. y S. - UNAM, México.
11. CORTEZ Ponce, Ramón, *Pedagogía del Periodismo*, 2a. ed. México, Edit. CIESPAL, 1980.
12. DEL RIO Grim, Martha, (compilador), *Tendencias Actuales de la Educación Superior en el Mundo*, UNAM , México, 1986. 404 pp.
13. FLORIDO Araujo, Guadalupe, *Crisis de la carrera de Ciencias de la Comunicación, Plan de Estudios de 1976* (El perfil del egresado) . Tesis Profesional (Lic. en C. Comunicación) F.C.P.y S. - UNAM, México, 1989. 234 pp.
14. GLOK Charles, *Diseño y análisis de encuestas en sociología*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires Argentina, 1973, 110 pp.
15. GOMEZ Antonio, Fé, *Vocaciones y Aptitudes del Periodista*. Tesis Profesional (L. Comunicación) F.C.P.y S. - UNAM, México, 1980.

16. MENDIETA y Núñez, Lucio, *Ensayo Sociológico sobre la Universidad*, México: Edit. UNAM (Instituto de Investigaciones Sociológicas), 1960.
17. *Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1976.
18. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales Núm. 15, *Morfología de la Escuela Nacional de Ciencias Políticas y Sociales*, UNAM, 1959. 158 pp.
19. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales Núm. 115-116, *Edición conmemorativa del cambio de instalaciones de la F.C.P.yS.*, Año XXX, Nueva Epoca, enero-junio 1984. 238 pp.
20. ROJAS Soriano, Raúl, *Guía para realizar investigaciones Sociales*, Textos universitarios F.C.P. y S. - UNAM 9a. edición, México, 1984. 276pp.
21. URIBE O., Hernán, *Ética periodística en América Latina. Deontología y estatuto profesional*, F.C.P. y S. (CEC), Serie Estudios 72- UNAM , México 1984, 185 pp.
22. TAPIA Campos, Martha Laura, *La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Una historia de sus planes de estudio* (historia documental). Tesis Profesional (Lic. en C. Comunicación) F.C.P. y S. - UNAM, México, 1985.

ANEXO 1
(Cuestionario aplicado)

COMPAÑERO EGRESADO:

Con el objeto de realizar mi tesis profesional para obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación, estoy llevando a cabo una investigación de campo entre los egresados de esta licenciatura, de la *Generación 1980-1983*, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

El objetivo es conocer cuáles son los antecedentes académicos, la posición profesional actual y las expectativas de los egresados de esta licenciatura, así como los problemas a que nos enfrentamos al tratar de incorporarnos al mercado de trabajo.

Conociendo estos resultados, podré así, proponer posibles medidas de solución a los problemas que aquí se plantean.

Para este efecto solicito su amable colaboración para:

1. Responder con veracidad el cuestionario adjunto.
2. Proporcionar el nombre, dirección y teléfono de otros compañeros egresados que pertenezcan a esta misma Generación, y que pudieran colaborar con esta investigación.

-Agradezco atentamente sus respuestas, que indudablemente serán una valiosa aportación al estudio realizado.

ATENTAMENTE

MARIA DEL CARMEN MARQUEZ GONZALEZ
Egresada de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación
Generación 1980-83 de la Facultad de Ciencias Políticas y
Sociales de la UNAM. Teléfono oficina 550-56-93
Teléfono particular 684.21.87

CUESTIONARIO

DATOS GENERALES

1. Edad:
2. Sexo:
3. Estado Civil:
4. Turno en el que cursó la carrera:

SITUACION ACADEMICA ACTUAL:

1. ¿Ya concluyó íntegramente el Plan de Estudios de la Carrera?

() SI () NO

2. En caso de que su respuesta sea NO, ¿cuántas y cuáles materias adeuda aun?

3. ¿Cuál es el motivo por el cual no ha acreditado estas materias?

- () Son muy teóricas
() Falta de interés
() Falta de tiempo
() No piensa acreditarlas
() Otros motivos ¿Cuáles?

4. ¿Cuál fue su promedio general obtenido en la carrera?

- () de 6.0 a 6.9
() de 7.0 a 7.9
() de 8.0 a 8.9
() de 9.0 a 9.9
() de 10.0
() otro ¿cuál?

5. ¿Ya acreditó los idiomas?

() SI () NO

6. ¿Obtuvo ya su título profesional?*

- () SI, con mención honorífica
() SI, sin mención honorífica
() NO

* Si su respuesta es afirmativa, por favor pase a la pregunta 16.

7. De no haberse titulado, cuáles piensa que son los principales motivos (en caso de que sea más de uno, numere en orden de importancia).

- La acreditación de los idiomas
- Falta de programas y apoyo a la titulación por parte de la F.C.P. y S.
- Falta de incentivos personales (desidia o indecisión)
- Trámites burocráticos excesivos
- Falta de tiempo
- Otros ¿cuáles?

8. ¿Piensa Titularse?

- SI NO NO SE

9. ¿Si piensa titularse, qué hace actualmente para lograrlo?

- Tesis profesional
- Acreditar idiomas
- Regularización de materias
- Trámites académicos (Registro del proyecto de tesis, Servicio Social, revisión de estudios, etc.)
- Otros ¿cuáles?

10. ¿Ha intentado iniciar la elaboración de su tesis?

- SI NO

11. ¿Qué piensa usted acerca de la elaboración de la tesis como requisito para titularse?

12. ¿Qué tan bien o mal preparado se siente para la elaboración de una tesis?

- Muy bien preparado
- Con los conocimientos suficientes para hacerla
- Mal preparado
- Muy mal preparado
- Inseguro

13. Cualquiera que haya sido su respuesta, indique por qué?

14. Si inició la elaboración de su tesis y la suspendió, indique por favor los motivos.

- Indecisión en el tema
- Falta de apoyo del asesor de tesis
- Desintegración de equipo
- Falta de tiempo
- Falta de apoyo por parte de la Facultad en:
Préstamo de libros, carencias de datos.
- Otros ¿cuáles?

15. Si la inició y no la ha suspendido, indique el grado de avance?

- Registro de Proyecto de tesis
- Lectura de bibliografía y recopilación de datos
- Clasificación u ordenamiento de información
- Análisis e interpretación de información
- Redacción de la obra
- Elaboración de conclusiones
- Revisión p/aprobación de la tesis
- Otro ¿cuál?

16. ¿Cuáles sugerencias le parecen adecuadas para motivar a los alumnos a titularse (en caso de ser mas de una respuesta, numere en orden de importancia)

- Abrir nuevas opciones de titulación
- Calendarizar seminarios de tesis
- Menos trabas en la elección del tema de tesis
- Difusión a los programas de titulación
- Creación de materias de tesis desde los primeros semestres
- Hacer menos burocráticos los trámites
- Otras ¿cuáles?

17. ¿Qué tan importante piensa que sea obtener el título para ejercer esta profesión?

- Decididamente muy importante
- Importante
- No es muy importante
- No es nada importante

18. Cualquiera que haya sido su respuesta indique ¿por qué?

19. A su juicio y por su experiencia en el área, ¿qué tan congruente cree que sea el Plan de Estudios de la carrera con las necesidades del mercado de trabajo?

- Muy congruente
- Congruente
- Poco congruente
- Nada congruente

20. Por qué?

SITUACION PROFESIONAL ACTUAL

21. ¿Trabaja actualmente?

- SI
- NO

22. Si su respuesta es afirmativa, indique las características de la (s) actividad (es) que desempeña?

- Ninguna de mis actividades se relaciona con las Ciencias de la Comunicación.
- Mi actividad principal NO se relaciona con las Ciencias de la Comunicación, pero SI ejerzo la profesión en menor medida.
- Mi actividad principal SI se relaciona con el área de Ciencias de la Comunicación pero la combino con otra actividad ajena.
¿Cuál?

- Dedico mi tiempo totalmente al ejercicio de la profesión en una sola empresa.
- Dedico mi tiempo totalmente al ejercicio de la profesión, en más de una empresa.
- Otra ¿Cuál?

* Si actualmente se desempeña en dos empleos relacionados con las Ciencias de la Comunicación, conteste las preguntas subsecuentes con base en la actividad que considere más relevante para su desarrollo profesional.

23. Actualmente presta sus servicios en:

- Sector gobierno
- Sector privado
- En forma independiente

28. Si actualmente NO se desempeña dentro del medio de la profesión, indique los motivos.

- Cuando terminé mi carrera ya trabajaba en lo que actualmente ejerzo y no me interesó buscar otro empleo.
- Desde que terminé mi carrera no he logrado encontrar trabajo en el medio de las Ciencias de la Comunicación.
- Si he trabajado en el medio de las Ciencias de la Comunicación, pero no me gustó el ambiente y decidí cambiarlo por otro empleo.
- En el medio donde trabajo actualmente he logrado un buen reconocimiento de mi labor y eso es muy gratificante.
- Económicamente es más gratificante el puesto que actualmente ocupo.
- Mi empleo actual es muy estable y no pienso en cambiarlo.
- Otros (especifique)

29. ¿Ha buscado trabajo relacionado con el área, en algunos otros medios?

- SI NO

30. ¿Cuáles fueron las respuestas obtenidas en estos lugares?

- No me aceptaron
- No hay vacantes
- Hay que estar a prueba (con sueldo)
- Hay que estar a prueba (sin sueldo)
- No me aceptaron por falta de experiencia
- El sueldo era muy bajo
- El horario era irregular
- Prefieren a egresados de otras escuelas
- Otras ¿cuáles?

* Si alguna de sus actividades se relaciona con el área de las Ciencias de la Comunicación, conteste las preguntas subsecuentes con base en esta actividad. En caso de que no se desempeñe dentro del área, por favor pase a la pregunta 42.

31. Mencione cuáles son las principales limitaciones a que se ha enfrentado para desempeñar la profesión (en caso de que sean más de una, numere en orden de importancia.)

- Falta de experiencia
- Falta de práctica en el manejo de equipo
- Falta de seguridad
- Falta de conocimientos básicos teóricos especializados en alguna de las áreas de las Ciencias de la Comunicación.
- Falta de cultura general para escribir o hablar sobre temas diversos
- Falta de una ideología o corriente política propia
- Incompatibilidad de su ideología política con la de la empresa
- Otras (especifique)

32. ¿Cuánto tiempo (horas-semana) le ocupa su actividad relacionada con las Ciencias de la comunicación?

- de 10 a 20 horas
- de 21 a 40 horas
- de 41 a 60 horas
- de más de 60 horas
- otro ¿cuál?

33. ¿Su horario de trabajo es?

- Fijo tiempo completo
- Fijo medio tiempo
- Irregular (sin horario establecido pero constante)
- Eventual
- Free Lands
- Fijo, por horas definidas
- Otro ¿cuál?

34. ¿Cuál es la antigüedad que tiene en este empleo?

- Menos de un año
- De 1 a 2 años
- De 2 a 4 años
- De 4 a 5 años
- Más de 5 años

35. ¿Qué expectativas de superación le ofrece la empresa?

- Cursos
- Becas
- Nuevos y futuros proyectos
- Amplio desarrollo en varias ramas y niveles
- Ascensos profesionales constantes
- Otros ¿cuáles?

36. ¿Cuál es el máximo puesto al que puede aspirar ahí como comunicólogo?

37. ¿Cuál es su sueldo neto mensual?

- Menos del salario mínimo
- El salario mínimo
- Dos veces el salario mínimo
- Tres veces el salario mínimo
- De cuatro a cinco veces el salario mínimo
- Más de seis veces el salario mínimo

38. Señale cuál de las aseveraciones siguientes describe mejor su salario.

- Es un ingreso adecuado para los gastos normales
- Es satisfactorio porque me pagan por lo que hago
- Apenas alcanza para vivir
- Es un ingreso que permite algunos lujos
- Es menos de lo que merezco por lo que trabajo
- Es menos de lo que merezco por lo que estudie
- Otra ¿cuál?

39. Si no hubiera estudiado la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, cree que estaría ocupando el puesto que actualmente ocupa?

- SI NO

40. En qué empresa, medio, dependencia o sector le gustaría desarrollarse dentro del área de las Ciencias de la Comunicación?

41. Si aun no lo ha logrado, indique por qué?

42. ¿Cree que su formación académica profesional en la FCPyS fue suficiente para desempeñarse dentro del medio de las Ciencias de la Comunicación?

- SI NO

43. ¿Le ha servido su preparación académica profesional para desempeñarse en el medio donde trabaja?

- SI NO

Por qué?

44. ¿Le hubiera gustado estudiar la misma carrera, pero en otra escuela fuera de la UNAM?

- Si, por tener mejores opciones para entrar a trabajar
- Si, porque en otras escuelas tienen más cercanía con el Mercado de Trabajo
- Si, porque el nivel académico en otras escuelas es más alto
- No, porque los estudios de la UNAM son mejor reconocidos
- No, porque la carrera está bien planeada en la UNAM
- No, porque es mejor la formación pluralista de la UNAM, que la de otras escuelas.
- Otra respuesta (especifique)

45. ¿Ha encontrado limitaciones para conseguir empleo o para desempeñarse en la profesión por ser egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM?

SI NO

¿Por qué?

46. Diga por favor si en su campo de trabajo existen personas con estudios profesionales distintos, o sin estudios profesionales que realicen actividades innatas a las Ciencias de la Comunicación. De ser así, indíquelo por favor.

SI Grado de estudios o profesión

NO

47. ¿Estaría dispuesto a dedicarse a otra actividad totalmente ajena a la que actualmente ejerce, si le ofrecieran un puesto con un muy buen ingreso y mayor estabilidad?

SI NO

48. ¿Cuándo se inscribió en la carrera de Ciencias de la Comunicación, estaba convencido de su decisión?

SI NO

49. ¿Por qué eligió estudiar la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación? (en caso de que tenga más de una respuesta, numere en orden de importancia)

- Pensé que me relacionaría con gente importante
- Quería viajar y conocer lugares diversos
- Creí tener acceso fácil a oficinas de gobierno y lugares privados o eventos públicos.
- Quería ser reportero o corresponsal
- Me propuse dar servicio en la sociedad en materia de comunicación
- Pensé en ser conocido a través de la radio, la televisión o la prensa escrita.
- Quería manejar cámaras y equipo de comunicación
- Me gusta la aventura y pensé que esta carrera me la proporcionaría
- Por mi personalidad inquieta y activa
- Por vocación
- Otra respuesta (especifique)

50. ¿Ha logrado a la fecha satisfacer las expectativas que tenía antes de estudiar la carrera?

SI NO

¿Por qué?

51. Si usted tuviera la oportunidad de elegir nuevamente una carrera ¿Cuál escogería?

52. De acuerdo a su formación académica profesional, ¿cuáles son los principales problemas que usted corregiría dentro de la F.C.P. y S. para mejorar la calidad de los estudios en esta área? (En caso de ser más de una respuesta, numere en orden de importancia).

- () Que las autoridades se comprometan más con su labor académica
- () Modificación y actualización de Planes de Estudio
- () Vincular más estrechamente la teoría con la práctica
- () Equipo más moderno, mejores instalaciones y aplicación del presupuesto a las verdaderas necesidades de los alumnos.
- () Que los profesores sean especialistas en ramas afines a las Ciencias de la Comunicación y que estén directamente relacionados con el medio.
- () Otras sugerencias (especifique)

Esto último es muy importante para los buenos resultados de la investigación por lo que agradecería no olvidar contribuir con estos datos.

53. Si conoce el nombre, la dirección o teléfono de otros egresados de esta generación (80-83) que puedan colaborar con la investigación, anote por favor los datos para su localización.

Nombre:

Dirección:

Teléfono:

Nombre:

Dirección:

Teléfono:

Nombre:

Dirección:

Teléfono:

Nombre:

Dirección:

Teléfono:

ANEXO 2
(Código y frecuencia de respuestas)

CODIGO PARA EL ANALISIS DEL CUESTIONARIO

CODIGO	Frecuencia de respuestas en números absolutos
DATOS GENERALES	
A. EDAD	
B. SEXO	
(1) Masculino	(53)
(2) Femenino	(37)
(0) No contestó	(0)
C. ESTADO CIVIL	
(1) Casado o Unión Libre	(29)
(2) Divorciado o viudo	(5)
(3) Soltero	(56)
(0) No contestó	(0)
D. TURNO EN EL QUE CURSO LA LICENCIATURA	
(1) Matutino	(24)
(2) Vespertino	(49)
(3) Mixto	(16)
(0) No contestó	(1)
SITUACION ACADEMICA ACTUAL	
1. CONCLUYO INTEGRAMENTE EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA	
(1) Sí	(74)
(2) No	(16)
(0) No contestó	(0)
2. EN CASO DE QUE SU RESPUESTA SEA NO, CUANTAS MATERIAS ADEUDA	
(1) Del 1 a 3	(10)
(2) De 4 a 6	(4)
(3) De 7 a 9	(1)
(4) Más de 10	(1)
(0) No contestó	(0)
2.1 CUALES MATERIAS ADEUDA AUN	
(1) Redacción-Géneros Periodísticos	(2)
(2) Metodología-Taller de Investigación	(3)
(3) Medios de Comunicación	(2)
(4) Teoría Social- Economía Política-Historia Formación Social Mex.-Estado y Poder Político Desarrollo Regional y Estructura de los medios	(7)
(5) Optativas	(3)
(0) No contestó	(78)

3. CUAL FUE EL MOTIVO DE NO ACREDITAR ESTAS MATERIAS		
(1)	Son muy teóricas	(2)
(2)	Falta de interés	(3)
(3)	Falta de tiempo	(6)
(0)	No contestó	(79)
4. CUAL FUE SU PROMEDIO GENERAL OBTENIDO EN LA CARRERA		
(1)	De 6.0 a 6.9	(0)
(2)	De 7.0 a 7.9	(15)
(3)	De 8.0 a 8.9	(57)
(4)	De 9.0 a 9.9	(18)
(5)	De 10.0	(0)
(0)	No contestó	(0)
5. YA ACREDITO LOS IDIOMAS		
(1)	Sí	(54)
(2)	Sólo uno	(17)
(3)	No	(19)
(0)	No contestó	(0)
6. OBTUVO YA SU TITULO PROFESIONAL		
(1)	Sí, con Mención Honorífica	(3)
(2)	Sí, sin Mención Honorífica	(6)
(3)	No	(81)
(0)	No contestó	(0)
7. DE NO HABERSE TITULADO CUALES PIENSA QUE SON LOS PRINCIPALES MOTIVOS.		
(1)	La acreditación de los idiomas	(8)
(2)	Falta de programas de apoyo a la titulación por parte de la FCPyS	(24)
(3)	Falta de incentivos personales (desidia o indecisión)	(27)
(4)	Trámites burocráticos excesivos	(9)
(5)	Falta de tiempo	(21)
(6)	Problemas económicos	(0)
(7)	Problemas para hacer la tesis dentro de la FCPyS	(0)
(0)	No contestó	(1)
8. PIENSA TITULARSE		
(1)	Sí	(68)
(2)	No	(2)
(3)	No sé	(11)
(0)	No contestó	(9)
9. SI PIENSA TITULARSE, ¿QUE HACE ACTUALMENTE PARA LOGRARLO?		
(1)	Tesis Profesional	(26)
(2)	Acreditar los idiomas	(10)
(3)	Regularización de materias	(5)
(4)	Trámites académicos	(14)
(5)	Proyecto de tesis	(4)
(6)	Nada en especial	(6)
(0)	No contestó	(25)

10. HA INTENTADO INICIAR LA ELABORACION DE SU TESIS
- | | | |
|-------|-------------|--------|
| (1) | Sí | (58) |
| (2) | No | (21) |
| (0) | No contestó | (11) |

11. QUE PIENSA DE LA ELABORACION DE LA TESIS COMO REQUISITO PARA TITULARSE
- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | Es un requisito positivo porque representa la suma de cuatro años de estudio, y un trámite importante para obtener el título | (19) |
| (2) | Es un requisito importante para titularse, pero no es indispensable para ejercer | (17) |
| (3) | Es un impedimento para la titulación, porque ésta no siempre refleja la capacidad del que se titula, y se convierte en un mero trámite | (24) |
| (4) | Es un reto a vencer, satisface complejos y crea ilusiones | (3) |
| (5) | Es un requisito fundamental, abre expectativas para el desarrollo profesional | (5) |
| (6) | Es un medio para obligar al alumno a investigar, pero debería haber más asesoramiento para hacerla, o incluirla dentro del Plan de Estudios como materia obligatoria | (6) |
| (7) | No debe ser la única opción de titulación | (7) |
| (0) | No contestó | (9) |

12. QUE TAN BIEN O MAL PREPARADO SE SIENTE PARA LA ELABORACION DE LA TESIS
- | | | |
|-------|---|--------|
| (1) | Muy bien preparado, porque aparte de los conocimientos adquiridos en la Facultad, la experiencia profesional me da seguridad para hacerla | (14) |
| (2) | Muy bien preparado, sólo que hacen falta las condiciones (estabilidad laboral, previsión de horarios, disciplina y apoyo institucional) | (4) |
| (3) | Con los conocimientos suficientes para hacerla, por la base teórica aprendida en la Facultad y la experiencia en el trabajo | (27) |
| (4) | Con los conocimientos suficientes, sólo requiere disciplina y decisión para hacerla | (18) |
| (5) | Mal preparado académicamente, y con los conocimientos suficientes por la práctica adquirida durante el desarrollo profesional | (5) |
| (6) | Mal preparado, es deficiente la preparación metodológica y el espíritu de investigación que se nos proporciona durante la carrera por lo que desconocemos y devaluamos su verdadero significado | (4) |
| (7) | Inseguro, por el mito que existe en la FCPyS del bajo índice de titulación, miedo a reprobado y no haría bien | (1) |
| (8) | Inseguro, porque no conté con la formación académica necesaria. Además, entre más tiempo pasa, se vuelve cada vez más difícil regresar a la escuela | (6) |
| (0) | No contestó | (11) |

13. SI INICIO LA ELABORACION DE SU TESIS Y LA SUSPENSIO,
INDIQUE POR FAVOR LOS MOTIVOS

- | | |
|---|--------|
| (1) Indecisión en el tema | (16) |
| (2) Falta de apoyo del asesor de la tesis | (12) |
| (3) Desintegración de equipo | (4) |
| (4) Falta de tiempo | (19) |
| (0) No contestó | (39) |

14. SI LA INICIO Y NO LA HA SUSPENDIDO, INDIQUE EL GRADO
DE AVANCE

- | | |
|---|--------|
| (1) Registro del proyecto de tesis | (7) |
| (2) Lectura de bibliografía y recopilación de datos | (5) |
| (3) Clasificación u ordenamiento de información | (3) |
| (4) Análisis e interpretación de información | (2) |
| (5) Redacción de la obra | (2) |
| (6) Revisión para aprobación de tesis | (1) |
| (7) Investigación sin registro de proyecto | (2) |
| (0) No contestó | (68) |

15. CUALES SUGERENCIAS LE PARECEN ADECUADAS PARA
MOTIVAR A LOS ALUMNOS A TITULARSE

- | | |
|--|--------|
| (1) Abrir nuevas opciones de titulación | (51) |
| (2) Calendarizar seminarios de tesis | (10) |
| (3) Menos trabas en la elección del tema de tesis | (0) |
| (4) Difusión a los programas de titulación | (1) |
| (5) Creación de materias de tesis desde los primeros semestres | (19) |
| (6) Hacer menos burocráticos los trámites | (7) |
| (0) No contestó | (2) |

16 y 17. QUE TAN IMPORTANTE PIENSA QUE SEA OBTENER EL
TITULO PARA EJERCER ESTA PROFESION

- | | |
|---|--------|
| (1) Es importante porque permite aspirar a mejores sueldos y cargos de mayor jerarquía | (13) |
| (2) Es importante como satisfacción personal, no para ejercer, sólo que permite continuar estudios de posgrado al cerrar el ciclo de la licenciatura | (8) |
| (3) Es importante para conseguir trabajo, avala los estudios y respalda tu trabajo | (14) |
| (4) Decididamente muy importante, porque aunque muchos ejercen sin título, lo mejor es tener un curriculum completo como comprobante de la preparación profesional | (7) |
| (5) Es importante porque se debe profesionalizar la carrera aumentando el índice de titulación | (2) |
| (6) No es importante porque en el mercado de trabajo no piden título para ejercer, es más importante la habilidad, destreza y experiencia para desarrollar la profesión | (46) |
| (0) No contestó | (0) |

18. y 19. A SU JUICIO Y POR SU EXPERIENCIA EN EL AREA, QUE TAN CONGRUENTE CREE QUE SEA EL PLAN DE ESTUDIOS CON LAS NECESIDADES DEL MERCADO DE TRABAJO.

- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | Muy congruente, porque constantemente se hacen modificaciones al Plan de Estudios, además de que éste es muy completo | (3) |
| (2) | Congruente porque proporciona los elementos básicos que cualquier profesionalista debe tener. Lo importante es llevar a la práctica lo aprendido teóricamente | (13) |
| (3) | Congruente, pero haría falta afinar los programas de estudio y crear materias más prácticas | (6) |
| (4) | Poco congruente, porque al entrar al mercado de trabajo la base teórica no es funcional, hace falta mucha práctica | (35) |
| (5) | Poco congruente porque el perfil del egresado no se ajusta a las necesidades del mercado de trabajo, haría falta revisar los planes de estudio | (14) |
| (6) | Poco congruente porque nos enseñan un poco de todo, sin especializarnos en nada. No siempre se consigue trabajo en lo que está uno mejor preparado | (10) |
| (7) | Nada congruente porque hay escasa enseñanza práctica y los planes de estudio no están actualizados, además de que la mala organización de horarios no permite al alumno especializarse en lo que desea | (9) |
| (0) | No contestó | (0) |

SITUACION PROFESIONAL ACTUAL

20. TRABAJA ACTUALMENTE

- | | | |
|-------|-------------|--------|
| (1) | Sí | (87) |
| (2) | No | (3) |
| (0) | No contestó | (0) |

21. SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA, INDIQUE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS ACTIVIDADES QUE DESEMPEÑA

- | | | |
|-------|---|--------|
| (1) | Ninguna de mis actividades se relaciona con la Ciencias de la Comunicación | (18) |
| (2) | Mi actividad principal no se relaciona con la Ciencias de la Comunicación, pero sí ejerzo la profesión en menor medida | (7) |
| (3) | Mi actividad principal sí se relaciona con el área de Ciencias de la Comunicación, pero la combino con otra actividad ajena | (19) |
| (4) | Dedico mi tiempo totalmente al ejercicio de la profesión en una sola empresa | (25) |
| (5) | Dedico mi tiempo totalmente al ejercicio de la profesión en más de una empresa | (18) |
| (0) | No contestó | (3) |

22. ACTUALMENTE PRESTA SUS SERVICIOS EN:

- | | | |
|-------|----------------------|--------|
| (1) | Sector Gobierno | (44) |
| (2) | Sector Privado | (31) |
| (3) | Sector Independiente | (10) |
| (0) | No contestó | (5) |

23. DESGLOSE LOS PUESTOS DESEMPEÑADOS DESDE QUE COMENZO A TRABAJAR POR PRIMERA VEZ (AUN LOS NO

RELACIONADOS CON LA CARRERA) *

(1)	Reportero-redactor-articulista-crítico-corresponsal-corrector de estilo	(31)
(2)	Editor de libros y revistas - publicaciones	(1)
(3)	Gerente o Subgerente de Comunicación o Difusión	(2)
(4)	Vendedor - encargada de tienda - juguero - mesero	(3)
(5)	Cajero - ayudante de presupuesto - secretaria - recepcionista - auxiliar de crédito - oficina	(9)
(6)	Coordinador de síntesis informativa o analista de información	(16)
(7)	Asistente de producción	(6)
(8)	Productor de T.V.	(3)
(9)	Relaciones Públicas	(2)
(10)	Conductor de programas de radio	(3)
(11)	Jefe de oficina	(4)
(12)	Supervisor de ventas	(3)
(13)	Docencia e investigación	(4)
(0)	No contestó	(3)

23.1 TIPOS DE EMPRESAS DONDE ACTUALMENTE SE DESEMPEÑAN LOS EGRESADOS

(1)	Oficinas de Gobierno	(8)
(2)	Sindicatos	(0)
(3)	Cámaras	(2)
(4)	Organismos descentralizados	(5)
(5)	Universidades	(14)
(6)	Colegios-institutos-centros de capacitación	(9)
(7)	Canales de T.V.	(14)
(8)	Estaciones de Radio	(1)
(9)	Periódicos	(9)
(10)	Editoriales	(3)
(11)	Revistas	(1)
(12)	Agencias de noticias o despachos	(2)
(13)	Bancos	(2)
(14)	Comercios	(5)
(0)	No contestó	(5)

24. SI TRABAJA ACTUALMENTE EN ALGUNA ACTIVIDAD RELACIONADA CON LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION, INDIQUE EN QUE AREA.

(1)	Prensa escrita	(35)
(2)	Cine	(0)
(3)	Audiovisuales	(6)
(4)	Televisión	(13)
(5)	Radio	(4)
(6)	Publicidad	(1)
(7)	Docencia	(2)

* En este caso se presenta , únicamente, la frecuencia de respuestas de las características del empleo más reciente

- | | |
|--------------------------------------|--------|
| (8) Comunicación social | (4) |
| (9) Fotografía | (1) |
| (10) Diseño - Comunicación Gráfica | (1) |
| (11) Mercadotecnia | (1) |
| (0) No contestó | (22) |

25. DESDE CUANDO COMENZO A TRABAJAR EN EL AREA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

- | | |
|--|--------|
| (1) Antes de iniciar la carrera | (8) |
| (2) Durante la primera mitad de la carrera | (13) |
| (3) Durante la segunda mitad de la carrera | (26) |
| (4) Al terminar la carrera | (38) |
| (5) No he comenzado | (3) |
| (0) No contestó | (2) |

26. COMO CONSIGUIO SU PRIMER TRABAJO RELACIONADO CON LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

- | | |
|--|--------|
| (1) Por el buen desempeño de mi servicio social | (22) |
| (2) Porque había vacantes y solicité el empleo | (13) |
| (3) Por recomendación de un amigo o familiar | (35) |
| (4) Por casualidad | (7) |
| (5) Me costó mucho trabajo, después de insistir constantemente | (6) |
| (6) Repartí solicitudes en varias empresas y presenté exámenes hasta que me aceptaron en una | (1) |
| (7) Tuve que pagar por la plaza | (0) |
| (0) No contestó | (6) |

27. SI ACTUALMENTE NO SE DESEMPEÑA DENTRO DEL MEDIO DE LA PROFESION, INDIQUE LOS MOTIVOS

- | | |
|---|--------|
| (1) Cuando terminé mi carrera ya trabajaba en lo que actualmente ejerzo y no me interesó buscar otro empleo | (6) |
| (2) Desde que terminé mi carrera no he logrado encontrar trabajo en el medio de las Ciencias de la Comunicación | (5) |
| (3) En el medio donde trabajo actualmente he logrado un buen reconocimiento de mi labor y eso es muy gratificante | (4) |
| (4) Económicamente es más gratificante el puesto que actualmente ocupó | (4) |
| (5) Mi empleo actual es muy estable y no pienso cambiarlo | (1) |
| (6) Sí he trabajado en el medio, pero el sueldo era muy bajo | (1) |
| (7) Por cubrir con expectativas de índole meramente personal | (4) |
| (8) Por radicar fuera del país | (1) |
| (9) Sí he trabajado en el medio, pero me liquidaron por cambio de autoridades | (1) |
| (0) No contestó | (63) |

28. ¿HA BUSCADO TRABAJO RELACIONADO CON EL AREA, EN ALGUNOS OTROS MEDIOS?

- | | |
|-------------------|--------|
| (1) Sí | (61) |
| (2) No | (22) |
| (0) No contestó | (7) |

29. ¿ CUALES FUERON LAS RESPUESTAS OBTENIDAS EN ESTOS LUGARES ?

- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | No me aceptaron | (7) |
| (2) | No hay vacantes | (20) |
| (3) | Hay que estar a prueba (con sueldo) | (1) |
| (4) | Hay que estar a prueba (sin sueldo) | (5) |
| (5) | No me aceptaron por falta de experiencia | (3) |
| (6) | El sueldo era muy bajo | (17) |
| (7) | El horario era irregular | (2) |
| (8) | Prefieren a egresados de otras escuelas | (2) |
| (9) | No me gustan los horarios de oficina | (3) |
| (0) | No contestó | (29) |

30. MENCIONE CUALES SON LAS PRINCIPALES LIMITACIONES A QUE SE HA ENFRENTADO PARA DESEMPEÑAR LA PROFESION

- | | | |
|--------|--|--------|
| (1) | Falta de experiencia | (38) |
| (2) | Falta de práctica en el manejo de equipo | (13) |
| (3) | Falta de seguridad | (2) |
| (4) | Falta de conocimientos básicos teóricos especializados en alguna de las áreas de las Ciencias de la Comunicación | (3) |
| (5) | Falta de cultura general para escribir o hablar sobre temas diversos | (3) |
| (6) | Incompatibilidad de su ideología política con la de la empresa | (6) |
| (7) | Para ascender se anteponen los compadrazgos y limitaciones de orden político | (1) |
| (8) | Falta de estímulos económicos por parte de la empresa | (1) |
| (9) | Falta de empleos en el área por la masificación de la carrera | (3) |
| (10) | No he tenido limitaciones | (6) |
| (0) | No contestó | (14) |

31. ¿CUANTO TIEMPO (HORAS-SEMANA) LE OCUPA SU ACTIVIDAD RELACIONADA CON LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION?

- | | | |
|-------|---------------------------------|--------|
| (1) | De 10 a 20 horas | (12) |
| (2) | De 21 a 40 horas | (19) |
| (3) | De 41 a 60 horas | (32) |
| (4) | De más de 60 horas | (10) |
| (5) | Varía según la carga de trabajo | (3) |
| (0) | No contestó | (14) |

32. SU HORARIO DE TRABAJO ES

- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | Fijo tiempo completo | (30) |
| (2) | Fijo medio tiempo | (7) |
| (3) | Irregular (sin horario establecido pero constante) | (25) |
| (4) | Eventual | (1) |
| (5) | Free Lancer | (3) |
| (6) | Fijo, por horas definidas | (9) |
| (0) | No contestó | (15) |

33. ¿ CUAL ES LA ANTIGUEDAD QUE TIENE EN ESTE EMPLEO?

- | | | |
|-------|------------------|--------|
| (1) | Menos de un año | (15) |
| (2) | De 1 a 2 años | (15) |
| (3) | De 2 a 4 años | (21) |
| (4) | De 4 a 5 años | (11) |
| (5) | De más de 5 años | (13) |
| (0) | No contestó | (15) |

34. ¿QUE EXPECTATIVAS DE SUPERACION LE OFRECE LA EMPRESA?

- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | Cursos | (19) |
| (2) | Becas | (1) |
| (3) | Nuevos y futuros proyectos | (15) |
| (4) | Amplio desarrollo en varias ramas y niveles | (15) |
| (5) | Ascensos profesionales constantes | (6) |
| (6) | Son muy escasas las expectativas de superación | (3) |
| (7) | Ninguna | (7) |
| (0) | No contestó | (24) |

35. ¿CUAL ES EL MAXIMO PUESTO AL QUE PUEDE ASPIRAR AHI COMO COMUNICOLOGO?

- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | El que tengo | (8) |
| (2) | Jefe de departamento - coordinador | (21) |
| (3) | Gerente - Director General | (17) |
| (4) | Subcoordinador - Subdirector | (6) |
| (5) | Investigador | (1) |
| (6) | Conductor | (1) |
| (7) | Productor | (2) |
| (8) | Corresponsal - trabajos especiales en comunicación | (4) |
| (0) | No contestó | (24) |

36. ¿CUAL ES SU SUELDO NETO MENSUAL?

- | | | |
|-------|---|--------|
| (1) | Menos del salario mínimo | (0) |
| (2) | El salario mínimo | (1) |
| (3) | Dos veces el salario mínimo | (16) |
| (4) | Tres veces el salario mínimo | (23) |
| (5) | De cuatro a cinco veces el salario mínimo | (19) |
| (6) | Más de seis veces el salario mínimo | (14) |
| (7) | Variable | (16) |
| (0) | No contestó | (1) |

37. SEÑALE CUAL DE LAS ASEVERACIONES SIGUIENTES DESCRIBE MEJOR SU SALARIO

- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | Es un ingreso adecuado para los gastos normales | (21) |
| (2) | Es satisfactorio porque me pagan por lo que hago | (8) |
| (3) | Apenas alcanza para vivir | (13) |
| (4) | Es un ingreso que permite algunos lujos | (14) |
| (5) | Es menos de lo que merezo por lo que trabajo | (13) |
| (6) | Es menos de lo que merezo por lo que estudie | (6) |
| (0) | No contestó | (15) |

38. SI NO HUBIERA ESTUDIADO LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION, ¿CREE QUE ESTARIA OCUPANDO EL PUESTO QUE ACTUALMENTE OCUPA?
- | | | |
|-------|-------------|--------|
| (1) | Sí | (18) |
| (2) | No | (54) |
| (0) | No contestó | (18) |

39. EN QUE EMPRESA, MEDIO, DEPENDENCIA O SECTOR LE GUSTARIA DESARROLLARSE DENTRO DEL AREA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION
- | | | |
|--------|--|--------|
| (1) | En cualquier área de Ciencias de la Comunicación donde ofrezcan un sueldo decoroso | (5) |
| (2) | En la docencia - investigación | (5) |
| (3) | En la publicidad | (3) |
| (4) | Edición de libros y revista | (1) |
| (5) | Producción de T.V. y noticieros | (22) |
| (6) | Producción de Radio | (4) |
| (7) | Prensa escrita | (18) |
| (8) | Cinematografía | (3) |
| (9) | En oficina de gobierno - proyectos especiales de comunicación | (1) |
| (10) | En la que estoy actualmente | (13) |
| (0) | No contestó | (12) |

40. SI AUN NO LO HA LOGRADO, INDIQUE POR QUE
- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | Porque no me he titulado | (10) |
| (2) | No lo he intentado realmente | (15) |
| (3) | Falta de alternativas y de tiempo (competencia excesiva) | (12) |
| (4) | Falta de experiencia | (2) |
| (5) | Falta de conocidos que me recomienden | (1) |
| (6) | No he conseguido trabajo en esa área | (5) |
| (7) | El medio es muy cerrado y elitista | (5) |
| (8) | Por miedo o falta de seguridad | (1) |
| (9) | Por falta de interés debido a los bajos sueldos | (5) |
| (0) | No contestó | (34) |

41. ¿CREE QUE SU FORMACION ACADEMICA PROFESIONAL EN LA FCPyS FUE SUFICIENTE PARA DESEMPEÑARSE DENTRO DEL MEDIO DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION?
- | | | |
|-------|-------------|--------|
| (1) | Sí | (35) |
| (2) | No | (54) |
| (0) | No contestó | (1) |

42. ¿LE HA SERVIDO SU PREPARACION ACADEMICA PROFESIONAL PARA DESEMPEÑARSE EN EL MEDIO DONDE TRABAJA?
- | | | |
|-------|--|--------|
| (1) | Sí porque pese a sus carencias proporciona los aspectos básicos para acercarse al medio (47) | (47) |
| (2) | Sí, porque la carrera es muy analítica, lo que permite que desarrollemos nuestro criterio y fundamentar nuestras decisiones | (11) |
| (3) | Sí, porque he sabido explotarla de acuerdo a mis intereses personales | (9) |
| (4) | Sí, pero no es suficiente, porque cuando uno sale al mercado de trabajo hay que aprender mucho de la profesión por cuenta propia | (2) |

- (5) Medianamente, porque nos da las bases teóricas, pero el nivel académico y los planes de estudio no son congruentes con el Mercado de Trabajo (4)
- (6) No, no hay una relación importante entre la teoría y la práctica lo que he aprendido de Ciencias de la Comunicación, lo he aprendido afuera (9)
- (7) No, los planes de estudio son obsoletos y no hay suficientes maestros responsables (1)
- (0) No contestó (7)

43. ¿LE HUBIERA GUSTADO ESTUDIAR LA MISMA CARRERA PERO EN OTRA ESCUELA FUERA DE LA UNAM?

- (1) Sí, por tener mejor opciones para entrar a trabajar (14)
- (2) Sí, porque en otras escuelas tienen más cercanía con el Mercado de Trabajo (9)
- (3) Sí, porque el nivel académico en otras escuelas es más alto (14)
- (4) No, porque los estudios de la UNAM son mejor reconocidos (10)
- (5) No, porque la carrera está bien planeada en la UNAM (7)
- (6) No, porque es mejor la formación pluralista de la UNAM, que la de otras escuelas (27)
- (7) No, no importa la escuela de procedencia, lo importante es la práctica (3)
- (8) No, más bien me hubiera gustado que existiera un Plan de Estudios más adecuado (2)
- (9) Sí, por el posible conocimiento práctico, y NO por la visión política económica y social que uno adquiere en la UNAM (1)
- (10) Sí, en una Universidad Europea (2)
- (0) No contestó (1)

44. ¿ HA ENCONTRADO LIMITACIONES PARA CONSEGUIR EMPLEO O PARA DESEMPEÑARSE EN LA PROFESION POR SER EGRESADO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS?

- (1) Sí, por la formación ideológica que tenemos, por las constantes huelgas en la UNAM, la educación masiva y el bajo nivel académico de escasa práctica (11)
- (2) Sí, los medios de comunicación son núcleos muy cerrados y prefieren egresados de universidades privadas (15)
- (3) No, el hecho de estudiar en la UNAM me ha permitido incursionar en el mercado laboral (16)
- (4) No, cuenta más el desarrollo profesional, la experiencia y la disposición de trabajo, que la escuela de procedencia (32)
- (5) No, cuando ingrese al mercado de trabajo no existían tantos prejuicios respecto a la UNAM (4)
- (6) No, porque he tenido gente conocida que me recomiende (2)
- (0) No contestó (10)

45. DIGA POR FAVOR SI EN SU CAMPO DE TRABAJO EXISTEN PERSONAS CON ESTUDIOS PROFESIONALES DISTINTOS QUE REALICEN ACTIVIDADES INNATAS A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

- (1) Sí (66)
- (2) No (16)
- (0) No contestó (8)

45.1 DE SER ASI, INDIQUE QUE TIPO DE PROFESION		
(1)	Contaduría - Administración - Economía	(19)
(2)	Derecho, Relaciones Internacionales, Ciencias Políticas, Sociólogos, Historiadores, Filosofía	(12)
(3)	Ingeniería - Arquitectura	(6)
(4)	Psicología, Medicina, Odontología, Nutriólogos, Veterinaria	(6)
(5)	Maestrías y Doctorados varios	(1)
(6)	Preparatoria, bachillerato, nivel técnico	(11)
(7)	Secundaria - primaria	(2)
(8)	De todo	(5)
(0)	No contestó	(28)

46. ¿ESTARIA DISPUESTO A DEDICARSE A OTRA ACTIVIDAD AJENA A LA QUE ACTUALMENTE EJERCE, SI LE OFRECERAN UN PUESTO CON UN MUY BUEN INGRESO Y MAYOR ESTABILIDAD?		
(1)	Sí	(55)
(2)	No	(29)
(0)	No contestó	(6)

47. CUANDO SE INSCRIBIO EN LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION, ESTABA CONVENCIDO DE SU DECISION		
(1)	Sí	(81)
(2)	No	(9)
(0)	No contestó	(0)

48. ¿POR QUE ELIGIO ESTUDIAR LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION?		
(1)	Pensé que me relacionaría con gente importante	(5)
(2)	Quería viajar y conocer lugares diversos	(7)
(3)	Cref tener acceso fácil a oficinas de gobierno y lugares privados o eventos públicos	(1)
(4)	Quería ser reportero o corresponsal	(26)
(5)	Me propuse dar servicio a la sociedad en materia de comunicación	(11)
(6)	Pensé en ser conocido a través de la radio, la televisión o la prensa escrita	(2)
(7)	Quería manejar cámaras y equipo de comunicación	(5)
(8)	Me gusta la aventura y pensé que esta carrera me la proporcionaría	(3)
(9)	Por mi personalidad inquieta y activa	(11)
(10)	Por vocación	(13)
(11)	Por ser un área social con responsabilidad para ofrecer directrices y pautas de acción	(3)
(12)	Por falta de orientación vocacional	(2)
(0)	No contestó	(1)

49. ¿HA LOGRADO A LA FECHA SATISFACER LAS EXPECTATIVAS QUE TENIA ANTES DE ESTUDIAR LA CARRERA?		
(1)	Sí, mis actividades son propias de la profesión y hago lo que me gusta	(24)
(2)	Sí, aunque no totalmente, porque me falta mucho por aprender	(7)
(3)	Laboralmente sí, económicamente no	(2)
(4)	No, no me he podido desarrollar como quiero por falta de oportunidades en los medios de comunicación	(35)
(5)	En parte, porque no he logrado todo lo que quiero	(4)

- (6) No, por ser un empleado y no poder expresar mis puntos de vista (3)
- (7) No, haría falta un cambio de criterios en la gente que ocupa los cargos directivos. No permiten ascender (3)
- (8) Es muy aventurado dejar el empleo actual para conseguir otro que me guste (1)
- (9) No, porque me he encontrado con muchas trabas por la deficiente preparación en la FCPyS (1)
- (10) No, la realidad es diferente a lo que uno piensa antes de estudiar la carrera (3)
- (11) No, por falta de título (2)
- (0) No contestó (5)

50. SI USTED TUVIERA LA OPORTUNIDAD DE ELEGIR NUEVAMENTE UNA CARRERA, ¿ CUAL ESCOGERIA?

- (1) La misma, Ciencias de la Comunicación (40)
- (2) La misma, pero mejor preparado (4)
- (3) La misma, pero complementada con otra (2)
- (4) Economía (6)
- (5) Administración (5)
- (6) Literatura Dramática (2)
- (7) Filosofía (2)
- (8) Publicista - Mercadotecnia (2)
- (9) Computación (2)
- (10) Arte - Música (2)
- (11) Derecho (leyes) (3)
- (12) Comunicación Gráfica - Diseño (2)
- (13) Relaciones Internacionales (1)
- (14) Biología (2)
- (15) Psiquiatría (5)
- (16) Medicina (2)
- (17) Cualquier otra con más expectativas de trabajo (3)
- (0) No contestó (5)

51. DE ACUERDO A SU FORMACION ACADEMICA PROFESIONAL, ¿CUALES SON LOS PRINCIPALES PROBLEMAS QUE USTED CORREGIRIA DENTRO DE LA FCPyS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS ESTUDIOS EN ESTA AREA?

- (1) Que las autoridades se comprometan más con su labor académica (21)
- (2) Modificación y actualización de Planes de Estudio (33)
- (3) Vincular más estrechamente la teoría con la práctica (29)
- (4) Equipo más moderno, mejores instalaciones y aplicación del presupuesto a las verdaderas necesidades de los alumnos (12)
- (5) Que los profesores sean especialistas en ramas afines a las Ciencias de la Comunicación y que estén directamente relacionados con el medio (24)
- (6) Asistencia real de los profesores a impartir sus clases (15)
- (8) Que se seleccione a las personas que ingresan a la carrera de acuerdo a su vocación (20)

- (9) Que incluyan tanto los idiomas como la tesis dentro del Plan de Estudios como materias obligatorias (18)
- (10) Habría que buscar soluciones de estructura por el burocratismo en la UNAM. Además de una política educacional adecuada que abarque el aspecto laboral (5)
- (11) Establecer convenios con Instituciones públicas o privadas e Internacionales para ofrecer a los egresados un Mercado de Trabajo más amplio (23)
- (12) Que la Facultad se preocupe más por saber cómo y en dónde se están integrando sus egresados dentro del Mercado de Trabajo (16)
- (13) Debe haber apoyo total para la titulación (35)
- (0) No contestó (0)